

Diseño, Emoción y Complejidad.

Tesis que para obtener el grado de
Maestro en Diseño Industrial
Presenta:

Paolo Arámbula Ponte

**Posgrado en Diseño Industrial
Maestría en Diseño Industrial
Universidad Nacional Autónoma de México**



Ciudad de México, noviembre 2010



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Tutor principal: **Dr. César González Ochoa**

Sinodales: **Dr. Oscar Salinas Flores**
MDI Lucila Mercado Colín
MDI Guillermo Gazano Izquierdo
Mtro. Antonio Rivera Díaz

*“Un entendimiento todo lógica es como un cuchillo que sólo tiene hoja,
que hiere la mano de su amo”*

Rabindranath Tagore

Para Erandi y Lena

Las dos mujeres con las que disfruto la vida y el diseño

Gracias:

Posgrado en Diseño Industrial de la UNAM por darme la posibilidad de crecer profesional y personalmente; y por su apoyo para participar en la *6th Design & Emotion Conference: Dare to desire* organizado por la School of Design de la Polytechnic University de Hong Kong.

Conacyt por la beca que me brindó durante los dos años de mis estudios de maestría

Especiales al Dr. César González Ochoa quien fungió como mi director de tesis y cuya guía fue invaluable para ampliar mi visión del diseño.

A mis sinodales por su tiempo y valiosos comentarios que enriquecieron enormemente esta tesis

A Cecilia León de la Barra, Liliana Ovalle Piedra, Mauricio Lara Eguiluz, Jorge Moreno Arozqueta por compartirme su pasión por el diseño.

A Papá y Mamá por impulsarme y apoyarme incondicionalmente

A mis hermanos por estar siempre presentes

A Aurelia y Jesús por su apoyo y consejos certeros

A Regina por su vitalidad, apoyo y energía que me transmite

A mis amigos (cercanos y lejanos) por formar parte de mí

Índice

Prólogo	11
Objetivos	19
Introducción	23
I. Diseño y emoción	29
• Diseño.	
• Emoción.	
• Acercamiento histórico del diseño emocional.	
• Planteamientos principales.	
II. Teoría de la Complejidad: Nociones básicas . . .	49
• Noción de Complejidad y algunos conceptos básicos:	
▪ Flexibilidad	
▪ Equilibrio dinámico	
▪ Retroalimentación	
▪ No linealidad	
▪ Bifurcación	
▪ Atractores extraños	
• Hermenéutica analógica.	
III. Diseño industrial mexicano contemporáneo a partir de los conceptos de emoción y complejidad	67
• Apuntes sobre el diseño industrial mexicano contemporáneo	
• Conceptos de complejidad y diseño en el discurso de los diseñadores (síntesis de las entrevistas)	
▪ Fase introductoria	
▪ Fase emoción y diseño	
▪ Fase por perfil de los diseñadores	
▪ Fase autoorganización, complejidad y diseño	
▪ Fase de cierre	

IV. Propuesta de Tesis. Diseño Industrial desde la complejidad 101

- Diseño y complejidad.
- Diseño y emoción dentro de la complejidad.
- Diseño y transdisciplina
- Autoorganización y colectivos
- Dualidades en el diseño

Conclusiones 123

Bibliografía 131

Anexos 139

- Protocolo para entrevista aplicado a cuatro diseñadores industriales
- Semblanzas y entrevistas a diseñadores

Prólogo

El enfoque de la tesis que está a punto de leer surge de una postura personal y reflexionada sobre el diseño industrial mexicano. Aunque la afirmación anterior podría parecer gratuita, debe tomarse como punto de partida para poder comprender la estructura de todo lo contenido en este texto. A continuación me permito argumentar de manera medianamente extensa y, espero suficientemente clara, el pensamiento que seguí para que se comprenda el hilo conductor que me llevó a desarrollar esta investigación, que deja su primer rastro a manera de tesis de maestría.

Teniendo los conocimientos obtenidos en la licenciatura de diseño industrial, así como, en el ejercicio profesional previo al inicio de la investigación, el punto inicial se dio con el concepto de emoción¹. Observé que los proyectos de diseño que yo desarrollaba buscaban ser un detonante de emociones en las personas que usaran el objeto diseñado, esto se daba de manera empírica, y no existía una reflexión mayor sobre los posibles caminos a seguir para que esto ocurriera, digamos que se daba de manera intuitiva². Al hacer una reflexión sobre esto, me percaté que dicho ejercicio no era personal o único ya que estaba inmerso en un entorno de diseño que en mayor o menor medida, seguían este mismo patrón. Así fue que, indagando en trabajos de colegas mexicanos, a través de publicaciones, exposiciones, conferencias³ y de contacto personal con sus proyectos, percibí un fuerte énfasis en proyectos que detonaban “emociones” en los usuarios y, que en la mayoría de los casos, si no es que en todos, se daba de

¹ Este concepto se desarrolla en el primer capítulo “Diseño y emoción”.

² En este punto considero el término *intuición* como falta de una investigación consciente en el trabajo del diseñador para tener elementos suficientes que te guíen a generar emociones específicas en los usuarios.

³ Revisar capítulo III páginas 69-70.

manera intuitiva⁴. Posteriormente se dio el primer acercamiento con el diseño emocional⁵, a grandes rasgos este enfoque plantea el estudio de la interacción que los usuarios⁶ tienen con los objetos, haciendo énfasis en las emociones del usuario, para desarrollar proyectos de diseño que logren generar un estado emotivo en la persona que tendrá interacción con el objeto diseñado. Partiendo de esto, y considerando que mi investigación se daba sin dejar de lado mí quehacer como diseñador, me percaté que podrían existir al menos dos acercamientos posibles para el estudio de las emociones en el diseño⁷. Para aclarar lo anterior, es importante entender que el proceso de diseño tiene varias fases⁸, las cuales son: investigación; planteamientos del problema; fase creativa; selección y desarrollo de la propuesta; evaluación; y finalmente, comunicación. Considerando lo anterior, los dos acercamientos posibles que mencioné para el estudio de las emociones en el diseño serían: el primero, como lo plantea el enfoque del diseño emocional, y que enfatiza su trabajo en la *fase de investigación* de las emociones del usuario, es decir, al momento de obtener la información que dará fundamento al proyecto final; el segundo se da en la *fase creativa* y su estudio se enfoca en las emociones de los diseñadores en la toma de decisiones al generar sus propuestas de diseño. Este punto fue crucial ya que a partir de esto se encontró que los dos

⁴ Ver nota 2.

⁵ Este concepto se desarrolla en el primer capítulo “Diseño y emoción”.

⁶ Personas que utilizarán el objeto a diseñar.

⁷ No descarto que existan otras posibilidades de estudio de las emociones y el diseño, a parte de las mencionadas en este prólogo.

⁸ Este desglose del proceso de diseño puede variar según el enfoque de cada autor y del proyecto que se desarrolla. Además, se entiende que este proceso es iterativo y no lineal, lo que implicaría una discusión mayor si lo que se pretende es llegar a un consenso sobre las fases del proceso de diseño, en esta tesis no es el caso. De cualquier manera si el lector quisiera profundizar en el estudio del proceso de diseño se recomienda la lectura de: Dubberly, Hugh, *How do you design? Acompendium of mode,.* San Francisco, 2008. En http://www.dubberly.com/wp-content/uploads/2008/06/ddo_designprocess.pdf

planteamientos son válidos y el enfoque en uno, no minimiza al otro, al contrario, son complementarios. Evaluando qué camino seguir, reconozco la gran ayuda que representó haber estudiado el concepto de complejidad⁹, mencionado en diversos seminarios de la maestría de manera paralela a los temas de cada asignatura. Aunado a esto, y considerando que la toma de decisiones de los diseñadores en el desarrollo de proyectos se da a partir de interpretaciones que cada uno hace de la información con la que cuenta, es importante mencionar algunos puntos importantes de la hermenéutica¹⁰; ya que uno de los principales argumentos en la teoría de la complejidad es el entendimiento de los fenómenos incorporando una perspectiva dialógica, se toma el enfoque que brinda la hermenéutica analógica¹¹ como el adecuado para apoyar el estudio del diseño desde la perspectiva de la complejidad.

Después de todo lo anterior, la investigación adquiere el enfoque presentado en esta tesis, en el que se observa a los conceptos de diseño, emoción y complejidad conviviendo de la mano al viajar de manera no lineal en el proceso de diseño.

Por otro lado, considero necesario exponer que el enfoque de esta tesis se da desde un punto de vista teórico del diseño y no desde el

⁹ El concepto de “complejidad” se desarrolla en el capítulo II de esta tesis denominado “Teoría de la complejidad; nociones básicas”.

¹⁰ Hermenéutica es la disciplina de la interpretación, trata de comprender textos; lo cual es colocarlos en sus contextos respectivos. Beuchot, Mauricio, *Perfiles esenciales de la hermenéutica*, México, UNAM, 2002.

¹¹ La hermenéutica analógica plantea en todo momento un equilibrio dinámico entre opuestos, y se describirá más detalladamente en el tercer capítulo. El par principal de opuestos que planteo en la tesis es el de razón-emoción aunque se podrán encontrar algunos otros que entran en el desarrollo de proyectos de diseño industrial.

área de la ergonomía¹², lo que, junto a lo descrito anteriormente, me llevó a inclinarme por un análisis de las emociones que algunos diseñadores industriales mexicanos siguen en su proceso de diseño, implicando dejar de lado un análisis más profundo de los métodos que **se plantean en la postura del “diseño emocional” y su énfasis en la fase de investigación**¹³.

Dicho lo anterior, me gustaría exponer la estructura que sigue este documento. Sabiendo de antemano que esta investigación se plantea en el contexto mexicano, y en un enfoque particular del diseño industrial que considera a las emociones en el proceso de diseño, propongo: abordar en el primer capítulo los temas de diseño y emoción aislados y posteriormente describir la postura sobre diseño emocional planteada por algunos autores; el segundo capítulo como un acercamiento a la teoría de la complejidad en algunas nociones básicas apoyada por algunas consideraciones de la hermenéutica analógica; contener en el capítulo tres la síntesis de las cuatro entrevistas realizadas por separado a cuatro diseñadores industriales mexicanos; el capítulo cuatro representa la suma al discurso del diseño de una visión holística de éste (llena de analogías), en el que se haga consciente que el diseño industrial forma parte de una gran trama de dualidades que deben ser tomadas en cuenta como subgrupos que

¹² Aclaro, que es posible partir de un enfoque teórico al estudio de los métodos utilizado en las investigaciones de diseño con énfasis en las emociones de los usuarios desde el área de la ergonomía, aunque no es el punto de partida de este trabajo.

¹³ Aunque considero de gran relevancia que los diseñadores industriales mexicanos cuenten con herramientas que les permitan obtener mayor información y de calidad para el desarrollo de proyectos, no puedo dejar de lado que en el contexto cultural, social, económico y político en el que se desarrollan no se le da gran relevancia a esta fase, y entonces considero que para seguir avanzando en ese aspecto (la fase de investigación) los diseñadores industriales egresados de licenciatura deben ampliar los elementos que les permitan reflexionar sobre su propio quehacer. Esta tesis reflexiona sobre una posibilidad para ampliar este bagaje.

conforman el todo del diseño; y finalmente, se plantean algunas conclusiones en otro apartado. El capítulo del diseño industrial mexicano se ve apoyado por una serie de documentos anexos en un apartado que lleva este nombre al final de la tesis.

Objetivos

Objetivo General

- Analizar el proceso de diseño desde la perspectiva de la teoría de la complejidad de forma dialéctica y cuya principal dicotomía será la de razón-emoción, con la finalidad de presentar a los diseñadores industriales una propuesta holística para el entendimiento de su disciplina.

• Objetivos Particulares

- Establecer cómo se ha considerado al concepto de emoción en la práctica del diseño industrial, para identificar el nivel de relevancia en el quehacer de los diseñadores industriales.
- Presentar nociones básicas de la teoría de la complejidad y hermenéutica analógica, para argumentar la inserción de conceptos de esta teoría a los modelos teóricos de los diseñadores industriales.
- Indagar si existen en la práctica del diseño industrial mexicano contemporáneo verbalización de elementos de la teoría de la complejidad y la emoción, para establecer la pertinencia y relevancia de insertar una perspectiva holística al pensamiento y práctica de los diseñadores industriales.
- Reflexionar cómo se da el proceso de diseño en el desarrollo de proyectos de diseño industrial, para generar esquemas visuales que permitan entender el pensamiento de los diseñadores en la fase creativa de dicho proceso.

Introducción

Las reflexiones hechas en esta tesis surgen a partir del planteamiento que Edgar Morin plasma en su libro *Introducción al pensamiento complejo*: “**El pensamiento complejo está** animado por una tensión permanente entre la aspiración a un saber no parcelado, no dividido, no reduccionista y el reconocimiento de lo inacabado e incompleto de **todo conocimiento**”, aplicado a la disciplina del diseño industrial.

El diseño industrial es una actividad que difícilmente tiene una definición que logre consenso entre los miembros de su gremio. Los intentos de definirla se dan al contrastar las diferencias entre la práctica propia del diseño industrial con la de otras disciplinas del diseño como la arquitectura, diseño gráfico, diseño de interiores, urbanismo, etc. Sin embargo, **este intento se centra en los “objetos”** resultantes de la práctica de cada una de estas actividades, es decir, que el diseño industrial es la encargada del desarrollo de objetos-productos, la arquitectura de desarrollar edificios, en el caso del diseño gráfico de la comunicación visual, entre otros. Esta perspectiva funciona para diferenciar, tal vez, el campo de acción, pero la importancia de todas estas disciplinas no sólo está en el resultado que se obtiene al practicarlas (objetos, edificios, carteles, etc.) sino en el proceso que se lleva a cabo para llegar al resultado, aspecto que es similar en todas las disciplinas mencionadas, y que podemos llamar pensamiento de diseño.¹⁴ Este pensamiento de diseño se ve impregnado por el espacio-tiempo en que se presenta y en función de ese espacio-tiempo se puede reconocer que dicha actividad en el s. XX y lo que va del s. XXI ha

¹⁴ Este pensamiento de diseño se entiende como lo plantea Víctor Margolin apoyado en Marcuse “Como un antídoto a la unidimensionalidad del racionalismo tecnológico, Marcuse propone una lógica dialéctica que surge de un espacio exterior al sistema dominante de pensamiento y práctica. Lo que da cuerpo a la lógica dialéctica es la historia”. Margolin, Víctor, *Las políticas de lo artificial*, México, Designio Teoría y Práctica, p. 330-331.

tenido dos polos de pensamiento: la razón y la emoción. En el polo de la razón, que ha sido el paradigma dominante, se puede encontrar dentro de posturas que planteaba el movimiento moderno como el racionalismo;¹⁵ el polo de la emoción, dentro del periodo mencionado, podría tener a su mayor exponente en el diseño posmoderno.¹⁶ No es coincidencia que los polos mencionados (razón y emoción) sean los mismos que los filósofos occidentales han tratado a lo largo de la historia, persiguiendo el **entendimiento del “funcionamiento del ser humano”**. Separar al hombre en partes identificables para definirlo, asunto que responde al polo de la razón, tiene gran peso en la actualidad y crea una ilusión de la realidad gracias a planteamientos como los de Descartes según menciona Otl Aicher:

“Con Descartes, con la digitalización en sistemas de coordenadas, desaparece el ser humano de la civilización –desaparecen el individuo y el sujeto-, porque ya no puede participar en la historia y en el desarrollo. Se habla ahora de un lenguaje que seguramente entiende un matemático y un

¹⁵ Racionalismo en este texto se refiere a la corriente de la edad moderna que inicia con Descartes y cuyos principales rasgos son que el conocimiento se obtiene por medio de la razón y es construido deductivamente a partir de ciertos principios iniciales. Aunado a esto y considerando que es un trabajo sobre diseño industrial, el término racionalismo se acota al diseño sin dejar de considerar la categoría anterior. Ampliando la visión del racionalismo en el diseño podemos citar lo que Salinas expone “El Art Nouveau languideció al inicio del siglo (XX), y murió pocos años más tarde, dando paso a un racionalismo que se manifestó con fuerza tanto en Europa como en Norteamérica, aunque con objetivos diferentes: En Europa (Alemania, Inglaterra, Austria) el racionalismo se da en la forma, en Estados Unidos de América se aplica en los Procesos”, Salinas Flores, Oscar, *Historia del diseño industrial*, México, Trillas, tercera reimpresión, 2005, p. 89.

¹⁶ El término “posmoderno” como lo platea Lyotard va más allá del periodo histórico que sigue a la modernidad, en realidad, “lo posmoderno sería aquello que alega lo impresentable en lo moderno y en la presentación misma; aquello que se niega a la presentación de las formas bellas, al consenso de un gusto que permitiría experimentar en común la nostalgia de lo imposible; aquello que indaga por presentaciones nuevas, no para gozar de ellas sino para hacer sentir mejor que hay algo que es impresentable. Un artista, un escritor posmoderno, están en la situación de un filósofo: el texto que escriben, la obra que llevan a cabo, en principio, no están gobernados por reglas ya establecidas, y no pueden ser juzgados por un juicio determinante, por la aplicación de este texto, a estas obras, de categorías conocidas” Lyotard, Jean-Francois, *La posmodernidad (explicada a los niños)*, Barcelona, Gedisa, 1994, p. 25.

ingeniero, un estadístico y un empresario como meta-lenguaje de su **profesión, pero para el resto, permanece incomprensible**".¹⁷

El planteamiento del que se ha hablado, y que en este texto llamaré paradigma racionalista, ha generado que el pensamiento y la visión del ser humano en relación con el mundo se dé a partir de una búsqueda incansable de un saber absoluto; este pensamiento ha permeado al diseño¹⁸ en la dimensión teórica pero en el aspecto práctico se da un entendimiento diferente. Aclarando lo anterior, puedo decir que el aspecto teórico del diseño se ha centrado en el desarrollo de métodos que den certeza del resultado obtenido con la intención de llegar al saber absoluto, pero en la práctica el uso de un método es sólo un aspecto más que se relaciona con muchos otros partiendo de la intuición del diseñador. Es decir, el diseñador se desenvuelve en la práctica de una manera compleja que podríamos llamar **"abierta a diversos factores"** y en el nivel teórico, al verbalizar sus decisiones, lo hace de manera **"cerrada", es decir, a partir de factores claramente definidos**, cayendo en una visión abstracta de la vida cotidiana, identificada con la visión cartesiana que busca una verdad absoluta inexistente. Con la intención de contrarrestar esta visión parcelada se propone atender a la disciplina del diseño industrial desde el punto de vista de la teoría de la complejidad¹⁹, porque ésta plantea un conocimiento inacabado, en constante movimiento y es así como se da la vida misma, ya no digamos la práctica del diseño, existiendo una tensión constante entre, hablando de manera abstracta, polos extremos que permiten establecer los parámetros entre los que se

¹⁷ Aicher, Otl, *Analógico y digital*, Barcelona, Gustavo Gili, 2001, p. 119.

¹⁸ Utilizo el término diseño sin los "apellidos" industrial, gráfico, arquitectónico por la similitud que muestran en su proceso para llegar a un resultado como mencioné anteriormente.

¹⁹ En el capítulo II se describe lo que se entiende por teoría de la complejidad.

toman las decisiones para seguir avanzando en el ciclo constante de la vida. Ya expuso Aicher un planteamiento que intenta reunir estos dos polos:

“Es precisamente quien considera la virtud, quien vuelve a introducirla en el campo relacional corporal del ver y del hacer. Es precisamente aquél a quien le importa el espíritu, quien se esfuerza por la corporalidad. Hay indicios de que se vuelve a querer entender el mundo. El espíritu ya no mora en la trascendencia. Pensar ya no es tanto lógica formalizada; no es el cálculo digitalizable, sino más bien el intento de **aprehender algo”.**²⁰

Para concluir, recuerdo lo que Víctor Margolin ha escrito:

“El diseño es un terreno tan abonado para la reflexión crítica como el arte o la literatura, pero debe aún captar la atención más amplia de la gente como tema de estudio, porque los practicantes y estudiosos todavía no han presentado un argumento convincente sobre su importancia en la vida social”.²¹

Estas afirmaciones tuvieron lugar hace dos décadas y si bien sabemos que se ha avanzado en gran medida para que este trecho que plantea se reduzca, en México son pocos los egresados de estudios de licenciatura que pueden argumentar la importancia de su práctica profesional en la vida social. Esta tesis apunta a tratar de vislumbrar un camino para que los practicantes y estudiosos sigan generando argumentos para aclarar ésta importancia. Considero que este camino es pensar el diseño desde la complejidad.

²⁰ Aicher, Otl, *op. cit.*, p. 36.

²¹ Margolin, Víctor. *Los estudios de diseño y la educación de los diseñadores*. Temes de Disseny colección 06 “Pedagogía del diseño” Elisava TdD. Barcelona 1991. Versión en internet. <http://tdd.elisava.net/coleccion/6/margolin-es>. Revisado octubre 2010.

I

Diseño y emoción

Actualmente, podemos encontrar una amplia cantidad de definiciones de lo que se entiende por diseño emocional, ya que al ser considerada una interdisciplina²², depende del tipo de orientación que cada área del conocimiento le otorga. Entre las diversas denominaciones se encuentran diseño para las emociones, ingeniería emocional, diseño con consideración afectiva, entre otros. Sin embargo, existen ciertas características que nos hablan del mismo fenómeno, la consideración de las emociones de los usuarios de manera consciente en el proceso de investigación, análisis y evaluación para el desarrollo de un proyecto de diseño.

Este capítulo pretende mostrar un panorama global de lo referente al diseño emocional, es decir, su descripción, características, metodologías y aplicaciones actuales en otros países, así como a sus representantes más importantes y sus líneas-enfoques de investigación en torno al diseño y la emoción. Lo anterior será logrado utilizando modelos conceptuales que sintetizen y clarifiquen la información. Aunado a esto, se mostrarán por separado el concepto de diseño y el de emoción con la intención de esclarecer la importancia que tiene para el desarrollo del diseño que las emociones de los usuarios sean consideradas por los diseñadores en sus proyectos.

²² En este punto cabe aclarar lo que se entiende por los conceptos de multidisciplina, interdisciplina y transdisciplina que erróneamente se pueden llegar a utilizar como sinónimos. La multidisciplina hace referencia al trabajo realizado por muchas disciplinas; la interdisciplina plantea que el trabajo no sólo se realiza por muchas disciplinas sino que aduce que se desarrolla a través de y entre diversas disciplinas, lo que implica una relación más cercana que el trabajo multidisciplinario; y la transdisciplina corresponde al trabajo desarrollado entre múltiples disciplinas pero con una interacción tal, en la que desde una disciplina se pueden plantear o proponer “mejoras” en el trabajo que correspondería a otra disciplina, esto es “atravesar” los límites de las disciplinas.

Entre los principales representantes de este enfoque de diseño se encuentran: Mitsuo Nagamachi, fundador de la ingeniería Kansei que él mismo define como la tecnología de la traducción de los sentimientos del consumidor respecto al producto, a elementos de diseño; Pat Jordan, quien ha realizado estudios acerca de los factores humanos así como el tema de la usabilidad de los productos, introdujo estos conceptos de diseño a la empresa Philips; Pieter Desmet, quien ha desarrollado toda una metodología cuantitativa para evaluar el tema de las emociones y relacionarlas con los diversos productos de diseño, y cuyo trabajo está reunido en su tesis *Designing Emotions*; Donald Norman quien posee una gran experiencia en el tema del diseño centrado en el usuario y su usabilidad teniendo también gran influencia en la empresa norteamericana Mac (Apple).

Para poder hablar de diseño emocional y establecer la base para el desarrollo de este trabajo, inicialmente se desarticulan los dos conceptos que este término incluye, diseño y emoción. Posteriormente se describe lo que se entiende por el concepto diseño emocional.

Diseño

La aclaración del término “diseño” no busca dar una definición más a las ya aportadas a la disciplina por diversos teóricos, sino ir estableciendo las bases del discurso en torno al término “diseño emocional”. Luego entonces, por *diseño* se entiende:

“la actividad encargada de la resolución de problemas referentes a la satisfacción de deseos de un grupo de personas o individuo determinado; dicha resolución, se da por medio del análisis de los diversos factores que se interrelacionan al momento en que estos individuos llevan a cabo cierta

actividad y en la cual se da una interacción con un *objeto externo*²³ dentro de un entorno específico. Posterior a este análisis se genera una propuesta para satisfacer el deseo *materializando*²⁴ **finalmente la solución presentada**".

Como se puede apreciar, existen diferentes etapas dentro del proceso de diseño y a muy grandes rasgos son: observación y análisis de la situación, propuesta, evaluación de la propuesta y materialización. Para no caer en una descripción reduccionista, cabe aclarar que cada una de estas etapas está conformada por un sin número de elementos y que el proceso de diseño es un ejercicio dinámico, es decir, que si bien existe una secuencia, ésta no implica que no se pueda retomar una etapa anterior con la intención de mejorar el resultado final; también debe mencionarse que la profundización en cada una de las etapas se da dependiendo del deseo que se requiere satisfacer.

Tomando en cuenta la descripción de diseño anterior, puedo decir que cualquier persona puede diseñar; sin embargo, no cualquier persona es diseñador. Es decir, cualquier persona podrá satisfacer sus deseos aplicando un esquema como el descrito anteriormente – analizando, proponiendo, evaluando y materializando- pero lo que lo convierte en un diseñador es el hecho de abordar todas las etapas en busca de satisfacer el deseo de una o varias personas de *manera consciente y reflexionada*.

²³ Por *objeto* entiendo una concepción más amplia que la definición enciclopédica que este concepto encierra, es decir, que pueden tomarse como objeto algún servicio o cualquier intención de impactar perceptivamente al individuo por medio de múltiples herramientas. Y me refiero a la palabra *externo* en función de que no se da dentro del individuo que lo utiliza.

²⁴ El concepto *materializar* lo entiendo de tal manera que no debe existir un bien físico para que se lleve a cabo la materialización de la propuesta, sino que logre impactar en la percepción de la persona que lo usa.

Considerando esto, puedo observar que el análisis de las personas (*usuarios*)²⁵ es el aspecto que distingue e identifica la actividad de los diseñadores. Un diseñador puede enfocarse al **desarrollo de objetos materiales como un “suéter para un perro”** pero esto no pretenderá cubrir la necesidad del perro de evitar el frío sino satisfacer el deseo del dueño de proteger a su mascota. Esta visión puede parecer antropocéntrica, en realidad lo es, pero surge de la realidad que ha prevalecido en el desarrollo de esta disciplina y en general el desarrollo de la humanidad.

En este punto podríamos argumentar que el diseño ha dejado de lado diversos aspectos –digamos el medioambiental- que le incumben, debido a la perspectiva antropocéntrica, pero dicha problemática será tratada en el capítulo referente a la complejidad. En este apartado seguiremos con la relación del diseño y la emoción, en tanto que la emoción es un aspecto que encontramos de manera inamovible en una persona (a menos que sufra de una patología específica) y es hacia las personas que va dirigido el diseño.

Emoción

Para iniciar tomemos el concepto de emoción según el diccionario de la Real Academia de la Lengua: **(Del lat. *emotio*, -ōnis).**

²⁵ Tomo el término usuario no con la intención de deshumanizar al individuo como se ha dado en el paradigma racionalista que prevalecía hasta hace unas décadas donde sólo se consideraban las características visibles, racionales y cuantitativas, sino como la persona que hará uso del objeto por diseñar y que en su estructura presenta una complejidad mayor que la de simple partícipe de una acción.

1. f. Alteración del ánimo intensa y pasajera, agradable o penosa, que va acompañada de cierta conmoción somática.
2. f. Interés expectante con que se participa en algo que está ocurriendo.²⁶

De estas definiciones podemos encontrar dos elementos que acompañan a la emoción y que son el psicológico -alteración del ánimo intensa y pasajera- y la fisiológica -acompañada de cierta conmoción somática. Sin embargo, esta definición es insuficiente para poder desarrollar un estudio sobre la emoción en el diseño ya que no se menciona a qué se deben las emociones, qué papel juegan en la vida de las personas, cómo se distinguen de otros fenómenos mentales, cómo se clasifican y explican, cómo se vinculan con la razón, cuál es su lugar dentro de la cultura, entre otras cuestiones; por tal motivo a continuación expongo algunos de los conceptos principales que componen a la emoción desde dos enfoques: la filosofía y la psicología, debido a que es en estas disciplinas en donde tradicionalmente se ha desarrollado el estudio de la emoción.

En el ámbito de la filosofía se puede percibir que la emoción se encuentra invariablemente en contraposición a la razón. También se puede destacar que cada autor le atribuye a las emociones diferentes niveles de importancia respecto a la razón. A grandes rasgos, se aprecian dos vertientes del pensamiento: una expone a la emoción sin ningún valor trascendental, reduciéndola a la merced del juicio; la otra vertiente le otorga a las emociones autonomía de la razón, es decir, que estos dos aspectos se complementan para poder conseguir un

²⁶Del diccionario de la Real Academia de la Lengua Española en su versión en línea http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=emoción

equilibrio dentro del universo constituido por el mundo y las interrelaciones que se generan en los diversos aspectos (sociales, políticos, económicos, etc.) que lo conforman. Además, se ha sugerido **con frecuencia que las emociones son “irracionales”, pero si** consideramos que las emociones abarcan creencias, resulta obvio que no es irracional, es decir, encuentran fundamento en experiencias vividas por la persona que las siente.

Desde la psicología, se pueden percibir las teorías de la sensación y fisiología, las conductuales, evaluativas y cognoscitivas.²⁷ Las teorías de la sensación y fisiológica, tienen su fundamento en hacer un análisis de las emociones sobre lo que las causa, debido a que reducen a las emociones a simples sensaciones y por lo tanto, según esta perspectiva, las emociones no pueden constituir los deseos, conductas, percepción de objetos, etc. Es decir, que toman como **centro de análisis al “sentimiento” o experiencia** subjetiva. La diferencia principal entre estas dos teorías (de la sensación y la fisiológica) es que en la primera se persigue la explicación de cómo se experimentan las emociones; en la segunda, si bien no se deja de lado cómo se experimentan las emociones, se centra en las alteraciones fisiológicas de las personas al emocionarse.

El enfoque conductual, como su nombre lo indica, marca su estudio a partir de las conductas observables. Su principal argumento en contraste con las de la sensación es que, centrarse en los sentimientos sería tomar como único punto de referencia las experiencias privadas y siendo que las emociones se dan también a

²⁷ Calhoun, Cheshire y Solomon, Robert C., comp. *¿Qué es una emoción? Lecturas clásicas de psicología filosófica*, México, Fondo de Cultura Económica, 1996. p. 38.

partir de la observación de emociones de otros, proponen un estudio en esta dirección.

Las teorías evaluativas corresponden al pensamiento que enmarca a las emociones como indicadores de valor sobre el objeto del cual tenemos el sentimiento. Es decir, que pueden ser juicios de valor o creencias no expresadas. Por último, las teorías cognoscitivas toman a las emociones como algo que depende total o parcialmente de las interpretaciones o creencias de una cosa o situación (cognición), que se dan de manera lógica o casual.

Adicional a los enfoques desde la filosofía y la psicología, encontramos un punto de vista desde la biología, la teoría planteada por Humberto Maturana en la que propone que las emociones son disposiciones corporales que especifican en cada instante el dominio de acciones en que se encuentra un animal (humano o no). Maturana parte del argumento de que el lenguaje es el que estructura la vivencia humana, es decir, que esto es lo que brinda la posibilidad de relación entre diversas personas, lo que genera las redes sociales. Identifica al individuo no como un opuesto de lo social sino que se rige por estar vinculado indisolublemente con otros individuos (lo social). Si bien, parte de fundamentos extraídos desde la biología, considero que retoma diversos elementos que se han explicado en las teorías de la emoción antes citadas y de manera cercana con las cognoscitivas en función de que las creencias (mencionadas en las teorías cognoscitivas) surgen de la relación del individuo con su entorno y redes sociales.

Por todo lo anterior, se puede inferir que el estudio de este aspecto fundamental del ser humano ha sido abordado desde la

filosofía griega clásica hasta nuestros días. También se puede apreciar que el estudio de las emociones se ha dado desde diversos enfoques y disciplinas, lo que aunado al tiempo de estudio, ha generado un amplio cuerpo de conocimiento en torno a este concepto. Sin embargo, el estudio de las emociones desde la disciplina del diseño se ha dado en épocas relativamente recientes.²⁸

Diseño emocional

Se ha concluido que el diseño es una actividad humana que va dirigida a la satisfacción de los deseos de las personas; por otro lado, se ha dejado claro que la emoción es un aspecto intrínseco de todo ser humano, por lo tanto, se puede concluir que el diseño, en tanto que es una actividad humana, contiene una carga emotiva. Sin embargo, existen dos maneras de analizar la emoción en el diseño: uno podría ser aquel punto de vista que considera las emociones del diseñador al desarrollar su actividad; el otro, es aquél que considera las emociones que una persona experimenta como resultado de la práctica del diseñador. El primer enfoque parecería que no cabe en esta discusión en tanto que no se refiere a la práctica de diseño como se ha descrito, sino que conduce a la visión propia de un artista.²⁹ No obstante, siendo que las decisiones del diseñador impactan directamente en el desarrollo de los proyectos, en el último capítulo se desarrollará

²⁸ En la arquitectura se puede considerar como primer ejemplo de una arquitectura cuya principal función es la emoción, el Museo del Eco, inaugurado el 7 de septiembre de 1953 en la Ciudad de México. En oposición a los excesos racionalistas del llamado estilo internacional, la arquitectura emocional buscaba ajustar los valores del funcionalismo a “una concepción espiritual moderna”, Garza Usabiaga, Daniel en *Ecos de Goeritz*, revista La tempestad, volumen 7, número 47, marzo-abril 2006, Monterrey, p.38.

²⁹ Entendiendo por artista a la persona que desarrolla una actividad con fines de expresión personal.

brevemente cómo es que se da el vínculo entre los polos razón y emoción en el pensamiento del diseñador al ejercer su profesión.

Por otro lado, se sabe que el análisis de las emociones de las personas que utilizan un objeto de diseño no se realiza de manera consciente y estructurada en el desarrollo de los proyectos sino hasta fechas recientes.

A continuación se hace un recorrido sobre algunos enfoques que persiguen este objetivo: desarrollar proyectos de diseño considerando de manera consciente la emoción de los usuarios.

Establecer con certeza el inicio del diseño emocional sería una gran tarea; sin embargo, se pueden vislumbrar los posibles caminos de los cuales surgió, con la intención de avanzar en la discusión. Con esta meta pueden apreciarse como punto de partida tres enfoques en la práctica del diseño que consideran de cierta manera las emociones de los usuarios para el proceso de diseño: diseño centrado en el usuario, diseño de interfases hacia la usabilidad y el diseño de escenarios.³⁰

Estos tres enfoques como menciona Saravia Pinilla “...marcan una clara tendencia a mantener muy cerca del ejercicio proyectual al usuario, al sujeto, al ser humano.”³¹

La ingeniería Kansei es otro de los caminos que se marcan como precursores de esta visión del diseño hacia lo emocional³² y Jordan, la

³⁰ Saravia Pinilla, Martha Helena, Tesis de Maestría en Diseño Industrial *Ergonomía y diseño: de la teoría a la práctica*, México, UNAM, 2002.

³¹ *Ibidem*.

³² Jordan, Patrick W., *Designing pleasurable products*, Florida, Taylor & Francis, 2000. p. 178

describe como una metodología que “ayuda al investigador a entender la relación entre las características formales y de experiencias de un producto” y que puede manejarse de dos *maneras de fluir*, la primera es *fluir desde el diseño al diagnóstico*, y la otra es *fluir desde el contexto hacia el diseño*.³³

Parecería que el diseño emocional sólo se da desde un punto de vista metodológico; no obstante, al analizar algunos modelos utilizados para generar proyectos de diseño desde una perspectiva emocional se puede vislumbrar que no sólo la metodología utilizada se enfoca en las emociones de las personas, sino que, el enfoque que se da desde un inicio al proyecto resalta la importancia del concepto emoción. Para explicitarlo mejor, se utiliza el cuadro 1 que contiene diversos modelos que se consideran en el desarrollo de proyectos **emocionales** (productos, servicios, interfases, etc.) En este cuadro (cuadro 1) se presentan cuatro autores que han desarrollado proyectos de diseño dando énfasis en las emociones de los usuarios al interactuar con el objeto diseñado. La relevancia de presentar este cuadro es resaltar los aspectos por autor. En los planteamientos (Jordan y Norman), se puede apreciar que consideran a la razón (beneficios prácticos en Jordan; y reflexivo en Norman) y a la emoción (beneficios emocionales en Jordan; y visceral en Norman) como aspectos aparentemente independientes, pero en realidad sólo es el énfasis en uno u otro (razón o emoción) por parte de las personas que interactúan con el objeto. **Esto es importante debido a que han “librado” el falso pensamiento de que la razón y la emoción no están vinculadas.** Es decir, que existe un rango entre estos dos polos en la toma de decisiones de las personas.

³³ *Ibidem*, p. 178-179.

En los otros dos casos (Desmet y Fogg) el tratamiento entre razón y emoción se da más como rango que como polos.

	NIVEL EMOCIONAL		
SISTEMA	Cómo se ve, suena, siente	Cómo interactúa con el usuario	Cómo lo caracterizamos
Fisiología del cerebro Triuno	Reptílico (cerebro reptiliano)	Límbico (mamífero)	Neocorteza (nuevo cerebro mamífero)
Psicología	Inconsciente	Inconsciencia y consciencia	Consciencia
Griegos Tipos de amor platónico	Eros	Philia	Agapé
Términos comunes	Atracción/Lujuria	Vinculación	Relación y compromiso
MODELOS en el DISEÑO	[En el tiempo]		
Jordan (2000)	Beneficios hedonistas	Beneficios prácticos	Beneficios Emocionales
Desmet (2002)	Objetos	Agentes	Eventos
Foog (2003)	Herramienta	Medio	Actor Social
Norman (2004)	Visceral	Comportamiento	Reflexivo

Cuadro 1. Modelos para el diseño y emoción.³⁴

Al analizar el cuadro 1 podemos destacar que todos los autores consideran tres divisiones importantes en el desarrollo de los proyectos: Objeto (cómo se ve, suena o siente); agente (la interacción con el usuario); y evento (cómo las personas interpretan el objeto de

³⁴ Traducción del cuadro presentado por Trevor van Gorp en su artículo *Entendiendo los modelos de diseño para las emociones* (Understanding Design for Emotion Models). De este cuadro sólo se tomaron cuatro modelos de diseño de los seis que contiene, por la relevancia de los trabajos desarrollados por los autores seleccionados. De la página de internet Affective design <http://www.affectivedesign.org/archives/199>

estudio). A continuación se desglosan los temas comunes que muestra el cuadro por autor³⁵:

Jordan (diseño de productos)

Patrick W. Jordan es un estratega de diseño, comercialización y marca. Es consultor de diversas empresas de gran éxito en el mundo. Pasó sus primeros años en diversas funciones de gestión de diseño dentro de Philips. Ha sido profesor visitante en diversas universidades del mundo y está en la Junta Asesora en la Universidad de Delft en Holanda. Su trabajo se ha centrado en el desarrollo de productos con énfasis en factores humanos y usabilidad. Algunos de sus libros destacados son: Designing Pleasurable Products; How to Make Brilliant Stuff that People Love; Pleasure with Products: Beyond Usability; y Human Factors in Product Design.



Imagen 1. Patrick Jordan³⁶

Beneficios hedonistas: Placeres estéticos y sensoriales.

Beneficios prácticos: Resultados de las pruebas.

Beneficios emocionales: Cómo se ven afectadas las emociones de las personas por los productos.

Desmet (diseño de productos)



Profesor asociado en el Departamento de diseño industrial de la Universidad Tecnológica de Delft. Se graduó como diseñador industrial, y en 2002 obtuvo un doctorado en el cual centró su investigación en la experiencia emocional del producto. Sus trabajos han sido publicados en importantes revistas internacionales y presentado en las plataformas internacionales. Pieter es co-fundador y miembro del consejo de la Internacional de Diseño para la Sociedad de la emoción.

Imagen 2. Pieter Desmet³⁷

³⁵ *Ibidem.*

³⁶ Para conocer más sobre el trabajo de Jordan el lector puede indagar en la página de internet personal de Jordan. <http://www.patrickwjordan.com/>

Producto como objeto: Valoraciones de la apariencia en contraposición a las actitudes.

Producto como agente: Valoraciones de legitimidad en contraposición a las normas.

Producto como evento: Valoración de las implicaciones emotivas contra los objetivos.

Fogg (diseño de interfaces computacionales)

BJ Fogg es mejor conocido por promover el concepto de "captología", una palabra que acuñó para describir la superposición entre la persuasión y las computadoras. Fogg utilizó métodos de la psicología experimental para demostrar que las computadoras pueden cambiar los pensamientos de las personas y los comportamientos de una manera predecible. Su tesis de doctorado se tituló "Las computadoras carismáticas". Fundó el Laboratorio de Tecnología Persuasiva de Stanford. En 2003, publicó el libro Tecnología Persuasiva: Uso de Computadoras para cambiar lo que pensamos y hacemos. Este libro sienta las bases para captología.



Imagen 3. BJ Fogg³⁸

Tecnología como herramienta: Valor instrumental.

Tecnología como medio: Ayuda a representar la información e identificar relaciones entre causas y efectos.

Tecnología como actor social: Respuestas emocionales a la tecnología.

³⁷ Para profundizar en el trabajo de Desmet dirigirse a la página web <http://www.design-emotion.com/2006/11/05/getting-emotional-with-dr-pieter-desmet/>

³⁸ Más datos sobre el trabajo de BJ Fogg en <http://bjfogg.com/>

Norman (diseño de productos)



Don Norman es profesor en el Instituto de ciencia de Corea y tecnología (KAIST), cofundador de Nielsen Norman Group y ex Vicepresidente de Apple Computer. Es el autor de The Design of Everyday Things, Diseño emocional y The design of future things. Su libro, Living with complexity, se publicará en septiembre de 2010.³⁹

Imagen 4. *Donald Norman al centro*

Diseño Visceral: Apariencia y cualidades tácticas.

Diseño de comportamiento: Efectividad y uso sencillo.

Diseño reflexivo: Autoimagen, satisfacciones personales y memoria.

Estos autores que corresponden a lo que se denomina *diseño emocional*, no sólo se distinguen de otros enfoques de diseño por el uso de metodologías cualitativas, sino que persiguen desde su planteamiento, satisfacer los deseos de las personas a las que van dirigidos los objetos a diseñar.

Tal vez el factor principal por el cual se reconoce a esta **tendencia de analizar las emociones de “usuarios” como diseño emocional**, se deba al libro escrito por Donald Norman El diseño emocional. Por qué nos gustan (o no) los objetos cotidianos,⁴⁰ el cual ha tenido gran difusión al estar traducido del inglés a diversos idiomas como chino, japonés, italiano y español. También por significar un

³⁹ Biografía obtenida en el sitio de Norman www.jnd.org. Revisar este sitio para profundizar en su trabajo.

⁴⁰ Norman, Donald A, *El diseño emocional. Por qué nos gustan (o no) los objetos cotidianos*, Barcelona, Paidós, 2005.

cambio aparente de perspectiva en el trabajo que Norman venía desarrollando con anterioridad y que estaba ligado a la usabilidad desde el punto de vista funcional.

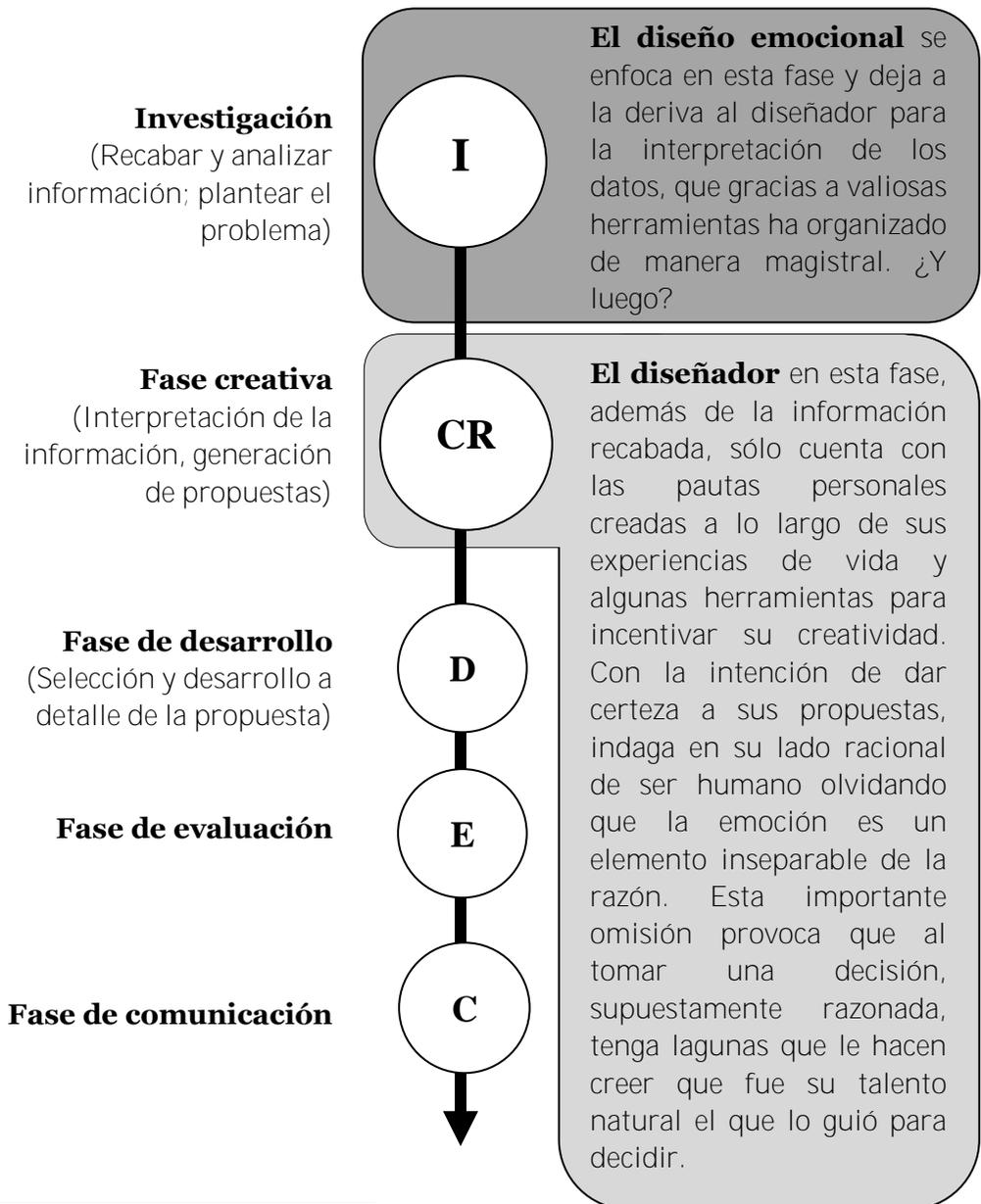
Otro posible aspecto fundamental para el reconocimiento de lo que se denomina diseño emocional es el nacimiento de la **Design and Emotion Society encargada de “facilitar y compartir el diálogo entre practicantes, investigadores y la industria para integrar los temas respecto a la experiencia emocional a la profesión del diseño”**.⁴¹ Dicha sociedad surge al finalizar las conferencias organizadas por el departamento de diseño industrial de la Delf University of Technology **en 1999, en la cual se reunieron ponentes de “todo el mundo para presentar sus investigaciones y puntos de vista sobre diversos tópicos como diseño para los sentidos, experiencias participativas, aspectos irracionales de la tecnología, emociones mezcladas e ingeniería Kansei”**.⁴² En octubre de 2008 se llevó a cabo la 6th Design & Emotion Conference en Hong Kong organizada por este mismo organismo, a la cual tuve la oportunidad de asistir. En las conferencias presentadas en dicho evento se pudo apreciar que el eje rector general era la preocupación de atender las emociones que se dan en las personas al hacer uso de objetos-servicios diseñados. Los tres campos en los que se agrupaban las participaciones fueron: teórico, metodológico y práctico (casos de estudio); quedó claro que los acercamientos a las diversas problemáticas no se unificaban por utilizar cierta metodología sino por la inquietud de atacar al diseño considerando las emociones de las personas.

⁴¹ Traducido de la página oficial de la organización Design and emotion. Mayo 2010. <http://www.designandemotion.org/society/about/>

⁴² McDonagh, Deana et al, *Design and emotion. The experience of everyday things*, London, Taylor & Francis, 2004.

Después de lo anterior, se puede inferir que el estudio de la emoción desde la perspectiva del diseño ha seguido el mismo patrón que mencioné en la introducción, el cual es enfocarse en **el “objeto”** a materializar tras la actividad del diseñador. En el caso de las propuestas presentadas del diseño emocional el punto focal se da en la interacción entre usuario y objeto. Lo anterior, brinda certeza para emprender la labor del diseñador, pero sólo impacta en la calidad de la información, y aunque genera ciertas pautas para poder comenzar a trabajar sigue dejando a la deriva al diseñador en el momento de la toma de decisiones para presentar propuestas debido a que estas **pautas son “externas”**. En las propuestas de diseño emocional también se presentan ciertas herramientas para comenzar a generar propuestas, pero no dependen del enfoque personal de cada diseñador.

Para aclarar lo anterior, ilustro a continuación un esquema del proceso de diseño⁴³.



⁴³ Este esquema no pretende ser rígido ni reduccionista, sino establecer fases importantes en el desarrollo de proyectos en el entendido de que este proceso es iterativo y no lineal. Tampoco se pretende afirmar que las dos primeras fases son más importantes que las últimas tres, el tamaño de los círculos es por cuestiones ilustrativas. Además, se sabe que, la cantidad de fases puede variar según el enfoque y la profundidad del proyecto. Para ampliar la información en torno a este tema se recomienda consultar a Cross, Nigel, *Métodos de diseño: estrategias para el diseño de productos*, Limusa Wiley, México, 2008, págs.190.

El esquema anterior, plantea el dilema que tiene el diseñador al tomar decisiones en la fase creativa del proceso de diseño. Y si bien esto parece ser uno de los enigmas de la disciplina del diseño, considero que puede ser de gran ayuda que el diseñador comience su trabajo en la fase creativa con un enfoque más amplio (holístico). Partiendo de esta premisa es que se propone estudiar la teoría de la complejidad en el próximo capítulo, para poder generar un modelo que **abone la tan difusa “tierra” (fase) creativa del proceso de diseño, considerando que las pautas “internas” del diseñador son de gran ayuda.**⁴⁴

⁴⁴ Estas pautas internas están compuestas por la dualidad razón-emoción inseparable en el ser humano.

II

Teoría de la complejidad: Nociones básicas

Hablar de la teoría de la complejidad representa una labor difícil. Es importante aclarar que en realidad podríamos estar hablando de las teorías de la complejidad, ya que, lograr definir los límites de una teoría que abarque la gama de complejidades del ámbito de lo natural y lo humano es ambicioso. Se enfatiza lo anterior porque en realidad los conceptos que sustentan el estudio de lo complejo surgen principalmente en las matemáticas y a partir de sus bondades cualitativas que se han retomado en disciplinas dedicadas a estudios sociales (en los que, cabe resaltar, predominan los aspectos cualitativos para la interpretación y estudio de los datos)⁴⁵. Siguiendo esta línea de pensamiento podemos retomar las palabras de Munné Frederic.

“A mi modo de ver, hay cuatro grupos de teorías que realizan aportaciones fundamentales al tema de la complejidad. La más sorprendente es la teoría de los fractales; la más discutida, la de las catástrofes; la más fructífera, la teoría del caos; y la más subversiva, la teoría de los conjuntos borrosos o difusos.”⁴⁶

Una manera de poder entender la complejidad es haciendo uso de una de las características principales que debe tener cualquier diseñador que se precie de serlo: la observación. En la observación de la vida cotidiana se puede apreciar que no existe división alguna de factores que influyan en la toma de decisiones; el siguiente ejemplo nos puede ayudar a entender mejor este punto: una experiencia ordinaria

⁴⁵ Si el lector busca profundizar en el estudio de lo complejo desde esta perspectiva en la que se aglomeran diversos conceptos planteados en teorías diferentes un punto de inicio puede ser el artículo de Munné, Frederic *Las teorías de la complejidad y sus implicaciones en el comportamiento social*. Revista Interamericana de Psicología, 1995, 29, 1-12. Reproducido en: <http://www.portalsicologia.org/documento.jsp?idDocumento=2064>. También se recomienda la página personal de este autor: <http://www.ub.edu/dppss/pg/fmunne.htm>. Se debe de tomar en cuenta que este puede ser un punto de partida y de ahí cada lector podrá seguir indagando según sus intereses.

⁴⁶ Munné, Frederic, *ibidem*.

en la vida de cualquier persona es el momento en el que siente hambre, generalmente, no externa su sentimiento de hambre, sino que actúa en función del sentimiento físico y biológico, acercándose a la despensa o buscando dentro del refrigerador. Si lo único que buscara fuera saciar el hambre tomaría cualquier alimento y se lo llevaría a la boca, pero el hambre que percibe no sólo tiene que ver con su necesidad fisiológica de comer, también está la asociada a la hora del día a la que se tiene la sensación de apetito, por lo tanto no basta con comer algo, sino que **necesito algo “adecuado” para comer** a cierta hora. Digamos que es hora del desayuno, por lo tanto, podría hacerse un jugo, un café, comer un pan dulce y, por qué no, un huevo revuelto acompañado de unos chilaquiles, sin embargo, en sus pensamientos, aún sin hacerlos conscientes o verbalizarlos, pasa la idea de que una hora más tarde se encontrará haciendo sus ejercicios matutinos, digamos correr en un parque o cualquier otra actividad que se hace a esa hora del día. Así que un desayuno de este tipo implicaría que su cuerpo no estaría en las condiciones idóneas para ejercitarse. Como estos, podrían surgir muchos más factores del por qué al final decidió tan sólo comer un pan tostado y un jugo de naranja, pero todo en realidad hubiera ocurrido en segundos sin que se diera cuenta que todas estas consideraciones formaron parte activa de su decisión. Aquí lo importante no es tanto la velocidad con la que tomó la decisión de comer lo que comió, sino que para decidirse, pudo haber tenido un número infinito de razones que sería sumamente complicado describir cada una de ellas.

Esto puede ejemplificar el aspecto de la teoría de la complejidad, en el cual lo importante no es cuántos factores están en juego sino cómo se relacionan entre sí para formar un todo. La complejidad está en la vida diaria y por lo tanto en el diseño. Así que, sin afán de explicar

la teoría, pretendo establecer algunos elementos importantes que muestran de cierta manera nuestro actuar complejo como diseñadores. Esta actitud se da en el proceso de diseño, y en éste existe un sinfín de decisiones tomadas por el diseñador para obtener un resultado adecuado de cada proyecto. Se considera que estas decisiones son hechas de manera racional, sin embargo, lo analizado en el capítulo I sobre las emociones según las teorías cognoscitivas nos indica que no es completamente cierto. Un ejemplo de cómo poder entender lo anterior, surge de lo revisado sobre la teoría de los conjuntos borrosos⁴⁷. Supongamos que tenemos dos conjuntos: el conjunto A (aspecto racional); y el conjunto B (aspecto emocional), tomando una de las principales características de esta teoría se puede decir, que hay elementos del conjunto A que también pertenecen al conjunto B y viceversa. Por tal motivo, si habláramos de conceptos que pertenecen a la categoría de lo racional y al mismo tiempo a la categoría de lo **emocional los “límites”** de ese concepto serían borrosos, es decir, su categoría no quedaría claramente establecida al no ser ni completamente racionales o completamente emocionales. Esta reflexión, aunado al hecho de que en el proceso de diseño el diseñador hace interpretaciones de la información, me conduce a introducir en esta tesis a la hermenéutica, en específico, la hermenéutica analógica siendo que esta se plantea a partir de dicotomías y el intervalo entre los polos de éstas se describe como en equilibrio dinámico (o en otros términos se pueden considerar borroso). Por lo anterior, al final de este capítulo se describen algunos puntos importantes de la hermenéutica analógica.

⁴⁷Este ejemplo es una reflexión personal y surge del análisis de lo planteado por Munné, Frederic, *ibidem*.

Noción de complejidad

Para entrar en materia, se hace un breve recorrido por algunos autores que trabajan el concepto de complejidad.

Edgar Morin, en su *Introducción al pensamiento complejo* plasma el concepto de complejidad al preguntarse “¿qué es la complejidad? “. A primera vista la complejidad es un tejido (*complexus*: lo que está tejido en conjunto) de constituyentes heterogéneos inseparablemente **asociados: presenta la paradoja de lo uno y lo múltiple... la complejidad desde la emoción y la razón.** Describe la complejidad como:

“el tejido de eventos, acciones, interacciones, retroacciones, determinaciones, azares, que constituyen nuestro mundo fenoménico. Así es que la complejidad se presenta con los rasgos inquietantes de lo enredado, de lo inextricable, del **desorden, la ambigüedad, la incertidumbre... De allí la necesidad, para el conocimiento, de poner orden en los fenómenos rechazando el desorden, descartar lo incierto, es decir, de seleccionar los elementos del orden y de certidumbre, de quitar ambigüedad, clarificar, distinguir, jerarquizar... Pero tales operaciones, necesarias para la inteligibilidad, corren el riesgo de producir ceguera si eliminan a los otros caracteres de lo complejo; y efectivamente... nos han vuelto ciegos**”.⁴⁸

Esta reflexión de Morin me da pie para presentar algunas de las ideas planteadas por Steven Johnson acerca de la emergencia de sistemas como las ciudades:

“Las ciudad es compleja porque abrumba, sí, pero también porque tiene una personalidad coherente, una personalidad que se autoorganiza a partir de millones de decisiones individuales, un orden global construido a partir de

⁴⁸ Morin, Edgar, *Introducción al pensamiento complejo*, Barcelona, Gedisa, 1996, p. 32.

interacciones locales. Ésta es la complejidad <<sistémica>> que Engels vislumbró en los boulevares de Manchester... un extraño tipo de orden, un patrón en las calles que trascendía los valores políticos de la elite de Manchester sin haber sido deliberadamente planeado por ella”.⁴⁹

A partir de la observación de organismos vivos (enjambre de hormigas), Johnson propone cinco principios fundamentales para que puedan desarrollarse sistemas donde la macrointeligencia y la adaptabilidad deriven del conocimiento local: más es diferente, la ignorancia es útil, alentar los encuentros casuales, buscar patrones en los signos, prestar atención a tus vecinos.⁵⁰ La importancia de mencionar estos principios es que de una u otra forma se pueden apreciar en el gremio de diseñadores al ejercer su profesión.

Por otro lado, podemos mencionar a Humberto Maturana Romesín, como el creador del concepto de organización circular que más tarde se transformaría, con la ayuda de Francisco Varela, en el concepto de *autopoiesis*.⁵¹ “*Auto*, por supuesto, significa <<sí mismo>> y se refiere a la autonomía de los sistemas autoorganizadores; *poiesis*, que tiene la misma raíz griega que poesía significa <<creación>>. Así pues, *autopoiesis* significa <<creación de sí mismo>>”.⁵²

Me gustaría resaltar la idea que Humberto Maturana plantea sobre los fenómenos en las relaciones humanas desde el punto de vista biológico, utilizando al lenguaje como primer elemento que permite

⁴⁹ Johnson, Steve, *Sistemas emergentes o que tienen en común hormigas, neuronas, ciudades y software*, México, Turner y Fondo de Cultura Económica, 2003, p. 37.

⁵⁰ *Ibidem*, p. 71-72.

⁵¹ Capra, Fritjof, *La trama de la vida: una nueva perspectiva de los sistemas vivos*, Barcelona, Anagrama –Compactos-, 2009, p. 113-115.

⁵² *Ibidem*.

desarrollar la interacción en los sistemas sociales humanos. Maturana hace una serie de afirmaciones con la intención de describir las sociedades humanas partiendo del lenguaje; subrayo el punto seis de los diez que plantea,⁵³ **en donde la reflexión en el lenguaje ocurre en “el amor (la simpatía, el afecto, la preferencia) en cualquiera de sus formas [puesto que] involucra las fuentes mismas de la socialización humana y por lo tanto, al fundamento de lo humano”**. Mi interés en destacar este punto es resaltar la importancia del aspecto emocional que he tocado en el primer capítulo y que en la visión de Maturana toma gran relevancia, y me atrevo a afirmar que es en la acción que la emoción **“promueve” donde se da la verdadera forma de experimentar la vida cotidiana de una manera que se aglutina lo vivido (experiencia) con lo consensuado (razón) partiendo de la intuición**. En este sentido, Morin, considera lo empírico y lo racional para describir el pensamiento complejo: **“...la visión compleja, cuando se llega por vías empírico-racionales a contradicciones, ello no significa un error sino el hallazgo**

⁵³ Sobre las sociedades humanas, Maturana dice: 1) Los sistemas sociales son constitutivamente conservadores; 2) los seres humanos podemos ser miembros de muchos sistemas sociales simultánea o sucesivamente; 3) el mecanismo fundamental de interacción en el operar de los sistemas sociales humanos es el lenguaje; 4) Para que exista un sistema social debe darse la recurrencia de interacciones cooperativas; 5) Nuestra individualidad como seres humanos es social y al ser humanamente social es lingüista, es decir, está inmersa en nuestro ser en el lenguaje; 6) En la medida que es la conducta individual de sus miembros lo que define un sistema social como una sociedad particular, las características de una sociedad sólo pueden cambiar si cambia la conducta de sus miembros; 7) La estabilidad de un sistema social depende de que no se interfiera con su carácter conservador; 8) en cada sistema social se conserva la identidad de la clase de seres vivos que lo integran; 9) En la medida que el fenómeno social humano se funda en el amor, relaciones sociales que dependen del ver al otro que el amor involucra... son propias del operar de un sistema social humano como sistema biológico y , por tanto, pertenece al quehacer social humano cotidiano; 10) Las relaciones de trabajo son acuerdos de producción en lo que lo central es el producto, no los seres humanos que lo producen. Por esto, *las relaciones de trabajo no son relaciones sociales*. Para profundizar en cada una de estas referirse a Maturana, Humberto, *Desde la biología hasta la psicología*, Santiago de Chile, Editorial Universitaria, 3ª edición, 1996. p. 78-82.

de una capa profunda de la realidad que, justamente porque es **profunda, no puede ser traducida a nuestra lógica**".⁵⁴

En las diversas teorías que podrían fundamentar una teoría de la complejidad existen conceptos que podemos encontrar directamente plasmados en el diseño como: flexibilidad, equilibrio dinámico, bucle o retroalimentación, la no linealidad, atractores extraños, y puntos de bifurcación⁵⁵. A continuación se describe brevemente el sentido de cada uno estos conceptos, con la intención de identificar su presencia en el desarrollo de proyectos de diseño siendo que forman parte crucial en la toma de decisiones en el desarrollo de los proyectos de diseño por parte de diseñadores industriales. Todos los conceptos que se describen y analizan se encuentran soportados por el vínculo entre ellos.

Flexibilidad. En el Diccionario de la Real Academia de la Lengua, se define como cualidad de flexible,⁵⁶ lo que nos lleva a determinar qué es flexible. En esta misma fuente podemos encontrar dos definiciones que pueden apegarse al uso que se le da en los planteamientos sobre complejidad. El primero es que no se sujeta a normas estrictas, a dogmas o a trabas y el segundo se refiere a ser susceptible de cambios o variaciones según las circunstancias o necesidades.⁵⁷ Por lo tanto, se entiende que flexibilidad es la cualidad de ser susceptible de cambios o variaciones según las circunstancias o necesidades, y qué mejor

⁵⁴ Morin, Edgar, *op. cit.*, p. 100.

⁵⁵ Cada uno de estos conceptos tiene una referencia clara en las teorías que fundamentan el estudio de lo complejo, para profundizar más en el tema referirse al artículo de la cita 36 de esta tesis.

⁵⁶ En el diccionario de la Real Academia de la Lengua vigésimo segunda edición versión en internet http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=flexibilidad

⁵⁷ En el diccionario de la Real Academia de la Lengua vigésimo segunda edición versión en http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=flexible

ejemplo para este concepto que el actuar de un diseñador en el desarrollo de sus proyectos; sin temor a equivocarme puedo decir que un diseñador siempre tiene flexibilidad.

Equilibrio dinámico. Este concepto surge de la noción de termodinámica y Morin lo desglosa de manera clara a partir del concepto de sistema abierto como se percibe en el siguiente ejemplo:

“Un sistema cerrado, como una piedra, una mesa, está en estado de equilibrio, es decir que los intercambios de materia y energía con el exterior son nulos. Por el contrario, la constancia de la llama de una vela, la constancia del medio interno de una célula o de un organismo [todos sistemas abiertos], no están ligados en modo alguno a un equilibrio semejante; hay, por el contrario, desequilibrio en el flujo energético que los alimenta y, sin ese flujo, **habría un desorden organizacional**”.⁵⁸

Lo anterior no significa que la vela siempre esté en busca del equilibrio, sino que se mantiene constante en tanto se mantenga su relación con el exterior. Estos elementos (la flama, la vela, el pabilo, el oxígeno del ambiente) forman parte del sistema.

Bucle o retroalimentación. Este concepto está ligado directamente con el anterior, al darse en el equilibrio dinámico una continua *alimentación* al sistema para mantener el sistema activo, o en el ejemplo de la vela, mantener la llama encendida. Para comprender mejor el concepto podemos dar el siguiente ejemplo: el molesto ruido que sale de una bocina cuando el micrófono está cerca, se debe a que hay un proceso de retroalimentación de una frecuencia inaudible. Este sonido sale de la bocina y es captada por el micrófono, lo que lo

⁵⁸ Morin, Edgar, *op.cit.*, p. 43.

traslada nuevamente a la bocina, que se vuelve a amplificar, así, el sistema se mantiene al volver a entrar en el micrófono. Un ejemplo, llamémosle visual, es la imagen que se continúa cuando se ponen dos espejos de frente y paralelos entre sí. En el ejemplo sonoro, el ruido (ondas) se amplifica y en el visual se reducen. Teniendo claro este concepto podemos entender el de no linealidad.

No linealidad. De inicio, podemos entender este concepto por su antagónico: lo lineal, que implica una secuencia, es decir, un orden claro en los sucesos de un evento. Un proceso de ensamblaje debe ser lineal, por ejemplo, no se puede pintar la carrocería de un auto, sin antes haber soldado todas sus piezas; éste es un ejemplo un tanto burdo pero que explica el concepto de lineal que representa la visión reduccionista de la ciencia clásica: el todo es igual a la suma de sus partes. “La realimentación, descrita anteriormente, da lugar al comportamiento no lineal. Un sistema que se describa por medio de ecuaciones no lineales no puede ser sujeto del principio de superposición, la acción de cada una de sus partes no puede ser separada, el sistema debe ser **considerado en su totalidad...**”.⁵⁹

Bifurcación. De la definición misma de este término queda claro su sentido: división de un camino, un río o un ramal. No obstante, en el contexto de la teoría de la complejidad cobra un sentido más amplio, es un cambio de rumbo con una nueva y evolucionada visión. Fernando Martín Juez, **comenta sobre la bifurcación que “irrumpe una propiedad emergente, se prueba una innovación que, si logra**

⁵⁹Chaparro Guevara, Graciela, *No linealidad, complejidad y sistemas sociales*, Virajes, Revista de Antropología y Sociología, Caldas, Colombia, No. 10, enero-diciembre 2008, p. 201-202.

reproducirse con éxito, predomina, sumando a los principios generadores u organizadores que le anteceden un nuevo principio generador u organizador. En la bifurcación las adaptaciones previas se someten a revisión en el nuevo contexto: si sus configuraciones son pertinentes, si las soluciones son eficientes para las nuevas condiciones, prevalecen; si no lo son, se extinguen como variedades y como propósitos o principios generadores u organizadores. En la bifurcación surge una propiedad emergente que adopta una cierta configuración adecuada a las nuevas condiciones”.⁶⁰ Vinculados directamente a estas bifurcaciones se encuentran los atractores extraños.

Atractores extraños. “Los *atractores extraños* corresponden a movimientos impredecibles, irregulares y aparentemente aleatorios que ocurren en un sistema dinámico”.⁶¹

“Además del comportamiento aperiódico e irregular con apariencia de aleatoriedad y de la convergencia a un atractor extraño, el comportamiento caótico también se caracteriza por la sensibilidad a las condiciones iniciales, es decir, pequeños cambios en el valor de la condición inicial producen **grandes cambios posteriores. A esta propiedad se la conoce como “efecto mariposa”**”.⁶²

Aunado a lo anterior, resalto el hecho de que en la teoría de la complejidad se considera el entendimiento de los fenómenos incorporando una perspectiva dialógica, ya que, “permite comprender la existencia simultánea y complementaria del orden y el desorden que

⁶⁰ Martín Juez, Fernando, *En el lugar de la bifurcación*, en prensa, Barcelona, Ellago Editores, 2009, p. 46.

⁶¹ Chaparro Guevara, Graciela. *op. cit.*, p. 207.

⁶² Chaparro Guevara, Graciela. *op. cit.*, p. 209.

posibilita la información como elemento organizador, y la complementariedad entre permanencia y cambio, base de la estabilidad dinámica del sistema”.⁶³ Por tal motivo, a continuación se describe el concepto de hermenéutica analógica, cuya principal característica es el manejo dialógico entre equivocidad y univocidad con una estabilidad dinámica.

Hermenéutica analógica

Para poder avanzar en la discusión se tiene que definir qué es hermenéutica. Se trata de la disciplina de la interpretación, trata de comprender textos; lo cual es colocarlos en sus contextos respectivos.⁶⁴ En el acto hermenéutico hay un texto, un autor y un intérprete. Para apropiarnos de lo anterior dentro de la disciplina del diseño podríamos **decir que en el acto hermenéutico del diseño hay un “objeto”, un diseñador y un usuario.** Avanzando dentro de la hermenéutica se pueden apreciar interpretaciones que intentan obtener la verdad absoluta que el autor quiso plasmar en su texto, esto es lograr una visión univocista; y por otro lado encontramos interpretaciones que pretenden declarar que existe un sin fin de interpretaciones en función del lector, visión equivocista. En el diseño estas interpretaciones las podemos vincular de dos maneras. La primera sería verlo desde el punto de vista del diseñador, es decir, el diseñador que pretende desarrollar sus proyectos con el uso exclusivo de un método buscando certeza para desaparecer la incertidumbre del resultado obtenido

⁶³ Bonil, J. *et al*, *Un nuevo marco para orientar respuestas a las dinámicas sociales: El paradigma de la complejidad*, Departamento de Didáctica de la Matemática y las Ciencias Experimentales de la Universidad Autónoma de Barcelona. p. 13.

⁶⁴ Beuchot, Mauricio, *op.cit.*

(visión univocista) y la postura del diseñador que intenta plasmar su visión como un acto de expresión de manera cercana a lo que un artista haría (visión equivocista). En nuestras decisiones se da una amalgama de estos dos extremos. La hermenéutica analógica es la que plantea esta amalgama como dice Beuchot, **con un pensamiento analógico** “... se abre la puerta a una racionalidad analógica (y no sólo a una hermenéutica analógica), que no caiga en la prepotencia de la univocidad, del univocismo, ni en el relativismo de la equivocidad, del **equivocismo**”.⁶⁵

Considerando que el diseño se da a partir de las interpretaciones que los diseñadores hacen de la situación inicial de cualquier proyecto podemos establecer que la hermenéutica y el diseño se encuentran fuertemente ligados, luego entonces, sabiendo que la hermenéutica analógica persigue, como en la teoría de la complejidad, mantener un pensamiento abierto y al mismo tiempo en equilibrio (dinámico) el diseño puede, dentro de la situación inicial de cualquier proyecto, establecer elementos dialécticos con la intención de lograr que el proyecto se dé de manera analógica (con sus factores equilibrados). Por lo tanto, se propone que dentro del análisis de los diseñadores en el inicio de los proyectos se haga consciente la mayor cantidad de factores que pueden intervenir en él arreglándolos de manera dialéctica con la intención de lograr la analogía, lo que dará como resultado una visión del diseño desde la teoría de la complejidad y de la hermenéutica analógica.

⁶⁵ *Ibidem.*

Algunas de las dualidades en el actuar como diseñador pueden ser analogizadas de la siguiente manera:

- Hacer consciente los aspectos:

Teóricos (unívoco) <lograr analogía> Prácticos (equívoco)

- Atender dentro del proyecto al objeto desde:

Función (unívoco) <lograr analogía> Forma (equívoco)

- Considerar dentro del proyecto la posibilidad de un acercamiento:

Ciencia (unívoco) <lograr analogía> Arte (equívoco)

- Desarrollo de un proyecto advirtiendo en el usuario:

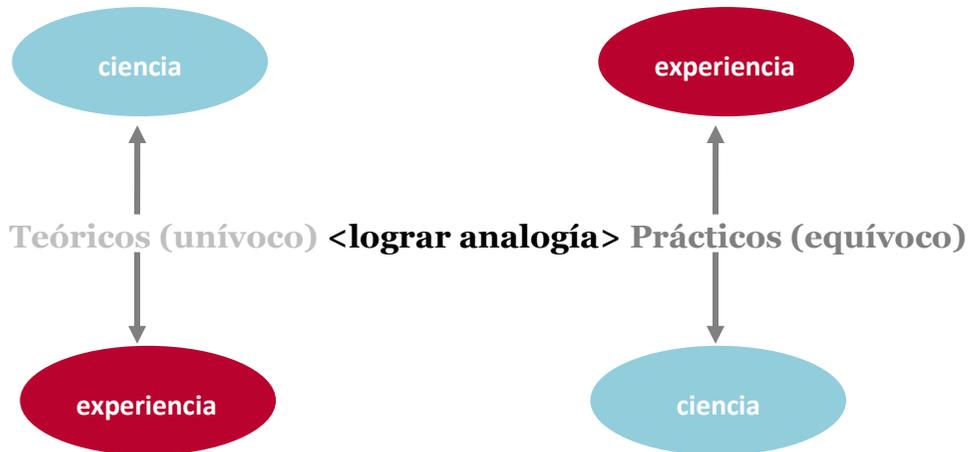
Razón (unívoco) <lograr analogía> Emoción (equívoco)

- Trabajar de forma:

Individual (unívoco) <lograr analogía> Colectivo (equívoco)

En realidad se considera que, de manera fractal⁶⁶, cada uno de los conceptos que forman las dicotomías pueden tener los dos aspectos planteados en la hermenéutica analógica, el unívoco y el equívoco. Partiendo que estos son tan sólo enfoques que cada diseñador tomará como punto de partida, podría ser que en sus interpretaciones, al ser de carácter personal, seguirán existiendo la posibilidad de plantearlo desde la razón y la emoción. La siguiente imagen ejemplifica lo descrito tomando como ejemplo el hacer consciente los aspectos teóricos y prácticos en el proceso de diseño.

⁶⁶ Considero el término fractal como la característica que tiene un objeto, en este caso un concepto, de repetirse a diferentes escalas. Si se quiere profundizar en este tema se recomienda consultar los trabajos de Benoit Mandelbrot.



Describiendo la imagen anterior, se puede decir que, los aspectos teóricos podrían estar estructurados por modelos generados a partir de la experiencia personal del diseñador o de su aprendizaje de consensos planteados por la ciencia; de la misma manera en los aspectos prácticos. Es decir, que lo unívoco y lo equívoco en cualquier caso estará regido por el enfoque de quien lo plantea.

Los anteriores tan sólo son algunos ejemplos dialécticos porque en realidad cada proyecto tendrá sus propios elementos duales, y en la medida que se logre hacer una analogía, el proyecto llegará a mejor término. Sobra decir, que aunque estos ejemplos se dan de manera separada, todos pueden ser considerados dentro de un proyecto.

El diseño es una disciplina que de origen “funciona” o se “aplica” a partir del pensamiento complejo: todo está relacionado, interconectado, cualquier factor puede ayudar para establecer una posible solución a un posible problema y aun así todas las soluciones dadas serán perfectibles.

El diseño industrial no es una disciplina con un método establecido y que pueda definirse a partir del resultado que obtiene, sino que se estructura a partir del proceso, por lo que es importante que los diseñadores comprendan y hagan conciencia que el diseño implica más que solucionar-materializar objetos, servicios. El diseño es un pensamiento y acercamiento a la vida cotidiana, que será mejor entendido si se da un acercamiento al pensamiento complejo. La hermenéutica analógica nos da una perspectiva valiosa para el diseño industrial que sumada a una visión desde el pensamiento complejo puede significar una puerta para que el diseño enfrente el desafío del cambio de paradigma que se presenta actualmente.

III

Diseño Industrial Mexicano Contemporáneo a partir de los conceptos de emoción y complejidad

La historia del diseño industrial mexicano ha sido estudiada desde diversos ángulos, entre los más destacados está el de Dina Comisarenco Mirkin y el de Oscar Salinas Flores, en los cuales se presenta una visión a partir del conocimiento del diseño industrial internacional. El avance del diseño industrial en México en los últimos diez años se ha hecho tangible a través de diversos medios de expresión (revistas, libros, museos) así como eventos que vislumbraron el camino de diseñadores mexicanos destacados.

Algunos de los elementos que han caracterizado este periodo de diseño industrial en México son: el sarcasmo, la ironía y el humor, que de manera clara se observan en los proyectos que implementan un enfoque desde el diseño emocional. En este capítulo se busca describir elementos representativos dentro de los proyectos de destacados diseñadores industriales mexicanos y dilucidar si en el desarrollo de estos proyectos se analiza de manera consciente la emoción de los usuarios, para vincular estos datos con el análisis previo del diseño emocional y la teoría de la complejidad.

Para lograr lo anterior se realizaron entrevistas a cuatro diseñadores mexicanos seleccionados debido a que en sus trabajos se percibe fuertemente los elementos característicos ya mencionados. Estos diseñadores son: Liliana Ovalle, Jorge Moreno Arozqueta, Cecilia León de la Barra y Mauricio Lara.

Apuntes sobre el diseño industrial mexicano contemporáneo

El desarrollo del diseño industrial en México ha presentado diversos cambios en el transcurso de los años desde que fue considerado dentro

de los planes de estudio de las universidades desde 1963. Dichos cambios se han debido, como se mencionó, a diversos factores, tales como el político, económico y cultural. Como ejemplo histórico se puede describir el apoyo que esta disciplina recibió por parte del estado en los años setenta del siglo pasado, en los que el desarrollo de proyectos destinados al mejoramiento de infraestructura del país (como las instalaciones del aeropuerto de la ciudad de México) se encargaron específicamente a grupos de diseñadores industriales.⁶⁷ Después de que el poder cambiara de manos, se retiró el apoyo a centros generados para el desarrollo de esta disciplina que fungía como eje para la manufactura de productos de consumo mexicanos; cada que cambiaba el plan sexenal, los que lo encabezaban, establecían nuevas prioridades, sin dar un seguimiento al trabajo anterior.

En la actualidad, los diseñadores industriales mexicanos han sido ubicados, poco a poco dentro de la sociedad como profesionales que inciden en el desarrollo productivo del país. Sin embargo, esta inserción es pequeña y en la gran mayoría, únicamente se aprovechan las habilidades del diseñador para labores dentro del mercado publicitario y de exhibición. Aunado a esto, encontramos que para satisfacer las necesidades materiales de los mexicanos, se importan productos desarrollados en y para otras culturas, los cuales se imitan de otras metrópolis con la intención de alcanzar el mismo nivel económico y cultural.

La inserción de los diseñadores en el desarrollo del país, se hace tangible en el 2006, con la publicación diversos medios de

⁶⁷ Salinas Flores, Oscar, *op .cit.*, p. 287.

expresión (revistas, libros, museos) y una serie de eventos que vislumbraron el camino que algunos diseñadores mexicanos eligieron para que se identificara su trabajo.

Algunos de los medios que describieron el inicio de este camino son:

En la revista Loop el artículo *Formas provocativas*⁶⁸ se reseña al libro *Diseño: México* publicado por la revista Arquine y RM. En dicha reseña se dice:

El diseño mexicano está viviendo una explosión de creatividad y va encontrando el mercado que le dará futuro. Y es que esta disciplina se mueve en un terreno complejo, pues vincula el arte con la artesanía y con lo industrial-utilitario y comercial. Además, exige mayor sensibilización en sus mercados potenciales. Por eso sorprende la cantidad de diseñadores que, a partir de los años 90, ha empezado a empujar fuerte en este medio.

Siguiendo con el análisis de los antecedentes, se rescata el apunte que se hace en este mismo artículo al citar a la investigadora Ana Elena Mallet, “El diseño mexicano, tanto de muebles como de objetos, tiene algo muy interesante: sarcasmo, ironía y humor⁶⁹. De algún modo, es uno de los sellos distintivos del diseño que se hace en **nuestro país**”.

En esto se pueden percibir características (sarcasmo, ironía y humor) que comparten los distintos proyectos presentados en el libro *Diseño: México*.

⁶⁸ González, Luis Ernesto, *Formas Provocativas*, Revista LOOP, verano 06, México, pág. 20.

⁶⁹ Ironía-Burla fina y disimulada; sarcasmo- ironía mordaz; y humor-estado afectivo que se mantiene por algún tiempo, buena disposición para hacer algo. Definiciones apoyadas con el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española vigésima segunda edición en su versión en internet <http://www.rae.es/rae.html>

En otro artículo llamado *¿el boom del diseño mexicano?* presentado en el núm. 47 de la revista La tempestad⁷⁰ editada en Monterrey se puede leer lo siguiente:

Al parecer ha llegado la hora del diseño mexicano. O al menos eso nos hace pensar la conjunción de ciertos acontecimientos: la Galería Mexicana de Diseño celebró sus primeros 15 años de existencia con la muestra “Se vende diseño”; las editoriales Arquine y RM pusieron a circular el libro Diseño: México; el museo Franz Mayer abrió al público la exposición “Import-Export. De cambios e intercambios”. Nunca antes hubo en el país tantos diseñadores en activo o eventos relacionados con su trabajo. ¿Se trata, entonces, de un boom?

...Entre los creadores sin embargo premia la indefinición: ¿apuestan por la industrialización o trabajan en la producción de objetos únicos para su venta en galerías y su publicación en revistas?

Y finaliza diciendo: ... Queda ver si los creadores están interesados en que algún día sus piezas salgan de la galería y las revistas para instalarse en nuestras casas.

Este artículo muestra un mejor entendimiento del contexto del diseño mexicano.

Cabe destacar, que el concepto de “humor” es planteado por De Bono en su libro El pensamiento creativo⁷¹ afirmando que “Las pautas no son simétricas y esta falta de simetría da origen al humor y a la **creatividad**”⁷². Ampliando esta afirmación, podemos considerar que

⁷⁰ Cabral, Nicolas, *¿el boom del diseño mexicano?*, revista La tempestad, volumen 7, número 47, marzo-abril 2006, Monterrey, p. 40.

⁷¹ De Bono, Edward, *El pensamiento creativo: el poder del pensamiento lateral para la creación de nuevas ideas*, Paidós, México, 1994. Págs. 464.

⁷² De Bono, Edward, *op. cit.* p. 45.

estas pautas que plantea pueden considerarse atractores extraños, que invitan a los diseñadores a tomar una decisión en cierto sentido, partiendo de la percepción que tienen de la información de cada proyecto, y al mismo tiempo, genera ironía, sarcasmo y humor al reconocer pautas reconocibles en el contexto social en el que su propuesta se insertará.

Dentro de los elementos que se encontraron en estos artículos y que son parte fundamental del camino vislumbrado, se distinguen características del diseño emocional (intencionalidad **para “hacer sentir” a los usuarios, el énfasis en la interacción que se dará entre usuario-objeto**), las cuales se perciben fuertemente en trabajos de los siguientes diseñadores: Liliana Ovalle, Jorge Moreno Arozqueta, Cecilia León de la Barra y Mauricio Lara, los cuales han sido entrevistados para este trabajo con la intención de obtener más datos para desarrollar un análisis más amplio sobre la decisiones que toman durante el proceso de diseño y como se vinculan con la emoción y la complejidad; en el espacio de anexos se presenta el protocolo para la entrevista, la transcripción de la entrevista realizada a cada diseñador, así como una semblanza de cada uno acerca de su que hacer como profesional.

Conceptos de la complejidad en el discurso de los diseñadores.

En este apartado se presentan cinco tablas en las que se hace una síntesis de cada una de las respuestas de cada diseñador. Dichas tablas se desglosan a partir de las cinco fases planteadas en el protocolo de la entrevista⁷³. (1. Introductoria; 2. Emoción y diseño; 3. Por perfil de los diseñadores; 4. Autoorganización, complejidad y diseño; 5. De cierre.) Lo anterior, sirve para ubicar los conceptos de la complejidad descritos en el capítulo previo en cuatro esquemas que propongo (referentes a las cuatro primeras fases) con la intención de visualizar la información obtenida en las entrevistas realizadas y establecer los puntos de encuentro entre las diferentes posturas de los diseñadores y los tres aspectos fundamentales del proceso para el desarrollo de un objeto (personas, negocio, tecnología) planteados por la consultoría de diseño IDEO estructurado a partir de la filosofía de *Design Thinking* (pensamiento de diseño):

“Pensamiento de diseño es un acercamiento que usa la sensibilidad y los métodos para la resolución de problemas para conocer las necesidades de las personas de un modo tecnológicamente factible y comercialmente viable. En otras palabras pensamiento de diseño es innovación centrada en los humanos.” —Tim Brown⁷⁴

⁷³ Para profundizar en la estructura de la entrevista y las preguntas planteadas a los diseñadores, el lector puede revisar el “Protocolo para entrevista” que se encuentra dentro de los anexos de esta tesis.

⁷⁴ Traducción de la definición y esquema que Tim Brown propone sobre el pensamiento del diseño. Este esquema fue obtenido de la página de la consultoría de diseño IDEO en el mes de julio del 2010, sin embargo, en noviembre de 2010 se intentó verificar la correspondencia de la referencia en internet para realizar la impresión de esta tesis y el esquema había sido eliminado por lo que se recomienda al lector que quiera profundizar en este enfoque revisar el blog del autor <http://designthinking.ideo.com/> o la página principal de la consultoría IDEO en la cual encontrará contenido referente a este tema <http://www.ideo.com>

A continuación se muestra un esquema traducido al español del pensamiento de diseño propuesto por Tim Brown para el desarrollo de proyectos. Como se puede apreciar en este esquema el punto central, donde se “cruzan” los tres factores mencionados, se presenta la “innovación en la experiencia”. El cruce entre dos de estos factores dan otros resultados, es decir, si se enfatiza en los factores *personas* y *negocio* se dará la “innovación emocional”; si se da énfasis a la *tecnología* y el *negocio* se dará “innovación en el proceso”; y si se resalta el cruce de los aspectos *personas* y *tecnología* se obtendrá “innovación funcional”.

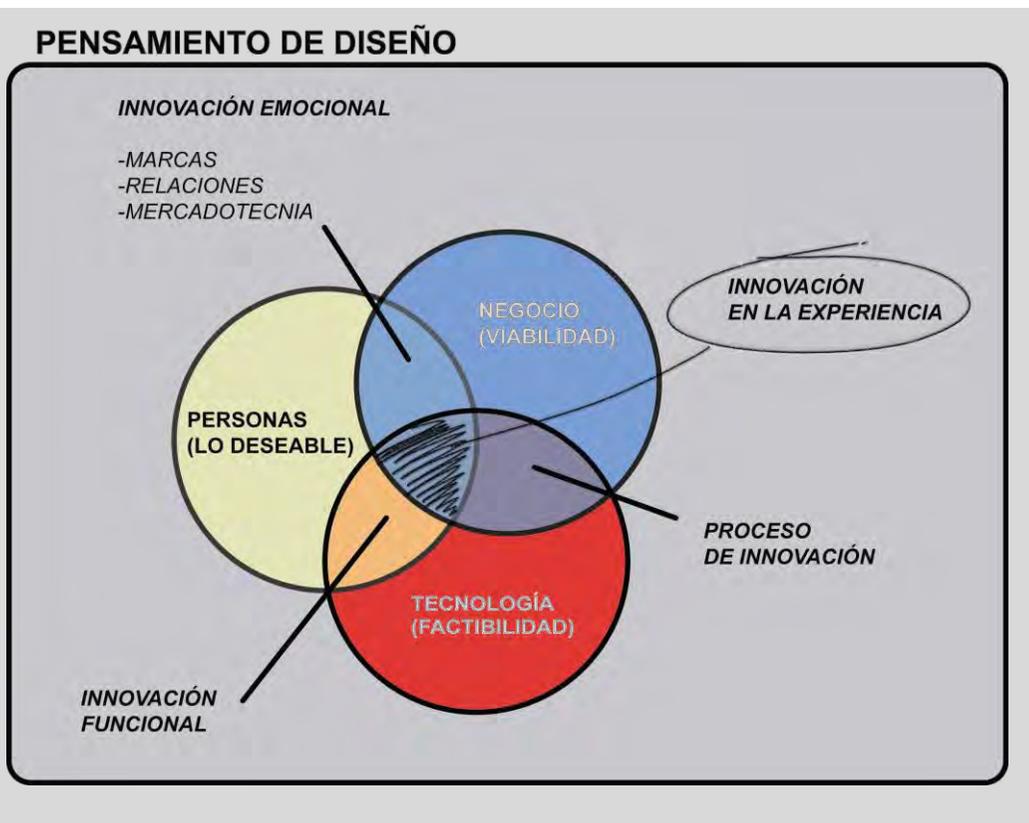


Imagen 5. El pensamiento de diseño de Tim Brown⁷⁵.

⁷⁵ *Ibidem*

Tabla FASE INTRODUCTORIA

Objetivo: Obtener la confianza del entrevistado y entrar en materia.

1

¿Cuál es su percepción general del diseño industrial como profesión en México? En la educación, y en el campo de trabajo.

2

Dentro de su formación (educación formal) como diseñador tiene experiencias nacionales e internacionales, ¿podrías describir a grandes rasgos cada una de éstas y cómo consideras que han influido en tu desarrollo como profesionalista?

**Cecilia
León de la
Barra**

No linealidad, retroalimentación, equilibrio dinámico, autoorganización en varios niveles.

**Jorge
Moreno
Arozqueta**

Una dualidad del tipo univocista-equivocista.

El contexto impacta en la postura de cada diseñador.

Educación por competencias.

**Liliana
Ovalle
Piedra**

El contexto impacta en la postura de cada diseñador.

Dualidad estratega- artista.

**Mauricio
Lara
Eguiluz**

Identidad de diseño mexicano (planteamiento del tipo local en un mundo global).

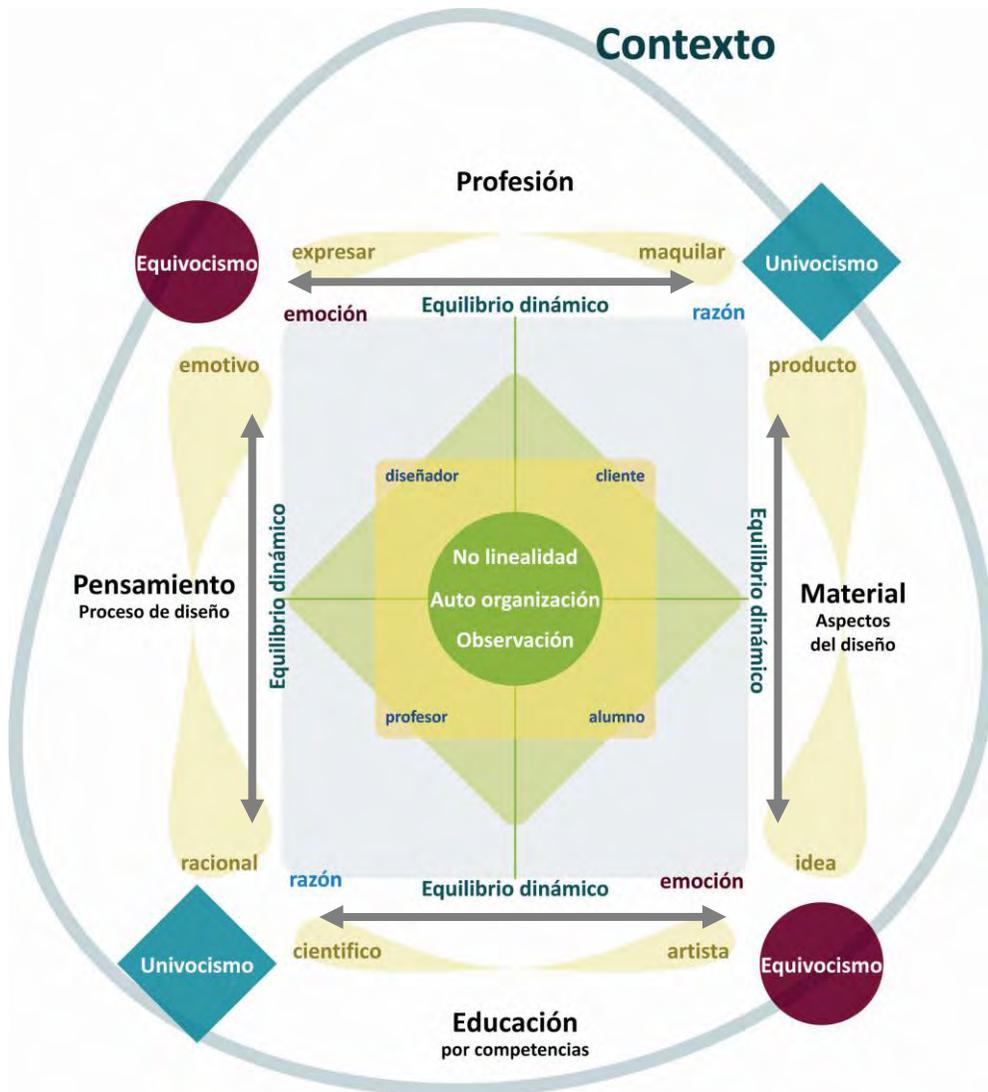
El contexto y la cultura impactan en la postura de cada diseñador.

Observación, habilidad clave de diseñador acompañada de capacidad de sorprenderse.

En el esquema 1 se plantea una interpretación de las respuestas de los diseñadores. Éste está estructurado por dos ejes principales a partir de las preguntas realizadas en la fase introductoria: el primero está dado por los extremos de profesión y educación; el otro eje plantea los enfoques de estudio y desarrollo profesional de la disciplina: la teoría (pensamiento-proceso de diseño) y la práctica (materialización-objetos de diseño). Las preguntas se interpretaron tomando como fundamento los conceptos descritos anteriormente. Dos dicotomías que en este esquema se plantean como en la misma categoría: razón-emoción y univocismo-equivocismo. El concepto de equilibrio dinámico aparece como vínculo en las posturas o extremos en los que se debaten los actores de cada uno de los ejes mencionados. Como núcleo se pueden observar tres conceptos claves y que impactan a los dos ejes: No linealidad, la autoorganización y la observación. La lectura de este esquema se deberá hacer como lo marcan las dobles flechas siendo el punto medio de estas una proporción de 50% de cada extremo presentado. Un ejemplo de lectura, sería el siguiente: considerando el rubro de Educación, en este se contraponen dos actores aquel que plantea una visión ligada a lo científico (buscando una verdad absoluta) y el artista (que busca una expresión individual).

Dentro del cuadro central se encuentran el profesor que tiende hacia el polo de la razón (univocismo) y el alumno que tiende a la emoción (equivocismo). Es importante aclarar que aunque en este esquema se encuentran completamente polarizados, no se deben destacar los polos sino el rango existente entre ellos como se describe en la hermenéutica analógica.

Esquema FASE INTRODUCTORIA



Esquema 1. Interpretación y esquematización de conceptos planteados por los diseñadores en la fase introductoria de la entrevista y su relación con los conceptos univocismo y equivocismo.

Tabla FASE EMOCIÓN Y DISEÑO

Objetivo: Establecer la relevancia del uso de la emoción en los proyectos de los entrevistados y conocer el nivel de análisis consciente de las emociones de los usuarios.

3

El desarrollo de proyectos de diseño que considera a las emociones de los usuarios ha tomado gran importancia en el ámbito del diseño ¿podrías darme tu opinión al respecto?

4

El uso de un método para el desarrollo de proyectos da certeza al resultado obtenido, sin embargo, la intuición del diseñador y su habilidad para aplicar la metodología seleccionada brinda grandes beneficios ¿podrías darme tu opinión sobre estos dos elementos del proceso del diseño (intuición y uso de métodos)?

5

¿Por qué en varios de tus proyectos aparecen el sarcasmo, la ironía y el humor?
Se mostrará un ejemplo para cada uno de los diseñadores.

6

De acuerdo a la lectura que hago de este proyecto, el usuario responderá emotivamente al interactuar con el objeto. ¿Tuviste alguna consideración especial para generar en el usuario una respuesta emotiva? Si es que sí ¿cuál?



Imagen 6. Cecilia León de la Barra. *Revistero Acapulco*⁷⁶

Cecilia León de la Barra

El uso de la emoción en su trabajo es mencionado constantemente. Se puede apreciar que tiende hacia la equivocidad (visión personal) lo que se traduce en una **mayor búsqueda de “expresión” y de comunicación**, podría decirse que se vincula a una visión artística. El uso consciente de un método para el desarrollo de sus proyectos no es una prioridad, pero refleja gran apropiación de modelos que le brindan la posibilidad de generar proyectos que satisfacen su necesidad de expresión y el desarrollo de proyectos de diseño. El uso de métodos para el análisis consciente de las emociones de los usuarios es casi nulo, y si se da es de manera empírica y partiendo de experiencias personales previas. En algunos comentarios considera que el diseño emocional es sólo una tendencia enfocada hacia lo comercial.

⁷⁶ Imagen obtenida del Libro Coordinado por Garcés, Isabel, *Diseño México*, Singapur, ARQUINE RM, 2006, p. 32.



Imagen 7. Jorge Moreno Arozqueta. *Justin Time, Matamoscas*⁷⁷

**Jorge
Moreno
Arozqueta**

La emoción siempre ha sido parte del diseño, pero que en la actualidad ha evolucionado. Anteriormente se consideraban primordialmente la forma y la función y aun así los objetos generaban emociones, ahora, no sólo se consideran la forma y la función sino que se están considerando los efectos de tomar en cuenta estos factores. La emoción efecto de la expresión y la confiabilidad efecto de la función. Jorge señala que los métodos son la verbalización del pensamiento del diseñador, son una guía o estructura y que la intuición es un factor importante, incluso ésta llega a significar el factor decisivo en el desarrollo de los proyectos (según mi planteamiento, el punto de bifurcación).

El humor es una **forma de conectar y ser “humilde”**, de presentar un objeto que cubre diversas expectativas (funcionales, estéticas, etc.) y además contiene una dosis de humor que hace que el usuario conecte de una manera significativa con sus propuestas.

⁷⁷ Imagen obtenida de la página del diseñador <http://www.lajabonera.com/portafolio.html>.

Si bien, en el protocolo planteado para la entrevista con Jorge Moreno se consideraba como ejemplo de objeto con aspectos de ironía y humor al jabón Elvis, aquí se presentan dos objetos que se mencionan durante la entrevista, debido a que el jabón Elvis fue generado más como un juego que como un objeto de diseño industrial, según comenta Moreno en su respuesta.



Imagen 8. Liliana Ovalle Piedra Mugroso⁷⁸

**Liliana
Ovalle
Piedra**

El diseño ha pasado de estar en una etapa “funcionalista” a una en la que este concepto se amplía al considerar dentro de la función las necesidades afectivas. **Comenta:** “desde el posmodernismo... hemos visto cómo empieza a emerger cada vez más esta interrogante o acento que nos muestra que el diseño puede ser emocional y que manejar lo emocional es parecido a manejar los materiales.

En cuanto a la metodología en el diseño, argumenta que éste debe de ser flexible, dadas las circunstancias de la disciplina, en la que hay infinidad de proyectos diferentes. Considera que cada quien va desarrollando su método, a partir de sus experiencias como profesionista de manera intuitiva. Menciona oportunamente que el quehacer de los diseñadores es multidisciplinario.

El humor, la ironía o el sarcasmo dentro de sus proyectos **aparecen de manera “fortuita”, es decir, Liliana no se plantea como objetivo generar cierto tipo de emoción sino que, al comenzar en su proceso de diseño, la observación del entorno y lo que le genera a ella emocionalmente, le permite posteriormente desarrollar objetos que comuniquen, que cuenten una historia.** Percibo que Liliana se encuentra en un perfil de diseñador que se vincula más a la visión de un artista.

No considera conscientemente las emociones que quiere generar en las personas que usarán lo objetos que diseña. Recalca en todo momento que todo surge de la observación.

⁷⁸ Imagen obtenida de la página de la diseñadora <http://www.lilianaovalle.com/> y de la página de internet

<http://www.plusdesigngallery.it/main.php?m=designers&id=23&pd=17&ty=bio&lg=eng>



Imagen 9. Mauricio Lara Eguiluz *Imelda, Erizo, Araña*⁷⁹

Mauricio Lara Eguiluz

Mauricio le otorga al uso del aspecto emotivo un nivel de ventaja competitiva ante los objetos que no lo tienen, además de buscar una conexión con las personas que vivirán el objeto diseñado. Lo ve como una responsabilidad, en tanto que las necesidades de las personas no son sólo físicas sino también emotivas. La búsqueda en la generación de emociones en las personas se da de manera empírica partiendo de la observación del entorno y de la interpretación personal de posibles símbolos representativos de la cultura mexicana, y no con una clara estructura metodológica.

En cuanto al uso de un método en contraposición a la intuición afirma que si bien un método te da estructura y posibles resultados, el seguir la intuición puede ofrecer una diferencia positiva en el objeto desarrollado. Aunque no hace uso de una metodología en específico considera que la estructura mental del diseñador tiene una característica no lineal lo que le permite tener mejores resultados que la mera aplicación de un método para la resolución de un problema. A partir de una reflexión personal propone un esquema del proceso de diseño muy similar al de Asimov⁸⁰ y el modelo en espiral de desarrollo de software⁸¹. (ver imágenes 10, 11 y 12)

⁷⁹ Imágenes obtenidas de la página del diseñador <http://anterior.eosmexico.com/ca/productos/luz/imelda.html>. A lo largo de la entrevista Lara menciona diversos objetos diseñados por él como el Erizo y la Araña aquí mostrados.

⁸⁰ Simón Sol, Gabriel, *La trama del diseño: Por qué necesitamos métodos para diseñar*, México, Designio Teoría y Práctica, p. 114.

⁸¹ Dubberly, Hugh, *How do you design? Acompendium of mode.*, San Francisco, 2008. http://www.dubberly.com/wp-content/uploads/2008/06/ddo_designprocess.pdf

La aparición de aspectos como humor, ironía o sarcasmo dentro de sus proyectos aparecen por la necesidad de comunicar o contar algo más, digamos que tiende al polo expresivo. Todo su proceso de diseño se basa, según comenta, en la observación, un elemento importante para cualquier diseñador.

Declara no haber seguido un método en específico para despertar cierta emoción en las personas.

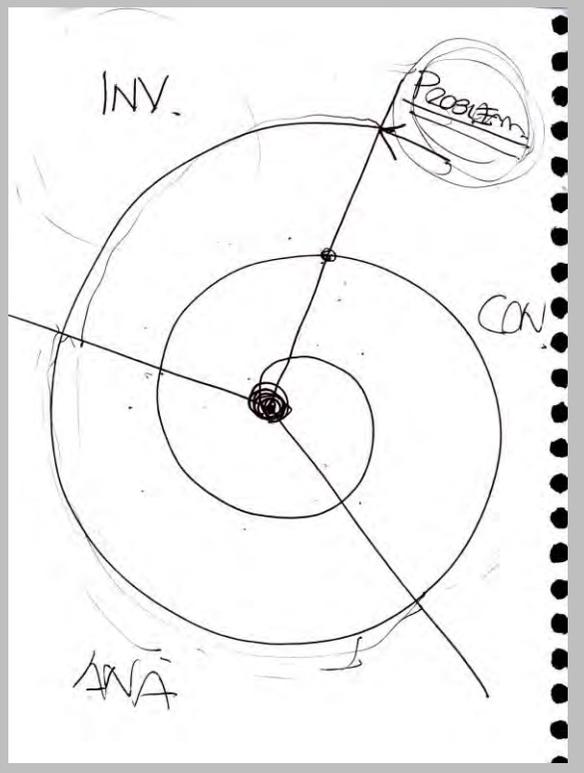


Imagen 10. Boceto del proceso de diseño elaborado por Mauricio durante la entrevista

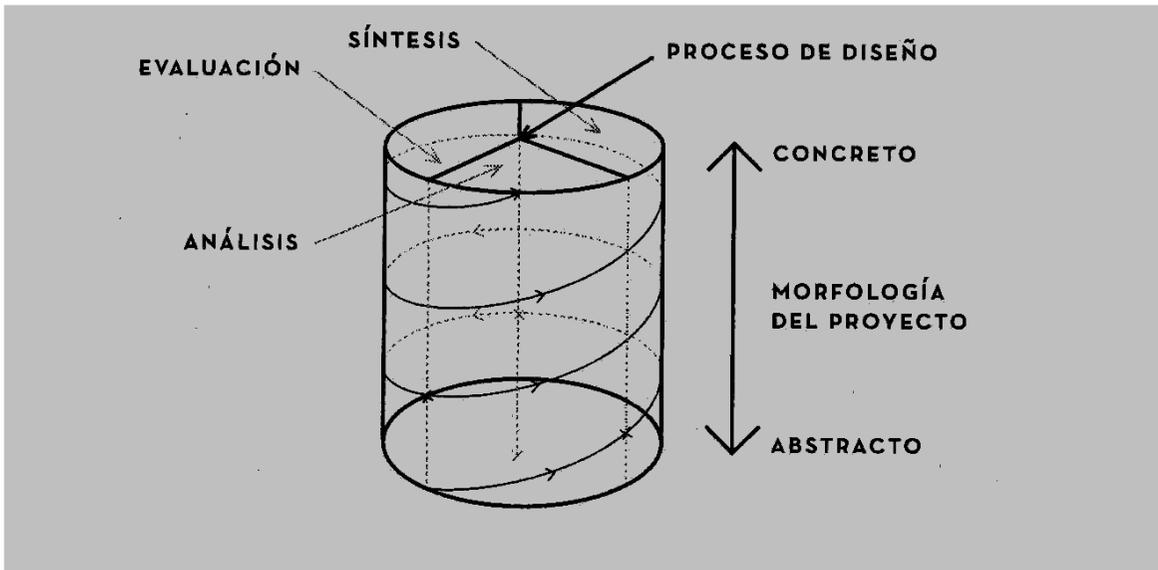


Imagen 11. Disposición de la morfología del proyecto y el proceso de diseño de Asimov.

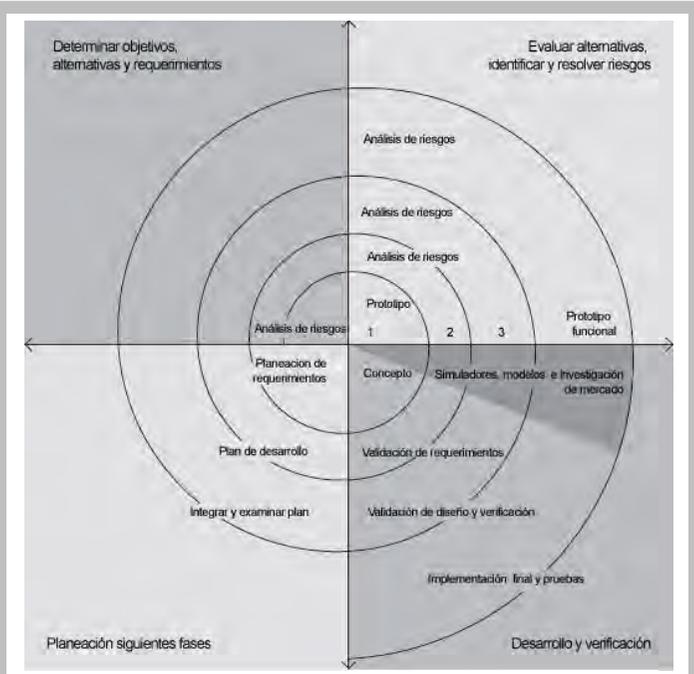
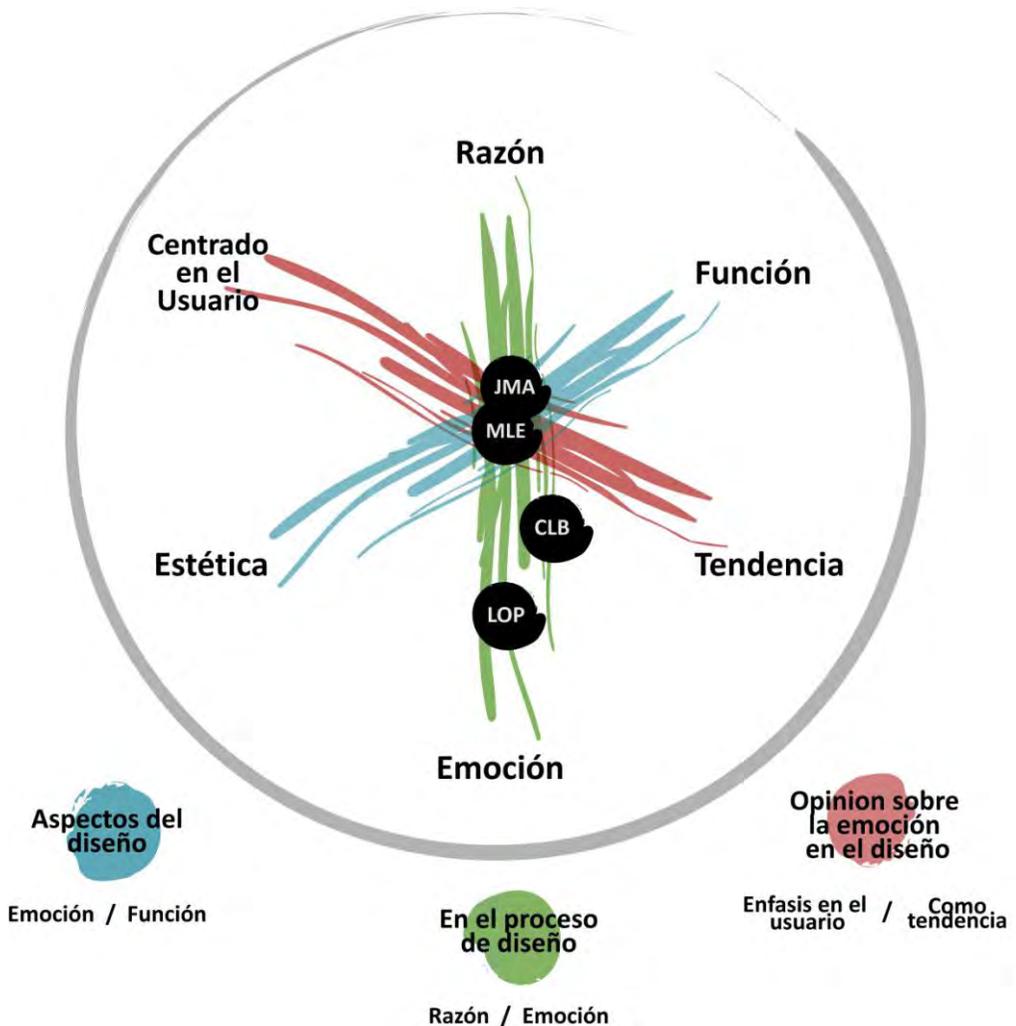


Imagen 12. Modelo en espiral de desarrollo de software después de Barry Boehm (1986) (traducción)

El siguiente esquema (esquema 2) representa las respuestas de los diseñadores en la fase de emoción y diseño de la entrevista. Por lo tanto, es una interpretación sobre los conceptos verbalizado por los diseñadores y estructurado en tres ejes: Emoción y Función en los aspectos del diseño; la razón y la emoción en el proceso de diseño; y su opinión respecto al lugar de la emoción en el diseño según el énfasis en el usuario o como tendencia. Los círculos negros con siglas representan a cada uno de los diseñadores según sus iniciales: CLB, Cecilia León de la Barra; LOP, Lilita Ovalle Piedra; MLE, Mauricio Lara Eguiluz; y JMA, Jorge Moreno Arozqueta. Su ubicación va de acuerdo a la importancia que cada uno de ellos le da a los 6 conceptos presentados en dicotomías (razón-emoción, función-estética, centrado en el usuario-tendencia). En tanto se alejen del centro en cierta dirección es el énfasis que se observó en sus proyectos.

Esquema FASE EMOCIÓN Y DISEÑO



Esquema 2. Ubicación de cada uno de los diseñadores, según sus respuestas en la fase de emoción y diseño en tres ejes: Emoción y Función en los aspectos del diseño; la razón y la emoción en el proceso de diseño; y su opinión respecto al lugar de la emoción en el diseño según el énfasis en el usuario o como tendencia.

Tabla FASE POR PERFIL DE DISEÑADORES

Objetivo: Establecer que en los diversos perfiles para desarrollarse como diseñador en México, se consideran muchos factores más que el que delimita el perfil y que la relación entre estos es clave para el desarrollo de cada proyecto.

7

Según he observado en mi investigación, la situación actual en México ha generado que los diseñadores busquen desarrollar sus proyectos desde la etapa de concepción, hasta la etapa de fabricación y comercialización ¿Cómo crees que esto impacta en el resultado de los proyectos?

8

Comparando la formación educativa que obtuviste en México ¿Sabes si existe alguna diferencia en cuanto al enfoque de formación de diseñadores en el extranjero? Si es que existe diferencia, ¿en qué consiste?

9

Uno de los aspectos que se considera en el desarrollo de proyectos de diseño es la estrategia de negocio, hay diseñadores que le dan a este aspecto gran importancia ¿Qué opinas de esto?

10

Aceptar que las acciones del ser humano impactan directamente en el entorno natural, ha generado que el diseño se desarrolle desde una perspectiva más compleja ¿Cuál es tu postura ante el diseño que considera la relación humano-entorno natural?

11

La difusión de la disciplina de diseño industrial, es una gran herramienta para introducirla en la conciencia popular, ¿has realizado alguna labor que vaya en este sentido? ¿Puedes hablarme sobre ella?

**Cecilia
León de la
Barra**

Como diseñador productor destaca en su respuesta la **preocupación por “dejar” de diseñar** si el diseñador se encarga de las etapas mencionadas en la pregunta para el desarrollo de un objeto. También menciona que se tienen que replantear los proyectos en función de peticiones específicas de diferentes posibles clientes. Como educador, expone claramente que los perfiles de egreso de las universidades cambian no sólo por país,

sino incluso por universidad del mismo país y le otorga al alumno la capacidad de decidir sobre el trayecto de su formación.

En la pregunta como diseñador estratega, su postura es que el diseñador debe dedicarse a lo que se pretende que un diseñador debe cumplir y dejar para otras disciplinas el pensar en las estrategias, enfatiza al final que es una decisión personal.

Diseñador ecologista, su postura es cautelosa, respeta a los diseñadores que siguen este perfil, sin embargo considera que no hay suficiente información para poder desempeñarse de buena manera en este esquema.

Como diseñador difusor, plantea que trabajando en proyectos que tengan como objetivo desarrollo de objetos **para “el pueblo” se dará la difusión del diseño.**

En cuanto al perfil productor, Jorge expone que es una forma de vivir como diseñador y lo contrarresta con el desarrollo expresivo del profesionalista, es decir, contrapone una parte de estrategia con la expresiva, pero lejos de exclamar que están dissociadas, arguye que las dos pueden convivir de buena manera en la carrera de un diseñador. Y vuelve a destacar las competencias que no se están aportando a los alumnos de diseño en las universidades.

En cuanto a la educación del diseño industrial en México agrega a su respuesta a la primera pregunta que en el país se necesitan diseñadores enfocados más hacia el factor estratégico que hacia el artístico.

**Jorge
Moreno
Arozqueta**

Cito a Jorge en su respuesta sobre el diseñador estratega: **“Entonces para mí las dos maneras (estratégica y expresiva) son de construcción y las dos son igual de importantes; y la capacidad de uno de moverse de un lado al otro, es la capacidad que tenga de acción”.**

En cuanto al diseño y la consideración del entorno para el desarrollo de proyectos, Moreno se muestra cauteloso y expone que es una perspectiva que está impulsando fuertemente para un cambio de paradigma, no sólo en la disciplina de diseño sino en todos los aspectos de la sociedad. Agrega que es una perspectiva interesante y la ve de buena manera, pero considera que es un cambio

que no está en manos de los diseñadores inicialmente, y termina argumentando que desde su visión del diseño, en el que el pensamiento de diseño vincula todos los factores, hace, intuitivamente, aportaciones en sus **proyectos que convive con esta “nueva” postura.**

A la pregunta sobre difusión de diseño, responde que se considera un difusor de diseño pero que le parece que **esta “necesidad” de los profesionistas del diseño** de ser parte de la cultura popular, de estar en boca de todos, de ser reconocidos, es sólo parte del ego y que en realidad lo importante es la acción. Si se piensa que el diseño debe percibirse o permear en todas las personas, entonces se tienen que desarrollar proyectos que se enfoquen en mejorar las condiciones de vida, pero no por la necesidad de ser admirados.

En cuanto al perfil productor, Liliana comenta que el ser parte de todo el proceso para el desarrollo de un producto impacta directamente en el brief que se plantea, ya que uno mismo decide qué camino seguirá. La escala de producción es otro factor que es importante considerar y generalmente se da una producción media-baja. Pone sobre la mesa debates que en la actualidad han generado mucha polémica, si el diseño es arte o no. Si debe hacerse o no, pero dice acertadamente que al fin y al cabo esa visión artística existe.

Dentro del esquema educativo del diseño hace una clara diferencia entre el enfoque europeo, de las escuelas en las que estudió, al mexicano. Comentó que en México se da toda esta parte de desarrollo de objetos desde una perspectiva de producción y en París y Londres buscan más la parte del concepto intelectualizado y la identidad personal del diseñador respectivamente. Liliana las visualiza como dos aspectos importantes y no peleados.

Cito a Liliana en su respuesta sobre el diseñador **estratega: “Todo lo que es marketing es como una manipulación del valor emocional por completo, entonces pues no sé, es como parte del proceso, y algunos utilizarán estos elementos para sacar ventaja y otros ni se dan cuenta. Como que no tengo mucho que agregar. O sea no estoy en contra pues”.**

Liliana ve con buenos ojos la postura del diseñador que considera ampliamente al entorno natural en el desarrollo de sus proyectos, acepta que no ha sido lo primordial en su trabajo pero sabe de la importancia de este factor. Argumenta que el impacto que puede tener

**Liliana
Ovalle
Piedra**

su trabajo podría ser casi nulo dado que es pequeño el número de objetos que fabrica por cada proyecto y aún así intuitivamente algo considera. Amplía su respuesta diciendo que no sólo se trata de ser sustentable ecológicamente en la vida profesional, el ámbito personal es importante y de gran impacto.

A la pregunta sobre difusión de diseño, responde: “Bueno, más que otra cosa, creo que justo me tocó el momento en el que se empezó a dar esta difusión del **diseño y ha sido algo bueno**”.

Cubre perfil de diseñador productor y consultor, declara fluidamente cómo desarrolla sus proyectos. Plantea que este enfoque es un camino que se dio cuando él egresó de la licenciatura y menciona varios ejemplos, incluso llega al punto en el que podría presentarse una especie de autoorganización a partir de ciertos atractores y bifurcaciones en el contexto mexicano que sirvieron para que se afianzara con este perfil. Señala que en la actualidad hay incursiones de diseñadores en otros perfiles, en específico como consultor.

Sobre la educación del diseño, argumenta que en México es muy completa en cuanto a contenidos en comparación con algunos ejemplos europeos, considerando que en nuestro país se ven diversos aspectos y niveles y en Europa, comenta, se enfocan en el desarrollo de ideas.

Según Lara, un diseñador debería de tener esa postura de estrategia, en muchos sentidos, para cobrar un diseño, para saber hacia dónde se va un producto una vez comercializado, cómo comercializarlo, entre otras cosas.

Agrega que no se ha “atacado”, hasta donde él sabe, este aspecto en la educación y genera que los recién egresados no tengan claridad o certidumbre de donde insertarse. Concluye diciendo que si bien es importante, se debe de considerar que existen especialistas para el desarrollo de ciertas áreas y hace referencia a la interdisciplina.

Respecto a la postura del diseñador que considera ampliamente al entorno natural en el desarrollo de sus proyectos, cree que es importante que se desarrolle la práctica del diseñador desde esta perspectiva, que él tiene la capacidad de hacerlo pero no es su prioridad al momento del desarrollo del diseño. Apunta que en cierta medida esa visión es parte de una moda. Aún así sabe de los beneficios de pensar desde ese punto de vista y lo considera también en su vida cotidiana.

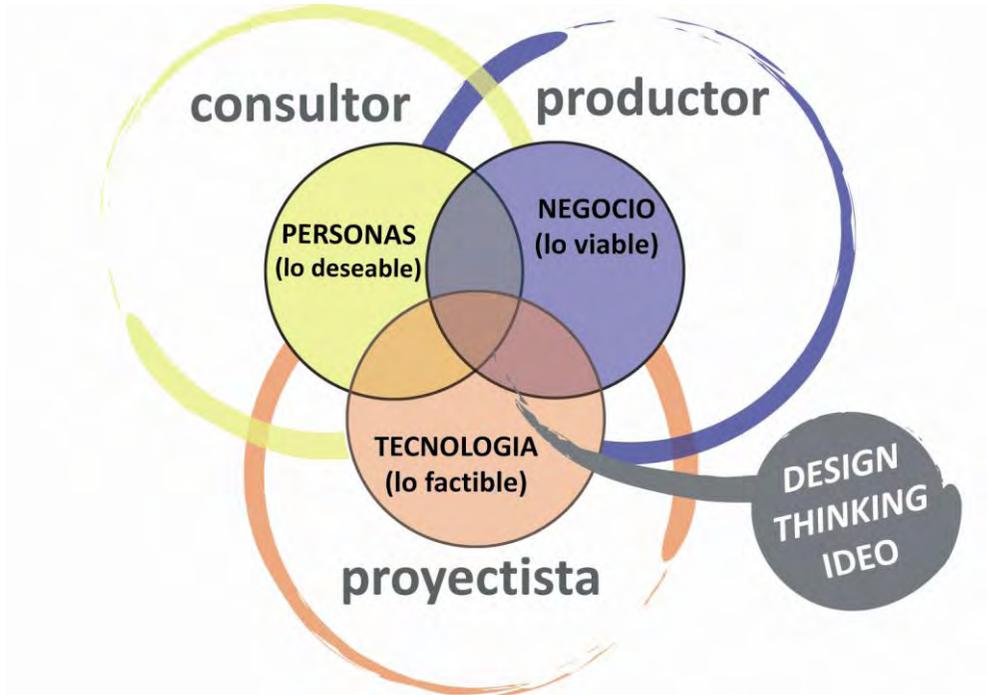
En cuanto a difundir el diseño, Mauricio comenta que no como tal, más con el desarrollo de sus proyectos y el

**Mauricio
Lara
Eguiluz**

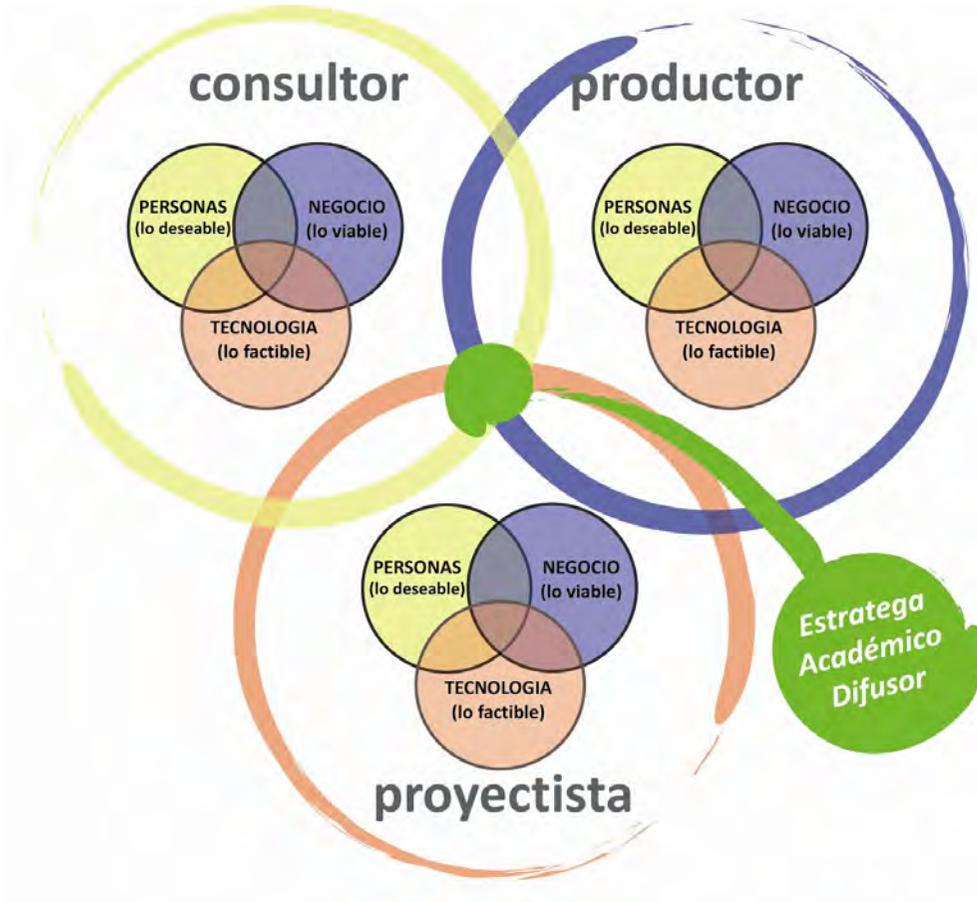
mismo alcance que tiene cada uno según se comercializa. Y recuerda algunos eventos que hizo junto con otro colectivo de diseño, aspecto que habla de la organización del gremio. Esa experiencia, si bien no se desarrolló con un objetivo en específico, considera que se obtuvo una respuesta interesante de la gente.

Los esquemas 3 y 4 representan un grafismo que intenta sintetizar las respuestas de los diseñadores vertidas en la fase por cada uno de sus perfiles y contrastado con la propuesta del pensamiento de diseño planteado por Tim Brown. En el esquema tres se observa que se encontraron tres posibles perfiles que tiene afinidad con cada uno de los rubros planteados por Brown. El perfil de consultor se vincula directamente con el enfoque hacia las personas; el perfil productor se vincula con el apartado de negocio; y el perfil proyectista se vincula con el rubro de tecnología. En el esquema 4 se profundiza en cada uno de los perfiles y se observa que aunque se da énfasis en algún rubro según el perfil, en realidad el diseñador con cada perfil no pierde de vista los otros rubros para desarrollar sus propuestas. Esta interpretación se da partiendo de la fractalidad presente en los estudios sobre complejidad.

Esquemas FASE POR PERFIL DE DISEÑADORES



Esquema 3. Este esquema surge del pensamiento generalizado en los diseñadores y se obtiene de sobreponer el esquema del Design Thinking de IDEO sobre el apartado de generadores del modelo anterior. En este último se aprecian tres posibles enfoques de diseñador: el productor, el consultor y el proyectista. La superposición del esquema de IDEO se hace directamente sobre los tres enfoques, ya que se puede hacer un vínculo directo entre los factores de un esquema con el otro.



Esquema 4. En la verbalización de los diseñadores entrevistados se puede apreciar que en realidad sobreponer directamente el esquema del Design Thinking de IDEO sobre el apartado de generadores limita el entendimiento de la estructura mental de los tres enfoques de diseñadores al desarrollar su trabajo. Por lo tanto, se concluye que el esquema de IDEO debe de ser considerado por los tres “tipos” de diseñadores aún sabiendo que su práctica enfatiza uno de los aspectos del diseño (negocio, tecnología y personas). Se puede apreciar que en el cruce de los tres enfoques en el que los diseñadores consideran los tres aspectos del diseño se puede visualizar el diseñador estratega, el educador, difusor.

Tabla FASE DE AUTOORGANIZACIÓN COMPLEJIDAD Y DISEÑO

Objetivo: Establecer que la práctica de los diseñadores industriales en México es un claro ejemplo del concepto de autoorganización presentado en la teoría de la complejidad.

12

¿A qué atribuyes la postura que toman algunos diseñadores para desarrollarse profesionalmente de manera independiente, es decir, no insertarse en un estudio o empresa establecida?

13

¿Cuál puede ser la diferencia entre esta postura y la tradicional (insertarse en una empresa)?

14

La horizontalidad de la organización en colectivos, laboratorios, etc. de diseño, permite romper con un esquema vertical de jerarquías ¿cuáles pueden ser las ventajas y desventajas de una organización de este tipo?

**Cecilia
León de la
Barra**

En sus respuestas CLB establece que el ser diseñador independiente tiene mayor flexibilidad creativa para el desarrollo de sus proyectos, y que la diferencia entre una y otra postura, (diseñador independiente o dentro de una empresa) podría ser tener o no estabilidad económica.

En sus respuestas se puede encontrar el sentido del concepto de equilibrio dinámico al describir que la organización horizontal en colectivos te brinda la posibilidad de establecer tus propios parámetros y por otro lado menciona que en una organización de este tipo, en momentos decisivos (digamos en puntos de bifurcación) hace falta quién tome decisiones.

**Jorge
Moreno
Arozqueta**

El primer empleo dentro de una estructura vertical la tuvo a los 16 años de egresado y lo atribuye no tanto a la necesidad o no de tener un empleo como tal, sino que en su pensamiento tenía muy claro que le interesaba desarrollar su negocio. Ampliando su respuesta **argumenta “Una persona que está supeditada al empleo, está atrapada tremendamente. Lograr tener la capacidad de construir por tu parte es algo súper importante, lo veo**

mucho más importante que simplemente tomar una **decisión u otra**".

No pone en dos extremos opuestos una organización vertical y la horizontal, simplemente plantea que cada una tiene objetivos diferentes y enfoques, uno hacia la repetición de respuestas probadas buscando confiabilidad y otro hacia el futuro buscando nuevas soluciones.

**Liliana
Ovalle
Piedra**

Liliana considera que los diseñadores buscan desarrollarse como independientes debido a la falta de opciones en México y argumenta que al ser una disciplina creativa, los diseñadores tienen esta necesidad de libertad. No ha encontrado, no es que esté buscando, una empresa en la que embone su perfil de diseñadora. Aunque no es lo que ella espera como profesionista, cree importante que crezcan las opciones para los recién egresados de diseño industrial.

Considera que la diferencia radica en la parte económica y estructural, es decir, la tradicional te brinda cierta regularidad económica y una estructura para trabajar; en la independiente la labor no sólo está en el diseño sino en buscar tus propias oportunidades.

Liliana percibe a la profesión del diseño como una estructura horizontal y se le hace extraño que pueda existir la verticalidad, aunque agrega que puede darse en ciertos momentos del desarrollo de un nuevo objeto como en la parte productiva. Cree que como **independientes puedes comenzar a ser "mañoso" y una estructura vertical podría dar estructura a tu labor**. Un punto importante a destacar de su respuesta es que cada diseñador puede generar su propio esquema.

**Mauricio
Lara
Eguiluz**

Sobre el desarrollo profesional como diseñador independiente, Mauricio amplía la postura que hasta esta pregunta describía con diferentes ejemplos. A grandes rasgos, sostiene que se debe a la necesidad de incorporarse al sector productivo del país, siendo que en éste no existen los espacios para que suceda, ligado a la capacidad de gestión que tiene un diseñador por su propia formación.

Considera que la diferencia entre trabajar en una empresa o ser independiente radica en la estabilidad económica que puedes tener con la primera, mientras que con la segunda es más difícil. Señala que al trabajar en una empresa puede ser que desarrolles proyectos de una sola índole lo que puede generar un estancamiento creativo o lo contrario. Apunta que depende del carácter

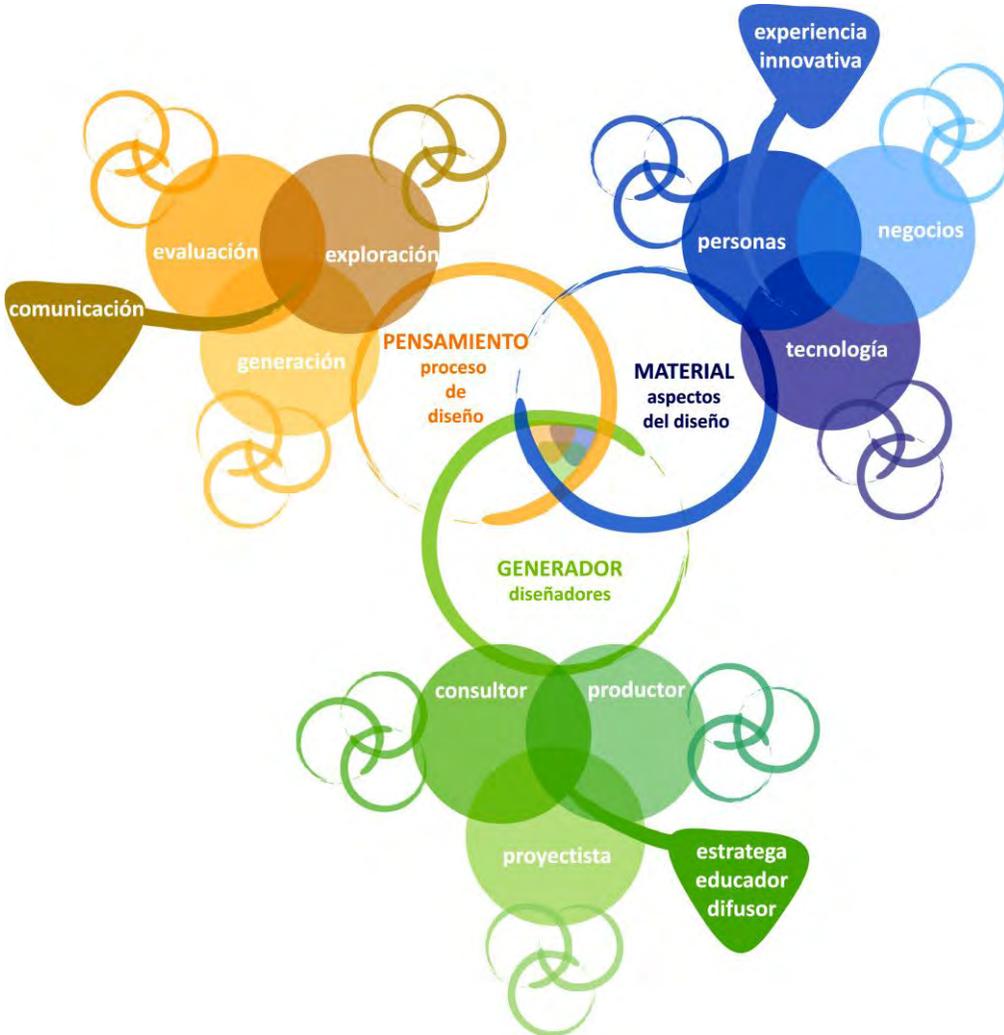
y personalidad de cada diseñador y que las dos posturas son valiosas para que el diseño se consolide.

Cito a Mauricio para mostrar lo que piensa de un esquema horizontal en el desarrollo de proyectos de **diseño: “la posibilidad de libertad creativa que puede generar un colectivo de diseñadores, es decir, que como no hay una línea, cada quien puede estar generando propuestas continuamente, sin embargo, sin una organización, los proyectos sólo se limitan a creaciones y creaciones experimentales” y tal vez a la larga no sea rentable.**

El esquema 5 que sintetiza las respuestas obtenidas en la fase de autoorganización, complejidad y diseño, apunta a un entendimiento de la disciplina del diseño tomando como elementos centrales los conceptos de: pensamiento (proceso de diseño) y material (aspectos del diseño –personas, tecnología y negocio-), guiados por el generador (diseñador) que en términos del pensamiento complejo podríamos entender como el generador de pautas. A su vez, cada uno de estos tres elementos planteados se puede subdividir de manera fractal en otros tres elementos y estos a su vez, en otros tres indefinidamente. Lo que se quiere presentar es como pueden vincularse estos tres elementos principales. Este vínculo se considera en todo momento flexible y dinámico, según se vincula el diseñador con otras disciplinas, es decir, que al mismo tiempo, puede ser fractal hacia el exterior.

Esquema FASE AUTOORGANIZACIÓN, COMPLEJIDAD Y DISEÑO

Disciplina del Diseño



Esquema 5. Este esquema pretende demostrar la manera en que se vinculan la teoría (pensamiento), la práctica (material) y el diseñador para estructurar la disciplina del diseño. Se puede apreciar que el modelo parte de un esquema fractal, un concepto que forma parte del pensamiento complejo. Si bien la fractalidad indica que los elementos se repiten idénticamente cambiando la escala, en este modelo los factores cambian en escala y concepto con la intención de representar que todos ellos pueden ser subdivididos según se requiera. En el próximo capítulo se profundiza en este enfoque.

Tabla FASE DE CIERRE

	<p>Objetivo: Obtener conclusiones del diseñador en torno al tema de la complejidad.</p>
<p style="text-align: center;">15</p>	<p>Para concluir, la teoría del caos y la teoría de los sistemas plantean a grandes rasgos que lo importante en un sistema no es la descripción de sus partes sino la relación que existe entre ellas al ser parte de un todo, ¿crees que el diseño pueda ser visto desde esta perspectiva? Si, No, ¿Por qué?</p>
<p>Cecilia León de la Barra</p>	<p>En su última respuesta plantea que, dependiendo del proyecto, el diseño se podrá establecer desde la perspectiva de la teoría de los sistemas y considerar en mayor medida al vínculo entre las partes de un todo que solo describir las partes por separado. Es decir, el proyecto dará la pauta para que el diseñador le dé el enfoque que considere adecuado.</p>
<p>Jorge Moreno Arozqueta</p>	<p>En su última respuesta plantea que está seguro que el valor de la mente de diseño es la capacidad de visualizar holísticamente el problema y de entender las interrelaciones de los componentes. Y enseñar eso es el reto.</p>
<p>Liliana Ovalle Piedra</p>	<p>Liliana considera que el diseño en sí mismo se ve desde la perspectiva de la teoría de los sistemas en la que se exalta el vínculo entre las partes del todo y no sólo un análisis separado y recalca una vez más que la práctica del diseño se da de manera flexible, aspecto que se ve en dicha perspectiva.</p>
<p>Mauricio Lara Eguiluz</p>	<p>Mauricio concluye con mucha claridad lo siguiente “Yo lo que creo es que el diseño tiene que, un poco lo que platicamos en un principio, tiene que ser holístico, tienen que ver muchísimos factores que no solamente se limitan a eso, entonces la educación del diseño en ese sentido, hacia adentro del diseño tiene que tener la posibilidad de moverse hacia diversos ramos”. Durante toda la entrevista destaca su crónica a partir de diversos ejemplos.</p>

A lo largo de este capítulo se pueden apreciar todos los conceptos referentes a la complejidad planteados con anterioridad. Los modelos presentados esquematizan la información obtenida en las entrevistas a los diseñadores y permiten concluir que la teoría de la complejidad puede ser utilizada para el entendimiento de la disciplina del diseño, además, se presentan nuevos elementos para que los diseñadores puedan comprenderla más ampliamente y así poder desempeñarse de mejor manera. En el modelo no. 3, en el que se presenta a la disciplina de diseño, se considera el concepto de fractal para visualizar el vínculo entre todos los factores, y al mismo tiempo plantea la base para seguir analizando al diseño desde la complejidad en el próximo capítulo. Todo esto da pie para generar una propuesta en la que se tomen en cuenta tanto la teoría de la complejidad como la hermenéutica analógica para establecer una nueva estructura en la forma de pensar el diseño.

IV

Propuesta de tesis: Diseño industrial desde la Complejidad

El trabajo de la mayoría de los diseñadores industriales mexicanos ha sido ubicado dentro del espacio productivo del país. Esto es, que se le reconoce por su valor para generar soluciones tangibles (creación de objetos) dentro del desarrollo de productos, con el objetivo de incrementar las ganancias económicas de las empresas que utilizan sus servicios. Si bien lo anterior es una de las aportaciones del diseño industrial, no puede olvidarse que dicha disciplina impacta de manera directa en las personas.

El desarrollo del diseño ha llevado como estandarte el uso de la **“razón” con la intención de legitimarlo** como una actividad valiosa dentro del mundo contemporáneo. Esta visión ha desencadenado una serie de **respuestas que pretenden alcanzar el “verdadero sentido” del diseño** al establecer una mejor conexión con las personas que usan los objetos. Una de estas respuestas es el diseño emocional, sin embargo, **al dirigirse hacia la emoción dentro de la “balanza razón-emoción”, se corre el peligro de caer en el otro extremo radicalizando la perspectiva, una vez más.**

Este capítulo representa la aportación de la tesis la cual significaría sumar al discurso del diseño una visión holística de éste (llena de dicotomías), en el que no sólo se considere esta dualidad, sino que se haga consciente que el diseño industrial forma parte de una gran trama de dualidades que deben ser tomadas en cuenta como subgrupos que conforman el todo del diseño. Para lograrlo se discutirá la noción de complejidad establecida en capítulos anteriores. Como punto de partida se considerará la dualidad razón-emoción mencionada, concluyendo con un modelo que describa la complejidad del diseño a partir de dualidades analogizadas.

Diseño y complejidad

A lo largo de los capítulos anteriores se han definido el concepto de diseño y la noción de complejidad, lo que ha servido para dejar claro que la relación entre ambos es indisoluble. Es decir, que el diseño y la complejidad siempre están vinculados. Argumentando lo anterior podemos decir que el diseño es desarrollado por personas y que la toma de decisiones en la vida es compleja, por lo tanto, el diseño se da de manera compleja al ser una actividad del ser humano. La anterior es una afirmación que puede aceptarse y no tener grandes consecuencias dado que sólo propone que el diseño es una actividad compleja y aquí cabe una pregunta ¿No es que todas las actividades de los seres humanos en su vida diaria se dan de manera compleja? No cabe otra respuesta más que sí, todas las actividades de los seres humanos en la vida cotidiana son complejas; entonces, ¿qué tiene de importante afirmar que el diseño es una actividad que se da con esta característica? A continuación desgloso la importancia de dicha afirmación.

En el primer capítulo se definió al diseño como “la actividad encargada de la resolución de problemas referentes a la satisfacción de deseos de un grupo de personas o individuo determinado; dicha resolución, se da por medio del análisis de los diversos factores que se interrelacionan al momento en que estos individuos llevan a cabo cierta actividad y en la cual se da una interacción con un *objeto externo* dentro de un entorno específico. Posterior a este análisis se genera una propuesta para satisfacer el deseo *materializando* finalmente la **solución presentada**”. Siendo así, el diseño se desarrolla por personas analizando diversos factores interrelacionados; resalto esta etapa

debido a que es la forma en que se analizan los factores interrelacionados la que nos permitirá posteriormente, como diseñadores, generar una propuesta. Esa forma de analizar los factores es el pensamiento del diseño y no es otra cosa que los diseñadores hacen consciente y “explotan” la forma de SER HUMANO.

Ya Löbach, en su libro *Diseño Industrial: Bases para la configuración de productos industriales*, planteó aspectos del diseño desde el concepto de complejidad,⁸² sin embargo, se expusieron específicamente en la forma del objeto. El planteamiento va más allá de vincular la complejidad al resultado físico del desarrollo de un proyecto de diseño, está propuesto en el pensamiento mismo del desarrollo del proyecto y es aquí donde considero que impacta fuertemente en los resultados y en todos los aspectos de diseñar.

Anteriormente di un ejemplo en el que una persona decidía desayunar “instantáneamente” tan sólo un pan tostado y un jugo de naranja, y desglosé algunas de las posibles decisiones que tomó para al

⁸² Löbach, Bernd, *Diseño Industrial: Bases para la configuración de productos industriales*, España, Gustavo Gili, 1981. p. 205. El extremo opuesto al orden como aspecto de la constitución de la figura es la complejidad. La complejidad de un producto industrial está determinada por un elevado número de elementos configuracionales y por una gran cantidad de características del orden. Para la percepción humana, alta complejidad significa una oferta de percepción con un amplio contenido de información. Esto conlleva conservar la atención del observador durante un mayor espacio de tiempo. A través de apariencias complejas del entorno resulta en el perceptor aquella inseguridad que en parte puede reducirse por medio de una observación analítica de la estructura configurativa y el conocimiento de sus relaciones. No obstante, el interés del observador se relaciona en grado sumo con la figura y tiende a intentar reducir la información ofrecida mediante la comprensión visual. La constitución de la figura de un producto industrial puede estar influenciada por el empleo de los correspondientes principios, lo que resulta de gran complejidad. Esto se alcanza en muchos casos por medio de la inversión de los principios, con los que es posible un elevado orden. Toda desviación del marco de relaciones horizontal-vertical (diagonales, formas libres) aumenta la complejidad de un producto, transforma la estática en dinámica y desequilibrio. Los contrastes son estímulos especiales para nuestra percepción, muy adecuados para elevar la complejidad de la estructura de la figura y atraer nuestra atención.

final “desayunar ligero”. Un diseñador lo que hace es estructurar qué factores pretende analizar conscientemente y después, de manera consciente o inconsciente, pasa a una etapa de relajación en la cual al final se dará una solución o un camino a seguir para el desarrollo de la propuesta. En este punto podemos destacar el concepto de intuición que tiene gran relevancia en las discusiones entre diseñadores para describirlo más adelante.

Siguiendo con la manera de estructurar y decidir qué factores formarán parte del proyecto se puede decir que es a partir de la propia experiencia de cada diseñador, de su visión personal de la vida, de su forma de SER HUMANO. Y es aquí donde entra el concepto de emoción en el diseño desde la perspectiva del diseñador de manera compleja.

Diseño y emoción dentro de la complejidad

El concepto de emoción fue desglosado anteriormente; recordemos lo que plantean las teorías cognoscitivas: las emociones son algo que depende total o parcialmente de las interpretaciones o creencias de una cosa o situación (cognición), que se da de manera lógica o casual; Maturana plantea desde la biología que la emoción es lo que brinda la posibilidad de relación entre diversas personas, lo que genera las redes sociales. Esta tesis tiene afinidad con dichos enfoques.

Se ha hablado de que el desarrollo de proyectos implica un sin fin de toma de decisiones y considerando que la emoción juega un papel importante en este proceso, podríamos concluir que la emoción siempre ha estado vinculada al diseño.

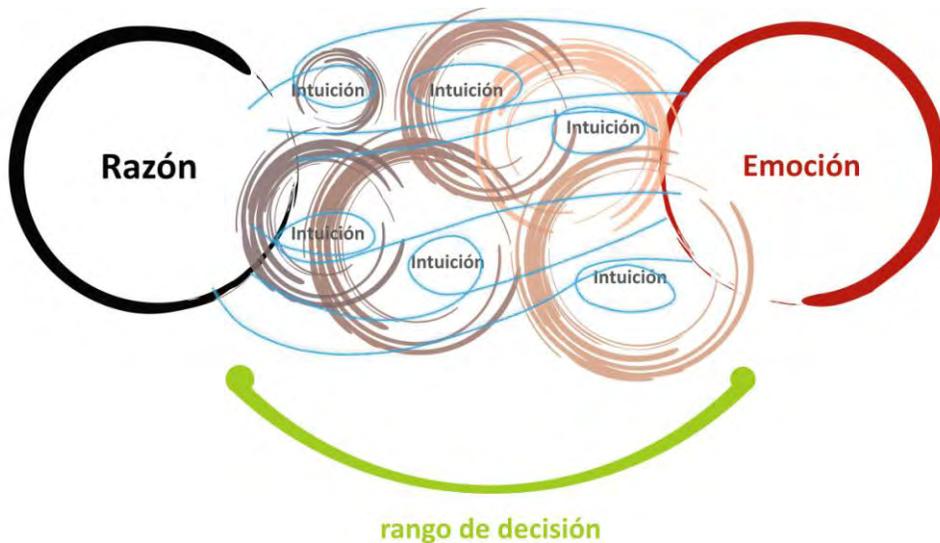
Por otro lado, el concepto de emoción se vincula a la teoría de la complejidad desde la filosofía y a su esquema de dos polos razón-emoción, ya que en la complejidad, se propone incorporar una perspectiva dialógica a los fenómenos del mundo, **dado que** “La perspectiva dialógica pone también de relieve la complementariedad de aspectos como el rigor y la espontaneidad, en la construcción del conocimiento. Bajo dicha mirada, la racionalidad, seriedad, neutralidad, objetividad y regularidad, pueden entenderse de forma complementaria a la espontaneidad, la imaginación, intuición, irrepetibilidad, el desorden y la libertad. Con ello se supera una perspectiva que obstaculiza comprender el mundo como una construcción e interpretación humana que sigue unas reglas que permiten construir libremente estrategias, utilizando los límites y las barreras establecidas; unas reglas que permiten activar la creatividad **que es racional y también intuitiva**”.⁸³

El concepto de intuición es de suma importancia para el desarrollo de la práctica del diseño, ya que es considerado un elemento que todo diseñador debe tener. La intuición según el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española es la “facultad de comprender las cosas instantáneamente, sin necesidad de razonamiento”,⁸⁴ sin ordenar ideas en la mente, sin embargo, no concuerdo plenamente con esta definición ya que el que no se ordenen ideas en la mente de manera consciente no implica que no existan ideas. Y aquí podemos conceder que entre mayor información tengamos en la mente más posibilidades tenemos de llegar a una solución de manera intuitiva.

⁸³ Bonil, J, *op. cit.*, p. 13.

⁸⁴ Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española vigésimo segunda edición versión en internet http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=intuición

Pero, ¿en qué punto se encuentra la intuición? ¿Cómo se relaciona con la razón y la emoción? Para clarificar esto podemos ayudarnos con el siguiente esquema.



Esquema 6. *Este esquema representa la relación entre la intuición y la dualidad razón-emoción en las decisiones de los diseñadores*

En este esquema, se puede apreciar de un lado el polo de la razón y del otro el de la emoción. Digamos que este esquema representa a una persona tomando una decisión; el rango intermedio entre estos dos polos muestra gran cantidad de caminos o soluciones al acertijo que se está tratando de resolver. Cada uno de estos caminos (líneas de tonalidad azul) **está formado por información “razonada”** y por información experimentada emotivamente. Tomar una decisión pura de razón implicaría haber desechado toda la información emotiva y viceversa. Aún así, existe un amplio espectro en el que no se puede explicar claramente qué fue lo que nos llevó a tomar esa decisión y es en este espectro donde actúa la intuición. Este esquema pretende

comprender y hacer consciente que la intuición es una manera importante para tomar decisiones y que puede estar plagada de atractores extraños, por lo que es necesario alimentarnos de información de los dos polos para incentivar el pensamiento creativo.

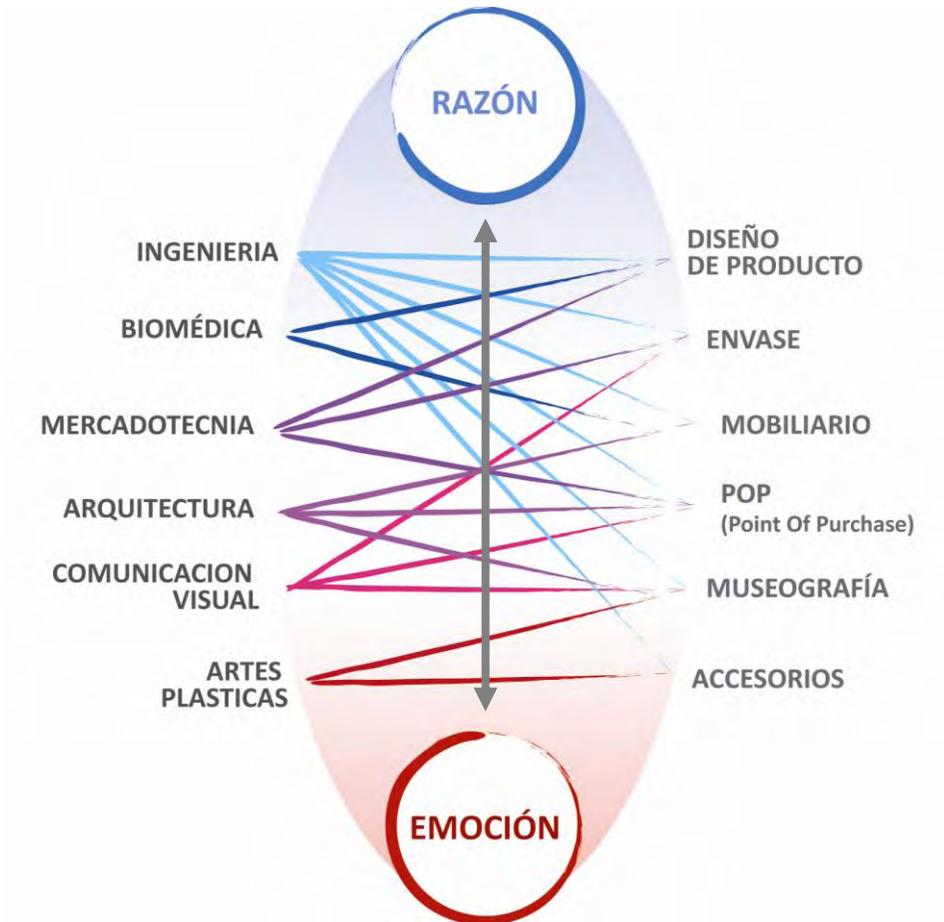
Diseño y transdisciplina

El diseño como disciplina, visto desde la teoría de la complejidad se puede describir en diversos niveles; en su estructura interna, en su relación con otras disciplinas, en la relación entre diseñadores y otras. El modelo 5 planteado anteriormente representa la estructura del diseño desde la complejidad. En este apartado se esquematiza un planteamiento de transdisciplina de los diseñadores industriales con otras disciplinas utilizando las dicotomías de ciencia-arte y razón-emoción.

Es importante explicar que *transdisciplina* se contrasta con los conceptos de interdisciplina y multi-disciplina para su comprensión. En el desarrollo de proyectos, un acercamiento multidisciplinario indicaría solamente que en él intervienen diversas disciplinas; en el concepto de interdisciplina se considera que se da una interacción entre esas múltiples disciplinas, pero las decisiones de cada profesión se toman en cada una de las disciplinas. En la transdisciplina se considera, además de una interacción entre las múltiples disciplinas, que los profesionistas participantes pueden incidir directamente en las **decisiones que se tomen en disciplinas “ajenas” a ellos**. Por lo tanto, es importante comprender la complejidad dentro de la transdisciplina y lo que significa actuar de manera compleja. Esto también implicaría **cambiar la postura “celosa” con la que muchas veces los diseñadores se**

identifican al pensar que si no es su idea no vale la pena trabajarla (este ejemplo está evidentemente radicalizado). Luego entonces, para desarrollar un esquema que presente la transdisciplina en el diseño desglosamos a continuación algunas actividades que un diseñador industrial realiza y la relación que mantiene con otras disciplinas.

A continuación se presentan tres esquemas para describir el aspecto de transdisciplina del diseño. En el esquema 7 se hace una interpretación del vínculo que existe entre diversas disciplinas (ingeniería, biomédica, mercadotecnia, arquitectura, comunicación visual y artes plásticas) y algunas actividades que realizan los diseñadores industriales (diseño de producto, envase, mobiliario, POP, museografía, accesorios) ubicados en el eje razón-emoción. Este esquema se debe de leer de manera vertical para ubicar cada uno de los rubros **mencionados en un “nivel” de énfasis en razón o emoción.** Además se vinculan las disciplinas y las actividades de los diseñadores por medio de líneas de colores donde el azul, se vincula más a la razón y en tanto se va alejando de este y acercándose a la emoción cambia al rojo.



Esquema 7. En esta imagen se puede apreciar con qué disciplinas se relacionan algunas de las actividades que realiza el diseñador industrial⁸⁵

De esta forma, la ingeniería es la profesión que se relaciona en todas y cada una de las actividades aquí presentadas, sin embargo, esta relación se da de diferente manera e intensidad como se muestra en el siguiente esquema.

Retomando el esquema anterior y enfocándonos en la relación de la ingeniería con las actividades de los diseñadores en un esquema

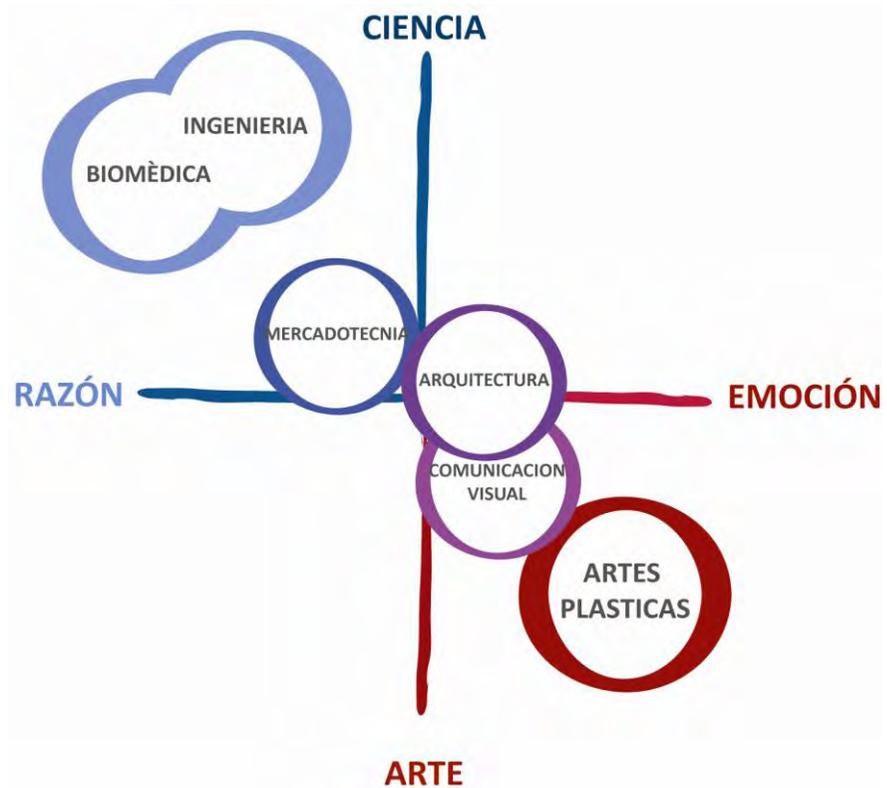
⁸⁵ Las relaciones que se marcan en este esquema podrían variar, es decir, podría ser que alguna de las actividades marcadas se relacionen con otra disciplina que aquí no se muestra.

de dos ejes de coordenadas el de ciencia-arte y el de razón emoción. Aquí se puede apreciar el énfasis que se da en cada una de estas actividades en su relación con la ingeniería, siendo el de envase y diseño de producto el más cercano y el de accesorios el más lejano, cabe aclarar que este esquema es sólo para resaltar el énfasis de cada actividad porque se entiende que todas tienen relación con la ingeniería y depende del enfoque de cada diseñador la intensidad del vínculo con las ciencias o las artes.



Esquema 8. Ubicación de algunas actividades realizadas por diseñadores industriales en un esquema en cruz de: ciencia-arte, razón-emoción y su relación con la ingeniería.

Si al esquema anterior introdujéramos las otras profesiones mencionadas en el esquema 7, sin mostrar las actividades del diseñador, podrían quedar ubicadas como se muestra en el esquema 8. Si empalmáramos los dos esquemas se podría aclarar la relación presentada en el modelo 6. Cabe aclarar que este esquema es meramente descriptivo y no pretende encajonar a ninguna disciplina en la ubicación que se le da en este esquema, se sabe que las artes plásticas pueden estar fuertemente ligadas a la ciencia y a la razón, pero no es la regla; de manera inversa para la ingeniería en relación con el arte y la emoción.



Esquema 9. Ubicación de otras disciplinas en el mismo esquema de cruz de: ciencia-arte, razón-emoción y su relación con diversas profesiones.

Autoorganización y colectivos

Si bien, en el capítulo de diseño industrial mexicano, se plantea la organización en colectivos, aquí aclaro que la autoorganización de los diseñadores industriales se da de igual manera que en otras disciplinas, de tal manera que las personas (en este caso diseñadores) se agrupan de dos formas generalmente: según los mismos intereses; o con personas con otras habilidades a las propias para cubrir deficiencias personales.⁸⁶ Cabe resaltar que la posible diferencia entre el diseño y otras disciplinas es que, en la mayoría de los esquemas de autoorganización de diseñadores industriales se han dado como colectivos agrupados en esquemas horizontales, similar a la manera de organizarse de personas vinculadas al arte. Lo anterior se puede ver claramente en el libro de Teresa del Conde sobre *La historia del arte contemporáneo de México* al inicio del capítulo “**Los contemporáneos**”:

“**Varios de los pintores que rechazaron la idea de producir arte de mensaje** guardaron estrechos vínculos con los herederos modernistas: los llamados Contemporáneos, escritores y poetas que se consideraban a sí mismos *espíritus poseídos de divinidad*. Los contemporáneos integraron un *grupo sin grupo*, según expresión de Xavier Villaurrutia; es decir, una comunión de independencias **libertarias de gran injerencia en la vida cultural de México**”.⁸⁷

Es claro que se agrupaban según sus intereses.

⁸⁶ En la conformación de dichos colectivos también los atractores extraños juegan un papel importante, ya que ciertas experiencias o reuniones al parecer fortuitas entre los diseñadores pueden producir a la larga el inicio de una relación fructífera.

⁸⁷ Del Conde, Teresa, *Una visita guiada: Breve historia del arte contemporáneo de México*, México, Ed. Plaza Janés, 2003, p. 199.

En el diseño industrial, notamos que en la década que está por concluir, el catalizador de unión como colectivos fue el polo de la emoción, a diferencia de la década en que Mauricio Lara Eguiluz y Jorge Moreno, en la que se relacionaban tal vez más por el aspecto productivo y de comercialización (esto está directamente vinculado al contexto). La afirmación anterior es discutible y queda para otra investigación.

Dualidades en el diseño

A lo largo de mi investigación he mencionado diversas dicotomías que forman parte del diseño como actividad proyectual, dichas dualidades representan un acercamiento analítico y descriptivo del actuar de los diseñadores. A continuación se presentan algunos esquemas que sintetizan la información desglosada y descrita a lo largo de mi investigación, estos modelos surgen de la suma de varios de los esquemas presentados en capítulos anteriores.

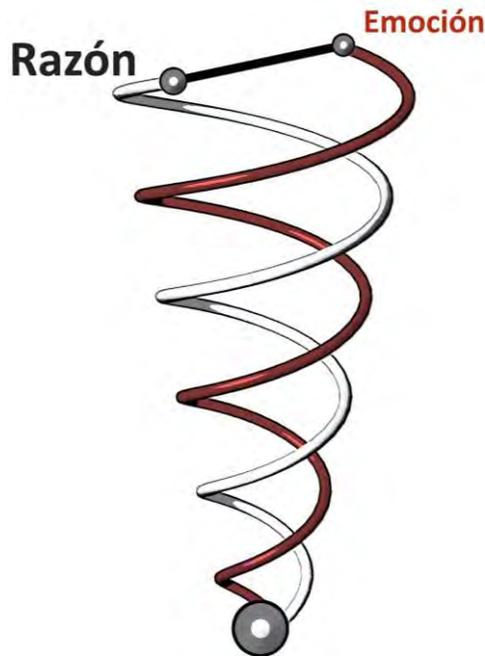
El esquema 10 es una reinterpretación del modelo sobre las fases del proceso de diseño de Asimov⁸⁸. La variante principal planteada es que se da de manera descendente, de lo abstracto a lo concreto y en la parte inferior converge el helicoide en un punto. El helicoide se presenta en el esquema 11.

⁸⁸ Simón Sol, Gabriel, *op cit.*, p.114.



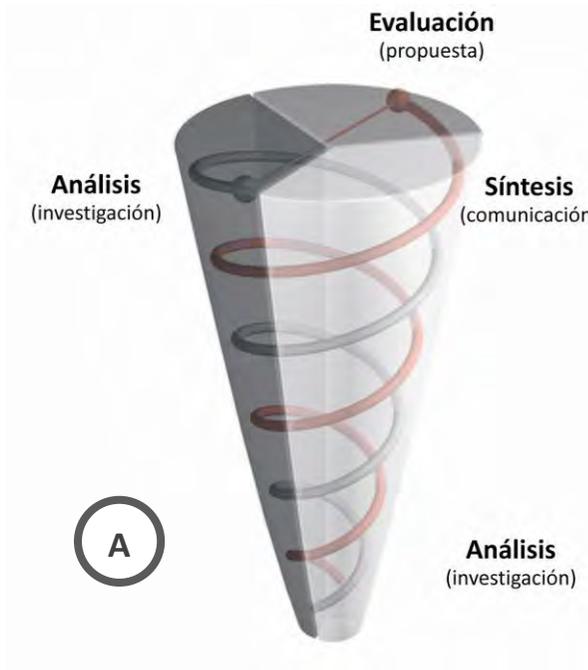
Esquemas 10. *Fases en el proceso de diseño.*

A continuación se esquematiza con una helicoide doble los dos polos que los diseñadores consideran de manera consciente o inconsciente para la toma de decisiones en su proceso de diseño: el polo de la razón y el polo de la emoción (a diferencia del modelo de Asimov, éste en vez de una helicoide contiene dos).

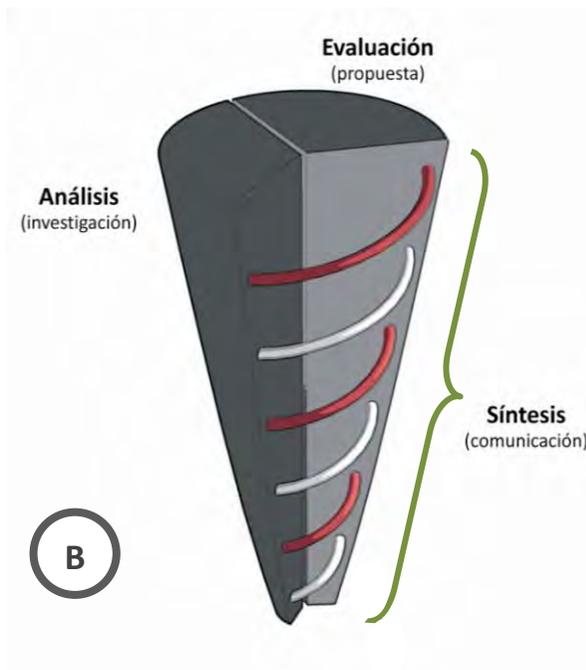


Esquema 11. *Helicoide doble con los polos de la razón y de la emoción.*

En el esquema 12, la figura A representa la inserción de la doble helicoide razón-emoción del modelo 11 en el cono del proceso de diseño presentado en el modelo 10. En la figura B, se muestra el esquema A pero con la doble helicoide descubierta en la fase de comunicación. Se ha esquematizado de esta forma ya que el diseñador, al presentar su proyecto, generalmente sólo muestra esta parte por medio de visualizadores, modelos, prototipos, etc. Sin embargo, al mostrar sólo los resultados de esta fase, puede generar que el cliente no cuente con toda la información trabajada y de la cual salió la propuesta final del diseñador. Lo anterior puede repercutir en interpretaciones erróneas por personas externas al proyecto y que inciden directamente en el rumbo del mismo. Por lo que es recomendable mostrar resultados de las otras dos fases al presentar el proyecto.

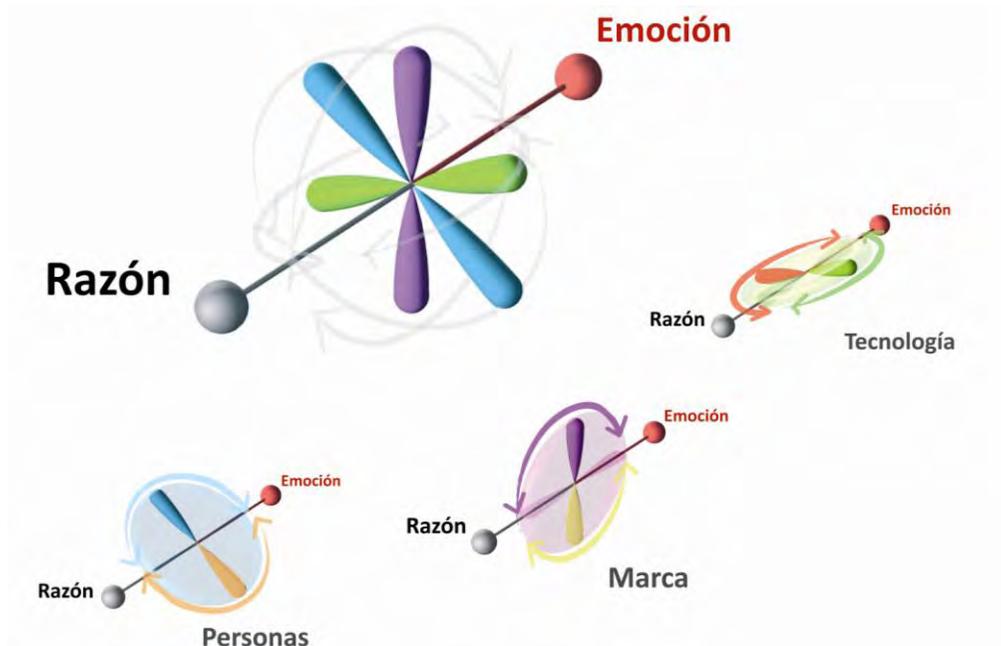


Esquema 12 A. Fases del proceso de diseño presentados en el esquema 10 visualizando en su interior el helicoide doble con los polos razón y emoción.



Esquema 12 B. Esquema 12 A con la fase de comunicación “descubierta”

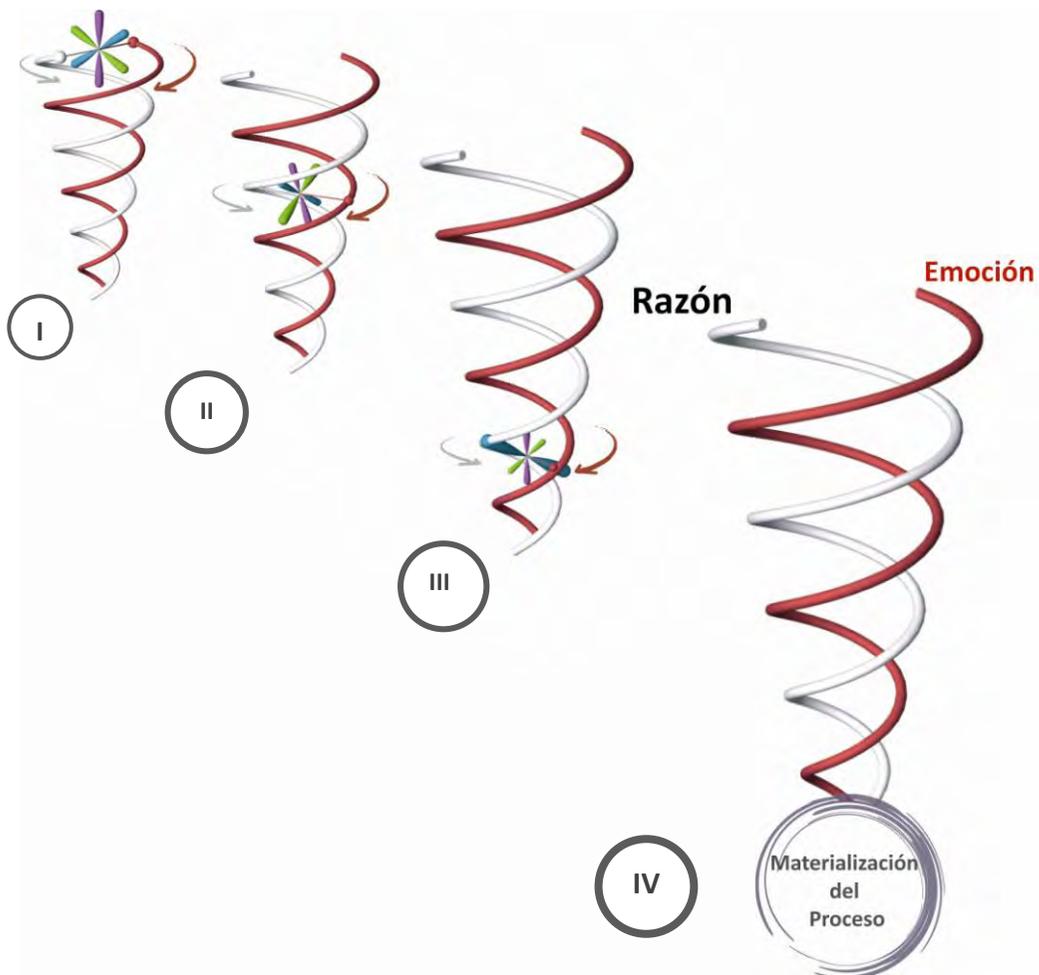
La siguiente ilustración muestra una estrella con los tres aspectos del pensamiento de diseño de IDEO –imagen 5- estructurados como binomios (estos aspectos pueden variar según lo requiera el proyecto). Dichos aspectos están ubicados en un eje en cuyos extremos se encuentran la razón y la emoción. Cada aspecto tiene su propio plano de rotación para acercarse a cada binomio de opuestos hacia la razón o hacia la emoción según sea el caso.



Esquema 13. Estrella con los tres aspectos del pensamiento de diseño de IDEO ubicados en el eje razón-emoción.

La siguiente imagen representa la unión de la doble helicoide razón-emoción del proceso de diseño con la estrella de binomios opuestos de los aspectos del pensamiento del diseño. Se muestra cómo se va transformando la estrella según las decisiones que toma el diseñador en su proceso de diseño. En el primer esquema los binomios se

mantienen en un punto inicial; en el segundo, una vez iniciado el proceso de diseño, se representa su movimiento hacia la razón o la emoción según sea el caso; en el tercer esquema, se puede apreciar cómo “crece” el aspecto azul, debido a que en ese punto el diseñador da a éste mayor énfasis que a los otros; y en el último esquema se presenta al final de la doble helicoide el resultado del proceso de diseño materializado en un objeto, producto, servicio o idea, según el caso. Estos movimientos y crecimientos varían en cada proyecto.



Esquema 14. Cuatro momentos en el pensamiento de un diseñador durante el proceso de diseño en la fase creativa.

Los esquemas presentados tienen como finalidad describir la fase creativa de la actividad del diseño con la intención de que los diseñadores sean conscientes de las características de su profesión y la forma en que toman decisiones, sea razonada o intuitiva. Si cada diseñador comprende estos esquemas será capaz de mejorar su forma de enfrentar cada proyecto y disminuirá su frustración ante la incertidumbre que parece estar presente en todos los proyectos de diseño. Los diseñadores asumirán que las decisiones que toman son interpretaciones personales de la información obtenida para cada proyecto y que corresponden a un contexto y temporalidad específicos. Aumentando su posibilidad de incidir positivamente en los resultados obtenidos.

Conclusiones

El diseño es una disciplina que de origen “funciona” o se “aplica” a partir del pensamiento complejo: todo está relacionado, interconectado, cualquier factor puede ayudar para establecer una posible solución a un posible problema y aun así todas las soluciones dadas serán perfectibles.

El diseño industrial no es una disciplina con un método establecido que pueda definirse a partir del resultado que obtiene, sino que se estructura a partir del proceso, por lo que es importante que los diseñadores comprendan y hagan conciencia que el diseño implica más que solucionar-materializar objetos, servicios. El diseño es un pensamiento y acercamiento a la vida cotidiana, que será mejor entendido si el diseñador se ve inmerso en el pensamiento complejo. La hermenéutica analógica presenta una perspectiva valiosa para el diseño industrial que sumada a una visión desde el pensamiento complejo puede significar una puerta para que el diseño enfrente el desafío del cambio de paradigma que se presenta actualmente.

Al inicio de este trabajo se pretendía introducir el pensamiento del diseño emocional como se plantea en Europa, sin embargo, a lo largo de mi investigación obtuve elementos que permiten afirmar que la importación de este enfoque sin modificaciones sería contraproducente o poco fructífero, debido al contexto mexicano. Aclarando lo anterior se puede decir que el desarrollo de proyectos de diseño industrial en México se presenta en un contexto en el que la investigación no es uno de los factores principales para el desarrollo de proyectos, lo que ha derivado en una aplicación del concepto de emoción de manera más acorde con el pensamiento latinoamericano y que está ligado a una cultura de la ironía y el sarcasmo. En cuanto a

este pensamiento latinoamericano planteado, sobra ver los múltiples ejemplos presentados acerca de la cultura mexicana del siglo XX por los “moneros”⁸⁹ y cabe aquí la pregunta ¿sigue siendo de esta forma? Al menos parece que esta visión ha permeado en el diseño industrial.

A decir verdad, el proceso de diseño y la práctica del diseño (el pensamiento y lo material) se dan invariablemente de manera compleja, desde la teoría de la complejidad, y el entendimiento de esto por parte de los diseñadores industriales sería de gran beneficio para el desarrollo de la disciplina en el sentido de consolidar la filosofía del diseño para poder presentarse firmemente y de manera abierta en la práctica transdisciplinaria de la que es imposible no formar parte en este fin de la primera década del siglo XXI.

En tanto los diseñadores entendamos esto, podremos avanzar para que nuestro pensamiento y actitud sean congruentes con el contexto. Los modelos aquí presentados en dualidades se dan en el paradigma actual, pero se puede apreciar que se busca dar el salto al paradigma de la complejidad.

La consideración por el medio ambiente puede insertarse de manera natural en los esquemas presentados en el que se aglutinan el pensamiento del diseño y el proceso de diseño, puesto que considerar

⁸⁹ *La familia Burrón* es un claro ejemplo de la cultura cotidiana mexicana como se menciona en la nota cultural del periódico **La Jornada** del miércoles 26 de mayo del 2010 sobre el fallecimiento de su autor Gabriel Vargas en el que se menciona la publicación de Miguel Angel Gallo *Los cómics: un enfoque sociológico* (Ediciones Quinto Sol) y en la que dice: “el lenguaje usado por el autor (Gabriel Vargas) es riquísimo en expresiones, refranes, apodos, caló, y representa en mucho el habla popular de amplios sectores urbanos. Mateos Vega, Mónica, “Murió Gabriel Vargas, creador de la *Familia Burrón*” en *La Jornada*, México, D.F., núm. 9260, 26 de mayo de 2010, cultura, p. a44.

al medio ambiente en los proyectos de diseño industrial se da debido a que se vislumbra un nuevo paradigma, mismo que se enfrenta de manera activa con esta propuesta del diseño desde la complejidad.

En el capítulo cinco de su libro *Artefactos. Hacia una nueva ecología del ambiente artificial*,⁹⁰ Manzini propone adoptar criterios de lectura que estudien el ambiente natural con un enfoque ecológico para su aplicación en el desarrollo del ambiente artificial. *La labor de los diseñadores implementada con estas características, no sólo van enfocadas en función de la naturaleza sino que analiza profundamente la relación que se da entre la actividad del hombre y ésta, generando además de bienestar físico de los implicados -hombre y naturaleza-, la ampliación de la cultura.* En el esquema jerárquico que Manzini plantea, los objetos aparecen en el último nivel y propone que los diseñadores podemos incidir considerablemente para que con una actitud ecológica y holística, contribuyamos al desarrollo de la cultura de un ambiente artificial futuro con calidades más profundas y estables.

Por otro lado Jonathan Chapman plantea puntos importantes como son:

- Considerar en una dualidad costo-beneficio cierta sensibilidad medioambiental en proyectos.
- Empatía con productos para obtener empatía personal con la marca.
- Reciclar no es la solución o la única solución.

⁹⁰ Manzini, Ezio, *Hacia una nueva ecología del ambiente artificial* en *Artefactos*, Madrid, Celeste Ediciones y Experimenta Ediciones de Diseño, 1992, p. 206.

- La tierra no nos pertenece.
- El proceso de diseño no se acaba cuando se vende el producto
- Diseñar objetos que el usuario quiera conservar.

Esta tesis representa un avance en pensar al diseño desde la complejidad y a la presentación de esta investigación podrían seguirle diversos caminos para así ampliar esta postura. Dichos caminos podrían ser:

1. Presentar esta investigación a manera de conferencia a nivel nacional e internacional;
2. Publicar de la investigación como libro para lograr impactar a un público más extenso que el que permite la publicación de tesis o presentaciones en conferencias;
3. Desarrollar un método a partir de fractales para el desarrollo de proyectos de diseño que consideren la dualidad razón-emoción.
4. Desarrollar el contenido de la tesis a manera de programa para la introducción del tema de complejidad en licenciaturas de diseño industrial.

Para finalizar presento la imagen de la siguiente página que representa al proceso de diseño partiendo del esquema 14. En dicho esquema se establecen claramente los elementos que conforman al proceso de diseño, sin embargo, como se ha repetido en esta tesis, en la práctica, separar los elementos en el pensamiento de diseño es difícil, ya que están mezclados a partir de un sinfín de decisiones que cada diseñador toma. Por lo anterior, el esquema **se “deforma” a manera de manchón.**



Imagen 13. *Barquillo tutti frutti o proceso de diseño.*

La intención de presentar este “modelo” es abrir el pensamiento y generar discusión en torno a la filosofía del diseño entre los profesionales y por qué no, entre otros diseñadores de manera autoorganizada.

Bibliografía

- Aicher, Otl, *Analógico y Digital*, Barcelona, Gustavo Gili, 2001.
- Aicher, Otl, *El Mundo como proyecto*, Barcelona, Gustavo Gili (GG Diseño), 4ª edición, 2002.
- Audi, Robert (ed.), *Diccionario Akal de Filosofía*, Ediciones Akal, Madrid, 2004.
- Beuchot, Mauricio, *Perfiles esenciales de la hermenéutica*, México, UNAM, 2002.
- Blanch Tyroller, Alex et al, *Diseño, teoría, enseñanza, práctica, Santiago de Chile, Arq ediciones serie Teoría y Obra, 2007.*
- Bonil, J. et al, *Un nuevo marco para orientar respuestas a las dinámicas sociales: El paradigma de la complejidad*, Departamento de Didáctica de la Matemática y las Ciencias Experimentales de la Universidad Autónoma de Barcelona, 2004.
- Bonsiepe, Gui, *Del objeto a la interfase, mutaciones del diseño*, Buenos Aires, Infinito, 3ª edición, 1999.
- Bunge, Mario Augusto, *Diccionario de Filosofía*, Siglo Veintiuno Editores, México, 2005, págs. 225.
- Burdek Bernhard, E, *Diseño: Historia, Teoría y Práctica del diseño Industrial*, Barcelona, Gustavo Gili (GG Diseño), 3ª edición, 2002.
- Calhoun, Cheshire y Robert C. Solomon, comp., *¿Qué es una emoción? Lecturas clásicas de psicología filosófica*, México, Fondo de Cultura Económica, 1996.
- Calvera, Ana, edit., *Arte ¿? Diseño, nuevos capítulos en una polémica que viene de lejos*, Barcelona, Gustavo Gili, 2003.
- Calvera, Ana, comp., *Lo Bello de las Cosas. Materiales para una estética del diseño*, Barcelona, Gustavo Gili, 2006.
- Capra, Fritjof, *La trama de la vida: una nueva perspectiva de los sistemas vivos*, Barcelona, Anagrama –Compactos-, 2009.

Chaparro Guevara, Graciela, *No linealidad, complejidad y sistemas sociales*, Revista de Antropología y Sociología, Virajes, No. 10, enero-diciembre, 2008.

Chapman, Jonathan y Nick Gant, *Designers, visionaries and other stories, a collection of sustainable design essays*, Londres, Earthscan, 2007.

Chapman, Jonathan, *Emotionally durable design, objects, experiences and empathy*, Londres, Earthscan, 2005.

Comisarenco Mirkin, Dina, *Diseño Industrial Mexicano e Internacional: Memoria y futuro*, México, Trillas, 2006.

Comisarenco Mirkin, Dina *et al*, *Vida y Diseño en México del siglo XX*, México, Fomento Cultural Banamex, 2007.

Cross, Nigel, *Métodos de diseño, estrategias para el diseño de productos*, México, Limusa Wiley, 2008.

De Bono, Edward, *El pensamiento creativo, el poder del pensamiento lateral para la creación de nuevas ideas*, México, Paidós, 1994.

Del Conde, Teresa, *Una visita guiada: Breve historia del arte contemporáneo de México*, México, Ed. Plaza Janés, 2003.

Dubberly, Hugh, *How do you design? Acompendium of model*. San Francisco, 2008.

Esqueda, Román, *El juego del diseño, un acercamiento a sus reglas de interpretación creativa*, México, Designio, Teoría y Práctica, 2ª edición, 2003.

Flores, Cecilia, *Ergonomía para el diseño*, México, DESIGNIO, 2001.

Gaos, Amparo y Amalia Lejavitzer, *Aprender a investigar*, México, Santillana, 2005.

Garcés, Isabel, *Diseño México*, México, ARQUINE RM, 2006.

García Córdoba, Fernando, *El cuestionario, recomendaciones metodológicas para el diseño de un cuestionario*, México, Limusa, 2008.

Gardner, Howard, *Arte, mente y cerebro, una aproximación cognitiva a la creatividad*, Barcelona, Paidós, Básica, 2ª reimpresión, 1997.

González Ochoa, César, *El significado del diseño y la construcción del entorno*. México, Designio, 2007.

González Ochoa, César, “La cuestión de la identidad” en *Las rutas del diseño. Ensayos sobre teoría y práctica*, México, Designio, 2005.

Heskett, John, *El diseño en la vida cotidiana*, Barcelona, Gustavo Gili (GG Diseño), 2005.

Johnson, Steve, *Sistemas emergentes o que tienen en común hormigas, neuronas, ciudades y software*, Turner y Fondo de Cultura Económica, México, primera edición en castellano, 2003.

Jordan W., Patrick, *Designing pleasurable products*, Florida, Taylor & Francis, 2000.

Löbach, Bernd, *Diseño Industrial: Bases para la configuración de productos industriales*, Barcelona, Gustavo Gili, 1981.

Maldonado, Tomás, *El diseño industrial reconsiderado, definición, historia, bibliografía*, Barcelona, Gustavo Gili, Punto y Línea, 2ª edición, 1981.

Margolin, Víctor, *Las políticas de lo artificial*, Designio, México, 2005.

Margolin, Víctor, *et al, Las Rutas del Diseño, ensayos sobre teoría y práctica*, México, Designio, 2005.

Mateos Vega, Mónica, “Murió Gabriel Vargas, creador de la *Familia Burrón*” en *La Jornada, México, D.F.*, núm. 9260, 26 de mayo de 2010, cultura, p. a44.

Maturana, Humberto, *Desde la Biología hasta la Psicología*, Santiago de Chile, Editorial Universitaria, 3ª edición, 1996.

Mcdonagh, Deana et al, *Design and emotion, the experience of everyday things*, London, Taylor & Francis, 2004.

Martín Juez, Fernando, *En el lugar de la bifurcación*, en prensa, Barcelona, Ellago Editores, 2009.

Morin, Edgar, *Introducción al pensamiento complejo*, Barcelona, Gedisa, 1996.

Norman A., Donald, *El Diseño Emocional, Por qué nos gustan (o no) los objetos cotidianos*, Barcelona, Paidós, 2005.

Potter, Norman, *Qué es un diseñador: objetos. lugares. mensajes*, Barcelona, Paidós, Estética 27, 2004.

Ramírez, Santiago (Coord.) *Perspectivas en las teorías de sistemas*, México, Siglo XXI, 1999.

Rivera Díaz, Luis Antonio, *La retórica en el diseño gráfico*, México, Encuadre, En la teoría, 2007.

Rodríguez Morales, Luis, *Diseño: estrategia y tácticas*, México, Siglo XXI, 2ª edición, 2006.

Rubert de Ventos, Xavier, *Teoría de la sensibilidad*, Barcelona, Ed. Península-Madrid, 1969.

Salinas Flores, Oscar, *Historia del diseño industrial*, México, Trillas, 3ª reimpresión, 2005.

Sánchez Vázquez, Adolfo, *Invitación a la estética*, México, Debolsillo, Ensayo. Arte, 2007.

Saravia Pinilla, Martha Helena, Tesis de Maestría en Diseño Industrial *Ergonomía y diseño: de la teoría a la práctica*, UNAM, 2002.

Simón Sol, Gabriel, *La trama del diseño, por qué necesitamos métodos para diseñar*, México, Designio, Teoría y Práctica, 2009.

Referencias en internet

Desmet, D.M.A. et al, “*Values and emotions; an empirical investigation in the relationship between emotional responses to products and human values*” en <http://static.studiolab.io.tudelft.nl/gems/desmet/papervaluesemotion.pdf>, (VÍ: noviembre, 2008).

Enebral Fernández, José, “*La intuición genuina, para ver más allá*” en http://www.degerencia.com/articulo/la_intuicion_genuina_para_ver_mas_alla (VÍ: mayo, 2010).

Fuentes Chavarriga, Julio, “*La intuición*” en <http://www.atinachile.cl/content/view/97207/LA-INTUICION.html> (VÍ: mayo, 2010).

Gómez Borja, Saulo Manuel, *Posmodernidad y educación superior* en Revista electrónica Sinéctica, Edición 04, enero-junio de 1994. http://portal.iteso.mx/portal/page/portal/Sinectica/Historico/Numeros_anteriores01/004/G%F3mez%20Saulo%20Manuel%204.pdf (VÍ: octubre, 2010).

Margolin, Victor, En la versión electrónica de la revista Temes de Disseny, *Los estudios de diseño y la educación de los diseñadores. colección 06 “Pedagogía del diseño”* Elisava TdD. Barcelona 1991. <http://tdd.elisava.net/coleccion/6/margolin-es> (VÍ: octubre 2010).

Montero Hassan, Yusef y Francisco Jesús Martín Fernández, “*La experiencia del usuario*” en http://www.nosolousabilidad.com/articulos/experiencia_del_usuario.htm (VÍ: octubre, 2008).

Morin, Edgar, “*La epistemología de la complejidad*” en http://www.ugr.es/~pwlac/G20_02Edgar_Morin.html (VÍ: septiembre, 2008).

Munné, Frederic *Las teorías de la complejidad y sus implicaciones en el comportamiento social*. Revista Interamericana de Psicología, 1995, 29, 1-12. Reproducido en: <http://www.portalpsicologia.org/documento.jsp?idDocumento=2064>. (VÍ: octubre, 2010).

Página oficial de la organización Design and Emotion
<http://www.designandemotion.org/society/about/> (VÍ: agosto, 2008).

Torre de Babel Ediciones, Diccionario filosófico en línea, Portal de filosofía, psicología y humanidades en internet <http://www.e-torredbabel.com/DiccionarioFilosofia/Diccionario-Filosofico.htm>

Anexos

PROTOCOLO PARA ENTREVISTA⁹¹



Paolo Arámbula Ponte
Alumno de Posgrado en Diseño Industrial
UNAM



Edificio Unidad de Posgrado, Entrada lado sur 2o. piso,
Circuito interior, C.U., Coyoacán, CP 04510, México, D.F

Diseño Industrial Mexicano, Emoción y complejidad

Diseñador entrevistado	Lugar, fecha de aplicación
------------------------	----------------------------

Sesión única

Saludo Inicial

Hola, ¿Qué tal?

Presentación

La presente entrevista forma parte del proyecto de investigación denominado “**Diseño, emoción y complejidad**” referente al diseño emocional, su descripción, sus metodologías y aplicaciones actuales en otros países y sus posibles aportaciones para la profesión del diseño industrial en México desde una perspectiva holística, estructurada a partir de la teoría de la complejidad.

El objetivo de esta entrevista, es establecer puntos de encuentro en la práctica del diseño mexicano con los enfoques desarrollados en otros países desde la perspectiva del diseño emocional y su importancia en el proceso global del desarrollo de proyectos.

⁹¹ Elaborada tomando como referencia el libro de García Córdoba, Fernando, *El cuestionario. Recomendaciones metodológicas para el diseño de un cuestionario*, México, Limusa, 2008.

La selección de los diseñadores se basó en el conocimiento de sus trabajos, en los cuales se distinguen características de objetos desarrollados a partir del enfoque del diseño emocional, y que en la mayoría de los casos despiertan en las personas que usan sus objetos diversas emociones, lo que incrementa la satisfacción de uso y eleva la importancia de los proyectos de diseño de la simple adaptación física de los objetos a un nivel cognitivo (racional-emotivo) de las personas.

La información recabada formará parte íntegra del documento final de tesis para la obtención de grado de maestría en diseño industrial y será interpretada a partir de los modelos del diseño emocional existentes así como con la comparación de conceptos de la teoría de la complejidad, con la intención de fundamentar el último capítulo de la tesis denominado El diseño emocional desde la complejidad.

La duración aproximada de la entrevista será de 30 a 45 min., realizándose video-grabación de la misma para un mejor control de la información.

Metodología

Entrevista única video-grabada con formato de 15 preguntas-respuestas con una duración aproximada de 30 a 45 minutos, realizada en el estudio del participante.

La entrevista está estructurada en 5 secciones: a) *Introductoria* (dos preguntas); b) *Emoción y diseño* (cuatro preguntas); c) *Perfil de los diseñadores* (cinco preguntas); d) *Autoorganización, complejidad y diseño* (tres preguntas); y e) *cierre* (una pregunta)

Recordatorio de Autorización (ya firmado el formato)

Se le recuerda que aceptó su autorización para video grabar la entrevista y publicar, junto con su nombre completo, la información obtenida en esta entrevista para incluirla de manera íntegra dentro de

la tesis para la obtención de maestría en diseño industrial de la UNAM presentada por el diseñador industrial Paolo Arámbula Ponte.

Semblanza

Lectura de la semblanza del diseñador entrevistado obtenida del libro: **“Vida y diseño en México del siglo XX”** editado por Fomento Cultural Banamex.

Preguntas

¿Falta algún dato relevante?

a) Introdutorias

Objetivo: Obtener la confianza del entrevistado y entrar en materia.

1. ¿Cuál es su percepción general del diseño industrial como profesión en México?

En la educación, y en el campo de trabajo

2. Dentro de su formación (educación formal) como diseñador tiene experiencias nacionales e internacionales, ¿podría describir a grandes rasgos cada una de éstas y cómo considera que han influido en tu desarrollo profesional?

b) Emociones y diseño

Objetivo: Establecer la relevancia del uso de la emoción en los proyectos de los entrevistados y conocer el nivel de análisis consciente de las emociones de los usuarios. Preguntas 3-6

3. El desarrollo de proyectos de diseño que considera a las emociones de los usuarios ha tomado gran importancia en el ámbito del diseño, ¿podría darme tu opinión al respecto?

4. El uso de un método para el desarrollo de proyectos da certeza al resultado obtenido, sin embargo, la intuición del diseñador y su habilidad para aplicar el método seleccionado brinda grandes beneficios, ¿podría darme tu opinión sobre estos dos elementos del proceso del diseño (intuición y uso de métodos)?

5. ¿Por qué en varios de tus proyectos aparecen el sarcasmo, la ironía y el humor?

Se mostrará un ejemplo para cada uno de los diseñadores

6. De acuerdo a la lectura que hago de este proyecto, el usuario responderá emotivamente al interactuar con el objeto. ¿Tuviste alguna consideración especial para generar en el usuario una respuesta emotiva? Si es que sí ¿cuál?

c) Preguntas desarrolladas según el perfil de cada uno de los diseñadores.

Objetivo: Establecer que los diversos enfoques de los diseñadores en México son bifurcaciones de la posibilidad de desarrollarse como diseñadores pero que aún así, se siguen considerando en mayor o menor medida muchos otros factores como se plantea en la teoría de la complejidad. Pregunta 7-11

7. Según he observado en mi investigación, la situación actual en México ha generado que los diseñadores busquen desarrollar sus

proyectos desde la etapa de concepción, hasta la etapa de fabricación y comercialización ¿Cómo crees que esto impacta en el resultado de los proyectos?

8. Comparando la formación educativa que obtuviste en México ¿Sabes si existe alguna diferencia en cuanto al enfoque de formación de diseñadores en el extranjero?

Si es que existe diferencia, ¿en qué consiste?

9. Uno de los aspectos que se considera en el desarrollo de proyectos de diseño es la estrategia de negocio, hay diseñadores que le dan a este aspecto gran importancia ¿Qué opinas de esto?

10. Aceptar que las acciones del ser humano impactan directamente en el entorno natural, ha generado que el diseño se desarrolle desde una perspectiva más compleja ¿Cuál es tu postura ante el diseño que considera la relación humano-entorno natural?

11. La difusión de la disciplina de diseño industrial, es una gran herramienta para introducirla en la conciencia popular, ¿has realizado alguna labor que vaya en este sentido? ¿Puedes hablarme sobre ella?

d) Autoorganización, complejidad y diseño.

Objetivo: Establecer que la práctica de los diseñadores industriales en México es un claro ejemplo del concepto de autoorganización presentado en la teoría de la complejidad. Pregunta 12-15

12. ¿A qué atribuyes la postura que toman algunos diseñadores para desarrollarse profesionalmente de manera independiente, es decir, no insertarse en un estudio o empresa establecida?

13. ¿Cuál puede ser la diferencia entre esta postura y la tradicional (insertarse en una empresa)?

14. La horizontalidad de la organización en colectivos, laboratorios, etc. de diseño, permite romper con un esquema vertical de jerarquías ¿cuáles pueden ser las ventajas y desventajas de una organización de este tipo?

e) Cierre

15. Para concluir, la teoría del caos y la teoría de los sistemas plantean a grandes rasgos que lo importante en un sistema no es la descripción de sus partes sino la relación que existe entre ellas al ser parte de un todo, ¿crees que el diseño pueda ser visto desde esta perspectiva? Si, No, ¿Por qué?

Observaciones del diseñador

¿Tienes algún otro comentario que te gustaría agregar?

Notas del entrevistador.

Agradezco tu colaboración con mi proyecto de investigación.

Entrevistas y semblanzas de diseñadores

Cecilia León de la Barra (1975) Semblanza⁹²

Estudió la licenciatura en diseño industrial con especialidad en diseño gráfico. Viajó a Italia para tomar un curso de arte y fotografía en el Instituto di Arte Lorenzo de Medici. Tiene experiencia tecnológica de Cerámica en Sargadelos, en España. Cursó el Taller de Diseño Gráfico impartido por diseñadores checoslovacos en la Universidad Iberoamericana. En 2004 asistió a Domain Du Boisbuchet, Francia, donde cursó el Vitra Summer Workshop, Hidden Furniture, impartido por Edward Barber y Jay Osgerby. Diseñó y realizó el Espacio Lúdico, para la exposición temporal de *La Leyenda de los Cromos. El arte de los calendarios mexicanos del siglo XX en Galas de México* en el Museo Soumaya. En 2005 desarrolló proyectos independientes y colaboró con otros diseñadores. Forma parte del colectivo Nel. Trabaja en los ámbitos del diseño industrial y la arquitectura. Es cofundadora de la consultoría en diseño, diseño interior y tienda de muebles Mob. Sus obras han tenido difusión en galerías y museos de México; ha sido editora y colaborado con distintas revistas nacionales. Desde 2004 es profesora en la Universidad Iberoamericana.

Autorización

Carta de Autorización para video grabación de entrevista y publicación en tesis de Maestría del Posgrado de Diseño Industrial de la UNAM

Por medio de la presente autorizo al DI Paolo Arámbula Ponte video grabar la entrevista que se realizará el día 26 mayo, 2009, así como, la publicación íntegra de ésta y mi nombre completo dentro del documento final de Tesis que presente para obtener el grado de Maestría en Diseño Industrial con fines académicos.

Atentamente


Cecilia León de la Barra Vargas Cm/Lm/B
Nombre Firma

México, D.F. 26 de mayo del 2009.

⁹² Semblanza obtenida del libro: Comisarenco Mirkin, Dina *et al*, *Vida y Diseño en México del siglo XX*, México, Fomento Cultural Banamex, 2007.

Entrevista

PAP: Bueno, ya te platicué más o menos de qué va la entrevista, de qué trata mi tesis, el por qué estoy haciendo las entrevistas, -estas entrevistas corresponden al tercer capítulo y con esto intento describir cómo está funcionando el diseño en México. Son cuatro diseñadores que a partir de su trabajo han tenido que ver con diseño emocional, obviamente, tú me dirás si esta apreciación es cierta, a lo mejor no con esta corriente europea como tal, pero están considerando la emoción, desde mi punto de vista. Con estas entrevistas pretendo tener más elementos para analizar sus trabajos y ver si puede acoplarse con lo que estoy proponiendo con la teoría de la complejidad. La metodología es una video conferencia **videograbada... antes de empezar con la entrevista me gustaría leer tu semblanza.**

CLB: La tienes completísima, ¿de dónde la sacaste?

PAP: La saque del libro, Vida y diseño del siglo XX en México.

CLB: Hay sólo una cosa que no está bien, no es que tenga experiencia **tecnológica, sino que tomé un curso... el curso se llama** experiencia tecnológica en cerámica en Sargadelos, que es la empresa que está en Galicia. Luego puedes poner que fui fundadora del colectivo Nel, fui cofundadora de MOB, porque ya no soy parte del colectivo. Bueno y soy profesora además en Centro Diseño. Pero en general creo que está muy completo.

Pregunta 1

PAP: Bueno, ahora sí, ya que vimos lo de tu semblanza, vienen las preguntas. Las introductorias, que son dos, para romper un poco más el hielo, me podrías dar tu opinión o decirme ¿cuál es tu percepción general del diseño industrial como profesión en México? En estos dos grandes aspectos, en la educación y en la profesión –en el campo laboral-

CLB: Bueno, creo que el diseño industrial en México aunque ya lleva más de 50 años como carrera y como profesión digamos, sigue siendo **algo como muy nuevo, todavía no... ya lo conocen pero no lo reconocen. Ya ubican... cuando yo estudiaba te preguntaban ¿Qué estudias? (y contestabas) diseño industrial, y luego ya era como la pena de... no**

tengo ni idea (refiriéndose al que formuló la pregunta) pero no me atrevo a preguntar qué es, no sé (pensaban) es ingeniera o algunas **personas pensaban que era diseñadora gráfica... era una o la otra** pero no había como un punto medio –aquí cabe resaltar que esta postura, de optar por uno u otro extremo va de acorde con la visión de explicar las cosas a partir de los opuesto, es ciencia o arte, el ser humano es cuerpo y alma, etc.-⁹³ Y creo que ahora ya se conoce más pero no la reconocen como tal... y bueno empieza a abrirse el camino pero no a un nivel comparativo con el europeo, digamos que en Europa un diseñador ya es reconocido, se le comisionan ciertas cosas, pero sólo a diseñar, bueno más adelante hay tema importante de eso, y creo que por ese lado va bien, vamos como a otra velocidad y pues cada quien tiene sus tiempos. Europa corre y nosotros vamos paso a paso y justo creo que lo que está **pasando es que empiezan generaciones de nosotros “arriba”** te puedo decir como para mí, la generación de arriba tienes a Héctor Esrawe, Esequiel Farca, Jorge Madahuar, como que ellos fueron empujando y abriendo el camino un poco y de ahí como generación no directamente abajo pero empezamos nosotros: yo, Enrique, Jesús con MOB y luego se empezó a ver como muchos más movimientos, como más propuestas, sin saber a lo que nos metíamos los que proponíamos, porque justo ha pasado eso, hay propuesta pero luego es, hay que vivir, entonces es ahí (regresando un poco) donde no la reconocen (al diseño como carrera) porque no lo pagan. Contratan a un abogado, a un doctor pagan lo que cuesta –Me gustaría ampliar este punto que toca **Cecilia en el que el diseño no se “reconoce” como una carrera y una de las posibles razones es que no está bien definida.** Los intentos por definirla se han enfocado, volviendo a esta forma de intentar explicar las cosas desde los opuestos, desde el ¿Cómo se hace? y el ¿Qué se hace? Siendo que los dos aparentes opuestos son importantes, el diseño es una forma de pensar y lo que hace un diseñador es pensar de cierta manera en la que hace consciente la forma de “ser humano”- a un diseñador todavía no lo pagan (y señala con las manos haciendo referencia de que no se consideran al mismo nivel, poniendo una debajo de la otra) no lo ponen en ese nivel en el que si voy al dentista me cuesta setecientos pesos la consulta, y la pago.

PAP: No hay este regateo.

CLB: Exacto, te contratan como diseñador te tardaste una hora, a lo mejor entregaste una o dos cosas, pero igual fuiste con el dentista y te

⁹³ Lo escrito en color gris a lo largo de las cuatro entrevistas son comentarios que hago sobre las respuestas de los diseñadores.

sigue doliendo mal y aquí (como diseñador) vas y no puedes cobrar doscientos pesos porque, (indicando como si fuera la persona que te contrato como diseñador) ¿Cómo, sólo me dijiste que pintara de rojo? Todavía no se entiende esa parte y encima, creo que un poco, no sé si es tan claro, pero México está lleno de oficios, está el carpintero, está el pintor, y parece que es muy fácil de la revista me lo hace cualquier **chalán y creo que en ese punto es donde... no es que sea confusión pero** hay como mucha información y no reconocen como la profesión como **tal... de ahí a** lo que te decía que se va abriendo camino (tanto así) que en el mundo de los estudiantes puedes ver muchísimo más demanda por estudiar la carrera, que eso es muy bueno, porque más demanda ya se reconoce que hay talento y sin querer ya se empieza a ver que fue como una pirámide en la que hasta arriba era Clara Porset, o más arriba y como pirámide, eran bien poquitos y (vas bajando) y ya son más y más y creo, de dar clases (según su experiencia como maestra) que ya hay muchos más estudiantes, mi generación era de 15 en la Ibero y ahora que doy en la Ibero hay como 5 grupos de 20 personas. Si es un gran volumen, y ya cuantas escuelas dan diseño y se llena la carrera, entonces en ese punto, te digo que va como lento pero va fluyendo y la gente poco a poco empieza a entenderlo y a reconocerlo.

PAP: Y en cuanto al campo de trabajo ¿cómo crees que se dan las cosas?

CLB: En el campo de trabajo, como en México vamos a otra velocidad, la industria mexicana, una empresa grande que tiene todo el potencial de producción grande, ya sea muebles, ya sea electrodomésticos, ya **sea... escenografía, no sé todo lo que puede uno como diseñador hacer**, no le apuestan tanto al diseñador porque según ellos les sale muy caro o sea si tienen su minioficina de diseñadores que les desarrollan pero son muy talacheros y son muy técnicos, digamos, en esa parte donde falta y tal vez tenga que ver esa parte de diseño emocional que estás investigando o más creativa o de la complejidad (**mete todo en el mismo saco**) sabes, muchos más factores que hacen que esa cuestión de los diseñadores que hay no sean sólo ingenieros que hacen planos, que si resuelven pero en un punto donde igual comisiona – la empresa- por proyecto, es decir, invitan a un diseñador a desarrollar una colección por proyecto y no me tienen que poner en nómina. Entonces –las empresas- **no le apuestan a ese punto y entonces... empiezan a invitar a** diseñadores, que es como debería de funcionar, un diseñador diseña y tiene que entender la fabricación, los materiales, empaque, distribución también entenderla pero no te puedes dedicar a todo esto que estoy mencionando porque si no, no haces ni uno ni otro y no funciona.

Entonces creo que eso a nivel profesional, creo que es una de las limitantes que tiene México, las empresas todavía no tiene esta parte **de invitar a diseñadores por proyecto, que súper “fresco” renuevas**, pensarían que es algo que les quita dinero y además lo quieren de inmediato, no entienden que son cosas que hay que invertirle y es de tiempo, no tienen esa paciencia todavía. Tienen como esta cosa que sienten que pierden dinero, entonces lo más fácil es copiar, traer el molde de china aunque salga mal pero venden millones y no les importa, en vez de tocar puertas y decir: oye, tengo este proyecto o quiero hacer ¿sabes? algo, que a lo mejor yo no tengo ni idea en inyección de plásticos, pero porque en la carrera no te da todo, o sea te dan una probadita y tu ya vas escogiendo a qué te especializas, pero si **cae un proyecto así es justo aprender juntos... del que es químico, que sabe de plásticos me enseña, y el otro ingeniero me enseña y yo les enseño y es una colaboración en equipo y donde todo funciona. (aspecto relacionado a la interdisciplina y la transdisciplina)** Creo que es como debería de ser, porque cada quien lo que sabe, –y haciendo una seña con las dos manos para referirse a una unión de conocimientos- juntamos cabezas y funciona muy bien y de pronto si yo no sé qué pasa con este químico para el plástico, de espesor, de color, el otro me enseña y claro y yo le enseño al otro cosas.

Pregunta 2

Dentro de su formación (educación formal) como diseñador tiene experiencias nacionales e internacionales, ¿podría describir a grandes rasgos cada una de éstas y cómo considera que han influido en tu desarrollo profesional?

PAP: Muy bien, vamos con la segunda pregunta, sobre tu formación. Dentro de tu formación de educación formal tienes experiencias nacionales e internacionales ¿me podrías describir a grandes rasgos cada una de estas experiencias, y cómo consideras que han influido en tu desarrollo como profesionista?

CLB: Las internacionales fueron más bien como cursos mas chiquitos, en bloques pequeños, entonces fueron como muy buenas –las experiencias- **de... que como no estás** en México, en mi caso personal, aquí hay como muchas distracciones, tienes una familia, tienes estas

cosas que son como de lo cotidiano, tienes una rutina y pues hay muchas distracciones, -por ejemplo- me quiero ir a cenar, de fiesta, con mis amigos, lo que sea. Cuando estaba afuera, estás en lo que estás, y la gente también por cuestión cultural, que en México es muy común que sales de casa de tus papas a tu siguiente casa no estás en otros campos que es lo que descubrí cuando salí, -me explico- un norteamericano sale de su casa cuando está en secundaria casi y ya ha vivido en cuatro casas, está en lo que está, y aquí de pronto hay como esta tendencia a lo cómodo de lo cotidiano digo yo, no lo cómodo de que todo se da por hecho, sino como una rutina cotidiana y de pronto darme cuenta que **allá las cosas... y conocer** estudiantes y gente de otras culturas y maestros que estás en lo que estás, y que es sábado o domingo y que estás trabajando, pero por amor al trabajo, no porque tienes que, que puede ser un problema de todo el sistema educativo que eso ya es otra cosa, otro tema, pero desde primaria o secundaria como te van educando que todo es pura cabeza y piensa piensa piensa y la parte creativa **-hace referencia a lo racional opuesto a la experiencia, lo irracional e intuitivo-** la parte de entender, conocer, etc. te la van haciendo cada vez más chiquita **-entender no de manera racional sino empíricamente-** Y bueno, en realidad lo de los cursos en el exterior lo que me dieron fueron esta interdisciplinariedad y de conocer otras culturas. Creo que era lo más increíble, tanto de compañeros como de maestros y entender diferentes maneras de pensar y de atacar problemas o de poner temas, o sea, más allá que te diga: aprendí mucho de cerámica, no, aprendí más como de la gente y de la cultura y del espacio donde estaba. Eso fue increíble, digo si no te vas a estudiar y estás en otro lado nunca lo tienes ¿no? porque cuando vas de turista es diferente, entonces yo creo que lo que me dio más fue eso. Y de estar aquí, pues de todo un poco, porque tanto buenos o malos profesores, como uno solito empieza, se supone que ya estás maduro estudiando en la universidad, ya sabes que escogiste - por lo tanto- vas haciendo tú tu camino, vas investigando y vas tomando lo mejor del que te lo puede dar.

Pregunta 3

PAP: OK. Bueno, ya entrando a la parte de las emociones y el diseño la tercera pregunta es: El desarrollo de proyectos de diseño que considera a las emociones de los usuarios, ha tomado gran importancia en el ámbito del diseño ¿podrías darme tu opinión al respecto? Sobre considerar las emociones de los usuarios en el proceso de diseño.

CLB: Creo que en algún momento, como lo comentábamos justo en esta tendencia del 2000 que empieza ya a sonar como palabra – concepto- **el diseño emocional... Empieza a tener importancia pero a un nivel comercial, creo yo.** Como estas cuestiones de Phillip Starck y su matamoscas, -y describe el objeto- tiene una carita, tiene sus patitas y es una pieza como más sensible digamos, en el que tienes una carita y con esa matas la mosca, no sé, pero ya te provoca algo más allá que el matamoscas que sólo lo veías para matar las moscas a cuando ya te transmite un significado nuevo el objeto, que si lo tienes paradito, está bonito también. Pero creo que en ese punto empieza en una parte buena porque el diseñador al final tiene que comunicar (**el diseño como trasmisor de significados a través de la emoción**) lo que quieras y dentro de esa comunicación viene la función, viene una sonrisa, viene **un “me lo llevo puesto” o un rechazo. Ahí viene un poco esta parte de** la emoción, pero que empieza como un boom de meter el diseño en la mercadotecnia, entonces si una pieza tiene diseño resulta que te provoca algo, entonces la quiero, y entonces la compro. Y creo que ahí es donde viene esa cosa que todo es vender, que no es como natural cuando de pronto, o sea el diseño emocional que se supone que si tu tienes que hacer un producto que le cause algo a alguien. En mi caso es hacer algo que mejore tu calidad de vida y que llegues a tu casa y te saque una sonrisa y que te sientas bien en tu espacio (**diseño emocional tiene dos lecturas claras posibles: el lado vinculado a la mercadotecnia y el aspecto vinculado a las personas**) o como sea pero que te haga sentirte bien, habrá algo que te haga sentirte caos. En mi caso es que mi vida sea más a gusto, que fluyas (**concepto de fluir de Mihály Csíkszentmihályi**) Pero cuando ya le empiezas a meter cuestiones de dinero y empiezas a manipular, creo que ya no es como honesto. Si es importante que haya una emoción, si es importante –que el diseño – provoque pero justo como diseñador tu puedes provocar lo que sea: un rechazo, que sea un producto que te cause total amor y pasión o me encanta, pero luego después de la emoción viene la practicidad (**dualidad emoción-función, subjetivo-objetivo**) **“me encanta pero pesa muchísimo” o “lo quiero para afuera pero no me sirve” causas más conflicto y más emoción, causas a lo mejor confusión en el usuario entonces tienes que ser como bien claro y bien directo -es decir- hay una emoción pero muy transparente, como muy sincero, desde cómo lo haces hasta quién lo tiene.**

Pregunta 4

PAP: La cuarta pregunta: El uso de un método para el desarrollo de proyectos da certeza al resultado obtenido, sin embargo, la intuición

del diseñador y su habilidad para aplicar la metodología seleccionada brinda grandes beneficios ¿podrías darme tu opinión sobre estos dos elementos del proceso del diseño (intuición y uso de métodos)?

CLB: O sea por qué son como los dos caminos dices tú ¿no?

PAP: Si se toman como dos diferentes...

CLB: Uno es el que sigues como tu metodología al pie de la letra (**racional**) y el otro quien sabe cómo salió y lo hice (**empírico**)

PAP: Son como esos dos extremos que se manejan.

CLB: Pero creo que los dos funcionan ¿no?, Claro yo digo que si. Digo, existe la metodología y una metodología siempre ayuda pero de pronto **la intuición sería una “metodología innata”, ni cuenta te das pero es una metodología, desde el ser humano, cómo camina, cómo crece, etc, es como una metodología que va paso a paso, (yo lo planteo también desde un análisis del ser humano pero no tanto en el crecimiento biológico sino en como se relaciona con su entorno y a nivel micro la relación de sus moléculas en el cuerpo)** no empiezas a correr antes de caminar, pero también esta parte racional que piensas para correr tengo primero que caminar, tengo que saber gatear, etc. (**razón e intuición van siempre juntas parte de mi planteamiento**) Entonces, justo me pasó cuando acabé la carrera, que me fui de servicio social a la Tarahumara que estábamos en un CERESO trabajando en Guachochi (Chihuahua) que a partir de esa experiencia hicimos la tesis, que fue increíble, el proyecto era con los presos del centro de adaptación, hacer, ellos producían una artesanía como no muy bonita, era un proyecto que ellos ya tenían que ya producían y lo querían traer a México (D.F.) a comercializar y quien sabe quien lo vendía y se trataba de mejorar esos productos para poderlos vender aquí en la ciudad, pero que tuviera que ver con la gente de allá, entonces de pronto hicimos esta cosa en dos meses y sin darnos cuenta, a la hora de querer hacer una tesis con esta experiencia que tuvimos todo lo habíamos hecho **siguiendo pasos pero...**

PAP: Pero no lo habían estructurado conscientemente...

CLB: Exacto, pero nunca fue: “nos vamos de servicio social para hacer una tesis” no. Hicimos el servicio, vimos todo el proyecto todo el resultado, y de pronto funcionaba para una tesis y en el momento de ya tener la tesis necesitas tener una parte teórica que te respalde y (al querer estructurarlo) nos dimos cuenta que habíamos seguido todos los pasos de esta metodología de la Ibero, etc. y que siempre hay miles de

metodologías, pero en el caso de la Ibero hay (se pueden distinguir) cuatro: La de la Ibero, la de Bruno Munari.

PAP: ¿La del arroz verde?

CBL: ... no bueno, en realidad “todas” son lo mismo, es decir al final todas tienen más o menos pasos y según del proyecto subes o bajas los pasos porque es: observación, hipótesis, pruebas y un resultado, cosa que desde primaria lo veíamos también (me gustaría resaltar este punto que menciona Cecilia: desde la primaria lo veíamos y ampliándolo podemos decir que la educación actual está estructurada para que creamos que existe una verdad objetiva y una sociedad ya construida que puede describirse a partir del método científico y en este sentido, se pueden “perder” visiones valiosas de cada individuo ya que la realidad está en constante construcción) Entonces creo que hay veces que ni cuenta te das y (en tus trabajos) seguiste una metodología, pero es ya como una forma de vida que tienes, es por instinto y hay veces que si alguien lo requiere pues si hay que hacerlo, entonces se estructura, especifica. Y también depende hay personas que son muy **estructuradas y hay personalidades que son más... que fluyen. Yo, no soy estructurada, o sea, yo de pronto hago las cosas no me doy cuenta y si me metes este tipo de estructuras, digo: si hay una estructura, pero no pienso en esa estructura como tal.**

PAP: Muy bien, de hecho una de las cuestiones por la cual entré a la maestría fue buscando esta teoría, yo igual soy muy intuitivo, haces las cosas y de repente te das cuenta que a veces para vender eso (un proyecto sin estructura) es muy difícil.

CBL: Claro.

PAP: Y después te das cuenta, concuerdo contigo, que la estructura existe, el problema es, a lo mejor, saberla mostrar.

CBL: Si, digo es esa observación y a partir de esa observación de pronto te llega todo lo que tienes que hacer, pero no es como llevar un registro **todo el tiempo, un horario...**

PAP: Las metodologías, como **dices, si sirven... o el método como tal,** puede servir para ciertos casos y hay otros en los que no.

CBL: Exacto, pero nunca... bueno en mí caso, que te digo que yo soy como mucho más intuitiva, me presentan un proyecto y no empiezo: (se toca la cabeza con el dedo índice para indicar que está

estructurando el problema) observar, ¿no? no caigo en ese chip, ya observé media hora ok, entonces boceto... (Sino que) de pronto estoy observando, estoy bocetando y luego pienso, quien lo va a producir y luego así no, **así sí...** (Está tratando de describir el pensamiento del diseño) pero pasas por mucho, regresas, vas y vienes, pero de pronto hubo un orden (el proceso de diseño es iterativo y flexible) y ya hay un resultado, pero no es (y hace el gesto con la mano de estar enlistando) súper metódico.

PAP: como enlistando y lineal

CBL: Ajá, como de pregunta y respuesta y ve rellenando como para mostrarle al cliente y que de pronto el cliente quiere ver más como el resultado y quiere ver precios y tiempos, nada más. Que eso es, bien raro, pero eso es lo único que les importa.

Pregunta 5

PAP: Bueno, ahora si la cinco, esta sí que sea como pregunta, ¿Por qué en varios de tus proyectos aparecen el sarcasmo, la ironía y el humor? **Te pongo por ejemplo el revistero Acapulco...** estos tres elementos del sarcasmo, la ironía y el humor los obtuve de un artículo que hacía crítica del libro Diseño México (editorial RM de Arquine) en la que decían que los diseñadores mexicanos mostraban estos tres elementos en su trabajo, además cuestionaban el momento en que sus trabajos se vendieran no sólo **en galerías sino que brincaran al público en general...**

CBL: Bueno, creo que el sarcasmo, la ironía y el humor pues es muy de identidad digamos porque hay diferentes sarcasmos, ironías y humor pero cuando lo aplicamos como diseñadores creo que es parte de la **identidad sin caer en una identidad mexicana de... no sé del charro, del mariachi** ¿No? igual y eso también es una identidad pero como diseñador tienes que contar una historia (da por sentado que contar una historia es parte de la función del diseñador) con lo que vas a hacer, y entonces al contar esa historia tú decides qué meterle y en mi caso tengo una forma de vida así, soy un poco irónica, sarcástica y todo el tiempo estoy haciendo juegos de palabras, de imágenes y pues es **como vivo yo y lo plasmo en los proyectos... como que mi forma de vida** pues es un poco como un juego todo el tiempo y todo el tiempo me estoy contando historias y todo el tiempo voy pensando pero, como ese **juego... empiezo a ver algo** y si sale como el revistero. Pero el revistero de pronto sale a partir de un sueño, porque si estaba como que esta estructura pensada (en este caso cuando dice estructura se refiere a la configuración formal) pero yo solita la veía y no me gustaba, porque

parte si es un homenaje a la silla Acapulco y estaba así tejida (la estructura principal del revistero) pero no decía nada más y justo no transmite nada y pues dices está bien, pero ¿y luego? Y de verdad fue en un sueño, fue increíble, si lo soñé y dije y si le pongo revistas y fue como intuitivo que se hizo (es decir) nunca se hizo a medida de revista pero coincidía que cabían las revistas perfecto y además, a partir de la función vistas al producto, tiene como su faldita, su personalidad o sea ya empieza a ser como un personaje y tiene vida el producto, que es como ese juego o **esa ironía es como... ¿qué pasa sí?** y le pones esto, casualmente quedó **perfecto y todo fue como en seguir pensando... y** que piensas como en absurdos o cosas y esos absurdos te traen como ese sentido del humor del todo se puede, a veces sí a veces no y pues en ocasiones si pasa eso que se queda en una galería porque dentro de lo que todo se puede **sólo hasta cierto nivel por diversos factores... uno** hacer una producción masiva para que esté en tiendas y dos a veces el humor no todo el mundo lo entiende, o la ironía etc., entonces tampoco le llegas como a todos.

PAP: Podríamos ahí hablar, a lo mejor de mercado, que suena medio feo pero es algo real.

CBL: Y nunca sabes, claro, que le va a gustar al consumidor o no, y te echas estrategias y mercadotecnia y campañas y estas cosas y esas cosas que...

PAP: Cosas que los diseñadores no sabemos (¿deberíamos?)

CBL: Pero bueno, si pienso no que estos, los banquitos, los champiñones que hice también tienen como ese sentido del humor y **esta cosa que es algo que llevas contigo lo clavas en el bosque... y** si hace alusión a los champiñones tal cual pero es un banquito, es esta cosa como más tiesa porque es madera y más plástica porque está pintada de colores vivos, pero que te da esta función y te sientes en el bosque sentado en un champiñón gigante pero sin ser tan figurativo como un hongo gigante. Como estas cosas que te imaginas y creas **historias y (te preguntas) que va a pasar... un poco son cuentos míos.**

Pregunta 6

PAP: Y bueno, continuando, de acuerdo a la lectura que hago de este proyecto, el usuario responderá emotivamente al interactuar con el objeto. ¿Tuviste alguna consideración especial para generar en el

usuario una respuesta emotiva? Si es que sí ¿cuál? ¿pensaste: quiero que se emocione de cierta forma?

CBL: No.

PAP: Más bien buscabas contar una historia.

CBL: Si, si, porque ya ves estas plantitas que hice para Lacoste... No, bueno, cuando Lacoste nos invita para un proyecto que éramos como cuarenta en total entre diseñadores, arquitectos, artistas plásticos, estaba esta Lorena Ochoa la golfista, Aleck Synteck o **sea era un...**

PAP: ¡de todo!

CBL: ajá era el circo, entonces nos invitan y la cosa era un proyecto que habían hecho tres veces en el mundo, no me acuerdo en donde y te daban la playera Lacoste y el cocodrilito independiente y que hicieras lo que quisieras con un presupuesto súper bajo, y un **deadline**. De ahí yo me voy con Héctor Esrawe, nos juntábamos como a contar historias y a divagar y a proponer a ver qué, como a darnos cuerda a ver qué podíamos hacer y nos fuimos al mercado de sonora y compramos cocodrilitos de plástico, ¡muchos! Ahí sin saber que íbamos a hacer, Héctor hizo un caleidoscopio gigante, metió los cocodrilos y súper bonito, era una pieza muy grande y te asomabas al caleidoscopio y veías puros cocodrilitos, increíble. Y yo hice un perchero de pedacitos de cocodrilos, pero hice unas plantitas, porque veía y veía a los **cocodrilos y las colitas verdes parecían estas plantas “lenguas de suegra” o espada, y entonces empiezo a jugar con ellos y tenía macetas** que me habían quedado de otro proyecto y todo el tiempo estoy como continuando proyectos personales, pero clavo un cocodrilo y quedan **“paraditos” con sus cuatro patitas y clavo muchos** y es como una macetita de plantas artificiales pero era una cosa para Lacoste que no tenía nada que ver pero tenía cierto sentido del humor de jugar , hacer que su cocodrilo se vuelve una planta y es una cosa de plástico y no sirve para nada, no es una planta de verdad pero de pronto había una emoción bien rara que yo ni sabía pero yo nada más me reía porque era un poco burla pero muy sutil la burla y si provocaba como muchas cosas bien raras y gustaba, al final si fue un producto que gustó pero nunca **lo hice como: “me voy a burlar de Lacoste así” porque no era una burla grave, sino que era como una burla del cocodrilo y que se vuelve una planta de plástico me nunca estuvo todo premeditado, suceden las cosas, creo...**

PAP: Si, no puedes tampoco planear tanto (en este tipo de proyectos)

CLB: No, digo no sé en el mundo del arte y yo no soy artista ni mucho menos pero tal vez un artista si tiene ese control de manipular muy bien lo que quiere expresar y lo que quiere transmitir a todos parejos, digo, tal vez si tal vez no.

PAP: O más bien le vale ¿no?

CLB: Exacto, porque igual y este día dice: quiero provocar X y talvez si lo logra al parejo, pero creo que como diseñador no es que quieras provocar una emoción como tal, simplemente un diálogo (no se entiende lo que propone el diseño emocional y los valores que le hemos otorgado a los objetos) con el objeto y ese diálogo ya te puede producir muchas cosas.

Pregunta 7

PAP: Bueno, ya no tanto sobre el revistero... (La siguiente pregunta). Según he observado en mi investigación, la situación actual en México ha generado que los diseñadores busquen desarrollar sus proyectos desde la etapa de concepción, hasta la etapa de fabricación y comercialización ¿Cómo crees que esto impacta en el resultado de los proyectos? Es decir, cuando tú planeas sabes que de tener un concepto vas a tener que fabricar y posteriormente comercializar, ¿Cómo afecta esto en los proyectos?

CLB: (enumerando) Pues uno, que tus proyectos son mucho más... le llega como a menos gente porque no son producciones masivas, de hecho casi se vuelve como de sastre, Taylor *made* a la medida todo, **porque... (por ejemplo) cuando hicimos MOB que hicimos toda** la colección de muebles, no tenías un stock, porque era imposible tener stock y que encima fue buenísimo porque llegaba alguien a comprar y decía: me gusta la mesa pero ¿No la tienes más grande o más chica, o **roja o verde o...? Si tu vas al súper compras uno u otro pero lo que hay,** no llegas y pides: no me da una lata de litro y medio de ¿no? no sé (riendo) es lo que hay. También hay esta mala costumbre que en México es muy fácil el carpintero o que todo se acomoda como tú quieres y que las cosas se hacen como muy a la medida y se vuelve como un sastre de vestidos y luego sale mucho más caro, eso en un sentido. Por otro lado, cuando te involucras desde el diseño, fabricación, producción, comercialización hay veces que no prevés por **ser a una escala menor... porque si ya no te dedicaras a comercializar o** vender y se encarga quien es especialista en eso, hay veces que no te

das cuenta de la vida del producto que tú haces, cómo cambia, o que igual siendo una silla que para un uso domestico funciona muy bien, pero para uso de restaurante igual y no funciona porque está hecho de una manera mucho más manual o más artesanal y no una producción que si considere este aspecto y eso te das cuenta hasta después que ya la vivieron y claro en un restaurante la silla no es de nadie y te vale gorro, en una casa si cuidan mucho más los objetos por mejor calidad que tenga un carpintero si no está hecho considerando un uso rudo o exagerado, entonces creo que es demasiado, creo que como diseñadores no es lo óptimo, lo hacemos pero, ¿Qué nos encarguemos de todo? En ese punto, ahora yo lo hago como mucho más en especifico, (planeo los proyectos) por cliente. Me encantaría hacer un producto y que se venda solo y yo me desentiendo de él, ¿Dónde está? Luego esa es otra parte que si lo comercializas distribuye el objeto, llévatelo a la tienda, ve a cobrar, se te olvidó cobrar y ya no hay tiempo de nada...

PAP: Ya no eres diseñador como tal...

CLB: Si, que hoy por hoy, todos lo dicen, el diseño es un 10% de lo que haces a lo mejor, para mi igual si es más pero te quita, todo lo demás, muchísimo tiempo que a la hora de diseñar y poder proponer más cosas.

Pregunta 8

PAP: Ok, bueno, ya estamos a la mitad. (risas) Nuevamente hablando de tu educación y comparando la que recibiste en el extranjero, los curso que mencionamos y la que recibiste en México, no sé si fue más en talleres pero ¿Existe alguna diferencia en cuanto enfoques en la formación de diseñadores? Estudiaste en una escuela de diseño como tal o...

CLB: No, porque la de Florencia fue una escuela de artes, (cualquier profesión se ve enriquecida si se adquieren conocimientos de otra disciplina) el curso de verano si era una escuela de diseño como tal pero ahí era como un “camp” y si estaba increíble porque estabas en un lugar maravilloso en el campo, pero también había un taller, había madera, y (te preguntas) que quieres construir y pues estás como en las mejores condiciones... y sabes que es una vacación entonces le dedicas el tiempo que estás ahí pero... ya me fui (risas) ¿como decía la pregunta?

PAP: ¿Existe alguna diferencia en cuanto enfoque en la formación de diseñadores? ¿Cómo se enseña aquí a los diseñadores en las universidades y cómo se les enseña en otros países?

CLB: Pues no creo que tenga tanto que ver como con el país, te digo como no tomé un curso largo digamos, no me fui un semestre o un año, no tengo como ese parámetro pero creo además que el enfoque lo hace el estudiante. (No concuerdo totalmente con su punto de vista, todas las universidades tienen una postura de educación ante el diseño) Lo que he visto al dar clases y al ser estudiante nos tocan buenos y malos maestros todo el tiempo, entonces, tu como estudiante vas decidiendo qué quieres y vas sacando lo mejor de cada cosa que quieres aprender. No vi gran diferencia pero más bien esta parte sensible que esto si hay como una similitud que buscan sacar esta parte sensible, dentro de los cursos que yo tomé y lo que he visto aquí (Universidad Iberoamericana). Que es sacar una sensibilidad, tal vez lo que me han comentado del Tec (ITESM) que allí si se busca esta parte de ser **comerciantes... de poder** poner una empresa y saber cómo manejarla y tener dinero, números, etcétera. La Ibero por ejemplo en mi caso, no sé si porque yo la hice porque tenía muchas materias como de arte, más de diseño gráfico, como más sensibles que yo me hice mucho más sensible ¿no? Pero de mis compañeros todos con los que trabajé si tenían esa parte sensible en la Ibero y no porque sea diferente por países. O sea yo lo fui buscando, y en estas materias optativas yo buscaba tomar historia del arte, por ejemplo pero porque yo tenía esa curiosidad y sensibilidad, pero creo que si es importante como **diseñadores tener esta parte como sensible que...**

Pregunta 9

PAP: Y no ser nada más como máquinas, ok. Bueno, la siguiente pregunta, Uno de los aspectos que se considera en el desarrollo de proyectos de diseño es la estrategia de negocio, hay diseñadores que le dan a este aspecto gran importancia ¿Qué opinas de esto? Un poco lo que me decías de la visión del Tec.

CBL: En mi caso particular y según mis experiencias, también al dar clases, es que es mucha información, entonces creo que pierdes fuerza en lo que de verdad eres bueno. Está muy bien, hay estas visiones y creo que tiene que ver también con personalidades, hay quien sí, **digámoslo... (¿Esto no nos habla de estereotipos?)** la comunidad judía, ellos son comerciantes y hacen dinero y a eso se dedican y lo hacen **muy bien y lo traen por años... y hay quien es vendedor y hay quien es...**

no sé, miles de cosas, por un lado tiene que ver con esa personalidad por otro lado, por experiencia, y por lo que yo veo los diseñadores no sabemos hacer dinero, somos muy pocos. Creo que en Europa si hay muchos muy millonarios pero aquí en México, creo que no hay diseñadores millonarios. Entonces una empresa grande, digo, si han hecho muchos su negocio pero como una empresa que de verdad ya se puedan retirar no y las empresas que se han hecho van bien pero tienen que seguir talachando, talachando y talachando, entonces creo que como debería de ser cada quien a lo que sabe hacer, o sea, si eres comerciante y negociante, te sale increíble y además diseñador, wow, eres una estrella en este mundo y lo haces muy bien en todo. En el otro punto, creo que si es importante saberlo, saber esta parte de formar una empresa, pero de pronto es tú a lo que sabes hacer y el que sabe mover lo otro como empresa que lo haga. Si toda la energía que tienes se la dedicas mucho mejor a lo que tienes que hacer y no estás perdiendo fuerzas en otras cosas que a lo mejor desconoces también, porque todo mundo haciendo empresas o negocios, uff... además es contabilidad, impuestos, luego ley nueva de no sé qué, de verdad no rinde nada. Entonces desde mi punto de vista, cada quien lo que sabe hacer. (¿Qué sabemos hacer?) Pero bueno hay veces que hay que hacerlo y luego aprendes y por ejemplo, yo cuando MOB aprendí lo que es tener un negocio y me di cuenta que no es lo que yo quiero, tener una tienda y tal, es muy desgastante, te preocupa muchísimo, otra vez pasa un mes, tienes esa parte de vender, tienes la parte de producir, andar con el cliente, tienes muchísimas cosas que de pronto no rindes y si tú no puedes y empiezas a crecer nunca sabes cómo la gente si te responde o no te responde, entonces en mi caso personal, prefiero ser como más chiquita y poder cuidar todo lo que hago y dedicarle lo que necesita a crecer y luego ni sé qué está pasando.

Pregunta 10

PAP: Ok, la siguiente pregunta. Aceptar que las acciones del ser humano impactan directamente en el entorno natural, ha generado que el diseño se desarrolle desde una perspectiva más compleja ¿Cuál es tu postura ante el diseño que considera la relación humano-entorno natural?

CBL: Pero ahí ¿a qué te estás refiriendo específicamente?

PAP: A la visión que podríamos llamar sustentable, o ecológica. Tú ¿Qué piensas de esta perspectiva o esta postura de diseño que intenta

no impactar tanto al medio ambiente o considerar el medio ambiente en el desarrollo de productos?

CBL: Creo que es súper importante, creo que la información todavía para los diseñadores es muy poca, todavía no hay tanto (¿Por qué no generarla?) y bueno, por un lado, a lo mejor Emiliano –Emiliano Godoy- te diría hay muchísima pero hay que saberla buscar, bueno, cada quien tiene sus ideas, pero eso por una parte y por otra parte es un poco lo mismo porque yo puedo proponer algo que sí esté pensando la madera de dónde viene, qué va a pasar después con la madera o con el banco después de que se usa, etcétera, pero si me piden fabricar mil y los hace mi carpintero y mi carpintero sólo sabe manejar el poliuretano tal, ya la amole ahí porque no estoy usando el aceite natural o la cera etcétera, pero uno porque la cera no va a aguantar o como que empieza a abrir y hay muchos factores que no están en tu control, entonces no puedes tú procurar todos al cien por ciento entonces el resultado luego ya no es lo que tú querías y en vez de hacer un bien directo haces más daño, entonces es como muy rara esa confusión en el camino, pero **bueno, mi punto de vista si tengo esa conciencia y si trato y si... digo, el revistero es polivinilo no es nada *eco-friendly*, pero ¿cuántos revisteros al año hago? ¿tres? ¿cinco? A lo mejor diez algún año, además se a donde van y no están y no estoy haciendo una producción de millones y lo que me gusta ahí es que yo le doy el trabajo a la gente y que tienen esa otra parte sustentable y que la gente está contenta como lo hace, como queda, que no es perfecto de máquina, tiene esta cosa como **hecha a mano, entonces hay veces que son unas por otras y en donde...** (Toma de decisiones del diseñador)**

PAP: y justamente el concepto de sustentabilidad es mucho más amplio que el de medio ambiente.

CLB: -asiente con la cabeza- Claro, si y te dicen quiero pintar no se qué pero resulta que esta pintura que es la única que hay es tóxica y tu como vas a saber, y ahí es donde digo que existe esa falta de información y que no nos llega tan directa o esta manipulación, otra vez, del mercado, o el rollo de la luz que el otro día (cuenta como anécdota) le platicaba a un amigo que trabaja con Ingo Maurer esta cosa de los –focos- ahorradores, que supuestamente son lo mejor que hay y no es cierto, son muy buenos en un punto pero nos engañan con la publicidad porque resulta que el ahorrador los tiras y no se separan sus partes entonces para reciclar eso es súper difícil, entonces sus componentes electrónicos quedan ahí y luego el gas que tienen tampoco esta tan bueno, y un bulbo normal es vidrio y metal y se

recicla muy fácil y si gasta mucha energía en la producción pero a la hora de tirarlo, es lo más noble que hay, está muy bien hay unos por otros pero entonces que la empresa que produce que dice que el ahorrador es lo mejor, que se encargue de recolectar luego los focos ahorradores y de separarlos. Va a llegar un punto donde a fuerza van a ser ahorradores todos y nos vamos a llenar de basura de ahorradores y va a haber otro problema. Ahí es donde te digo que se da ésta información y nos llega a la mitad, yo no soy muy clavada en eso y por eso no busco de más tampoco pero porque no hago de más como para impactar. Entonces es bien raro, como que siempre hay estos trucos de información en todos lados, pero bueno, al menos lo que trato es de ser honesta en lo que hago al cien por ciento, entonces si ya sé, te digo esto se te va a romper o me acabé el último árbol, (risas) seguro no me lo acabo. (Siento que tendemos a minimizar los problemas y nos mentalizamos para creer que no es nuestro y que lo resuelvan otros)

Pregunta 11

PAP: Otro aspecto, la difusión de la disciplina en el diseño industrial, es una gran herramienta para introducirla a la conciencia popular, o a las personas en un país, ¿has realizado alguna labor que vaya en este sentido, en específico?

CLB: Un poco lo que te platicaba en la tesis, fue un poco lo primero, que de hecho, mi intención siempre ha sido diseñar para el pueblo, digamos para todos, es bien difícil y no lo logras, yo hasta la fecha sería **como lo más increíble que he logrado que es lo que decían los...** también *design for the masses*. Por ejemplo la silla Acapulco fue esta observación, con mi hermano siempre íbamos a Ciudad Altamirano a ver unas carreras de lanchas de mi papá y era ver a la gente tan increíble disfrutando esta silla y de verdad era una relajación y una postura como de lo mejor que hay y encima la estética del objeto y luego vas a Veracruz y vuelves a ver esta alegría del objeto que tiene y fue –preguntarme- porque están allá y no están aquí en México o están en México escondidas, no están como tan a la vista y fue a partir de ahí que la rescaté, hubo un momento en tratar de diseñarle y no había nada que hacer, pero aquí fue al revés lo que era del pueblo llevarlo a una elite y a que hubiera como un culto de un objeto de diseño, que si es un objeto muy bonito y pues si el pueblo lo tiene, el chiste es que todos lo tengan y que si tan bonito dentro de una casa, como la terraza, como la construcción, que quede en todos lados y no en jay se va a romper es de vidrio súper frágil!... **pero bueno, a todo esto lo del pueblo** lo que a mí, en mi proyecto de tesis, que fue esto con los presos del

cerezo, el producto final si llegaba para quien fuera, desde gente de allá del pueblo de Guachochi y la intención era luego a la gente en México que empezó a llegar y luego ya se perdió un poco, pero lo que más me gustaba era que dentro de tratar de diseñar para mucha gente, quien lo fabrica, o sea lo que queríamos en ese proyecto era, que si estaban contentos con lo que estaban haciendo el resultado iba a ser muy bueno, todo era hecho a mano y estaban cortando y era un poco un proyecto de hacerles algo que fuera como terapia ocupacional, igual están en la cárcel. Entonces dentro de lo que hacen que estén contentos haciéndolo que les lleve tiempo hacerlo y no nada más pues ya pegué y ya acabé, pero que lleve una expresión y dentro de que lo hacen bien pues les da dinero, podemos decir que cumple todo el ciclo de, pues si yo produzco algo que me gusta y quedó muy bien, me van a pagar y sigo contento, pasó el tiempo – por ejemplo- ya pasaron cinco años y tengo algo de dinero e hice cosas interesantes, la pase muy bien hay que pensar y bueno ahora las voy a acomodar así o **no sé... -regresa a su práctica como diseñadora-** Entonces como que siempre he querido hacer eso pero es mucho más difícil de lo mismo que platicábamos hace rato sobre la industria, el mercado, etcétera y de pronto haces la otra **versión que es la de...**

PAP: Si, difundir el diseño no es tan fácil.

CBL: No, y luego lo difundes muy bien pero luego quién lo produce y quién lo vende, quién te lo va a comprar, en dónde lo vas a poner para **que... Todo el tiempo lo he pensado, alguna vez con Enrique de MOB** fuimos al CREA a ver y están todas estas cooperativas de carpinteros y hacen muebles ¿Quién los diseña? Ellos mismos, entonces no es tan fácil meterte, digo ya nunca lo hicimos como proyecto de vida, porque **luego es eso, lo haces pero...**

PAP: Lo tienes que hacer y clavarte en serio.

CLB: ... luego de que vives y tienes otras cosas encima y compromisos que ya quedaste con un cliente. Como esa cosa que hacia Oscar Hagerman de su silla, yo creo que él si hubiera tenido regalías por todas las ventas bueno increíble no, pero más que las regalías la satisfacción que haya sido la silla más copiada y con las proporciones adecuadas, porque la primera si era toda tosca, pero eso sería **lo ideal...** pero lleva tiempo, igual ya en el volumen tres de la tesis platicamos de eso. (Risas)

Pregunta 12

PAP: Ya entrando en la etapa de autoorganización, complejidad y diseño. ¿A qué atribuyes la postura que toman algunos diseñadores para desarrollarse profesionalmente de manera independiente, es decir, no insertarse en un estudio o empresa establecida?

CLB: En mi caso particular, uno a que como diseñador es importante cuando empiezas a aprender de una estructura, y aprender de un sistema y cómo funciona, cómo es un negocio, una empresa grande, tener un jefe y responder a la gente. En mi caso pues como esta cosa de que soy tan intuitiva, lo que decíamos, y como no hay estructuras, no hay reglas y que funciono solita, no es ni siquiera porque no me gusta tener un jefe, he tenido y está **bien, pero de pronto... eres más libre**, puedes crear y proponer lo que quieras y puedes hacer tu camino, entonces en mi punto de vista como es una profesión muy creativa, **donde si tienes, lo que platicábamos antes de esto de los POP's y hacer** estas cosas que de pronto te vuelves una máquina y creo que si te vuelves una máquina ya no tiene sentido esta profesión y pues si te vas a trabajar a una fabrica y pones tapas todo el tiempo y está bien no, pero **–hace cara de “ y luego qué”**- tienes un horario de ocho a cinco de la tarde ya me voy, pero como forma de vida de un diseñador, o sea, yo todo el día, estás veinticuatro horas los siete días de la semana estás siendo un diseñador, igual estás viendo la tele, igual estás manejando o igual estoy platicando contigo, pero estoy pensando cosas. Un contador igual hace números apaga la computadora y se acabó y puede ser un luchador de noche, ¿sabes? lo que sea, entonces te digo que en mi forma de ser es como por esta libertad y si un día quiero viajar otra vez te vas a no sé dónde y te llenas otra vez de información pero no pasa nada, porque no hay esta estructura y este compromiso, es muy difícil, no es que se pueda muy fácil, pero creo que muchos de los diseñadores somos bien soñadores, entonces pues por eso y si no pues abres tu micro empresa y tu micro negocio. Si, para mi es más bien por eso, por no tener un jefe o una estructura de una empresa grande, para que no te limiten, porque si lo dejas de disfrutar ya no tiene sentido.

PAP: A lo mejor esa limitación no es sólo creativa, digo abro un paréntesis, porque eso es lo que pienso (risas)

CLB: Claro, claro.

Pregunta 13

PAP: Bueno, la pregunta número trece ¿Cuál puede ser la diferencia entre esta postura y la tradicional (insertarse en una empresa)?

CLB: Bueno, yo diría, depende, es que me puse como un ejemplo de amigos que si tengo en estructura, que trabajan en Alemania y así, pero depende porque son empresas muy chicas y esas estructuras son más libres también y es donde escoges unas por otras y es la seguridad de tener un pago quincenal y que ya con eso y la otra es que me aviento y hay veces que si hay dinero y hay veces que no hay dinero y es como ese riesgo y cada quien va decidiendo hasta qué **punto...**

PAP: Y en tus alumnos ¿puedes ver alguna postura, o todavía ni se preocupan por eso?

CLB: No, todavía no se preocupan, ahorita hay un fenómeno muy raro en los alumnos porque, sobre todo en CENTRO, porque es esta escuela nueva, que es chiquita que son como muy consentidos, pero que entonces como que les han inyectado tal seguridad que los han inflado, que creen que es muy fácil y que se van a comer el mundo y no saben que es a golpes, que es a prueba y error, no es de que yo la haya hecho, yo sigo dándome de golpes todos los días pero es parte del aprendizaje, **cada vez los golpes son menos...**

PAP: Fuertes, o ya te los esperas ¿no?

CLB: Exacto, (risas) ya conoces entonces no te agarra como ¿y ahora qué pasó? Pero por ejemplo hay generaciones de CENTRO que si se creen que son dueños del mundo y que está súper fácil ser diseñador y que voy a abrir mi tienda y mi empresa y voy a cobrar millones y ya la tengo hecha porque ya vi que así la hizo tal diseñador.

PAP: O sea, se van más hacia este lado de independiente.

CLB: Si, si y por ejemplo de la IBERO... es que has de cuenta en CENTRO he pasado ya por varios y ya llevan como un año en la escuela ya son chavos que están un poquito entrenados y en la IBERO es primer semestre y llegan –hace cara de no saber nada- de la nada y no saben nada de nada, pero ni mencionarme un diseñador y me quedo como con cara de ¿Y qué hacen aquí? Y las respuestas son como, es que me gusta hacer coches, varios en la IBERO quieren diseñar coches, a mí ese mundo no me interesa nada, pero bueno ahí están y creen que la IBERO es la puerta para hacer coches y varios más pues que les gusta dibujar y por eso están ahí, entonces más bien ahí no tienen ni idea de lo que está pasando. Y los que empiezan a trabajar, donde hay dinero es el POP, hay demanda y necesitan diseñadores y acaban ahí y luego hay

quien ni cuenta se dio y lleva diez años ahí. Pero creo que también ahí es como muy personal, cada uno va encontrando su camino, no creo que haya como una tendencia genérica.

Pregunta 14

PAP: Bueno, la penúltima pregunta, La horizontalidad de la organización en colectivos, laboratorios, etc. de diseño, permite romper con un esquema vertical de jerarquías ¿cuáles pueden ser las ventajas y desventajas de una organización de este tipo?

CBL: El esquema vertical lo he tenido muy poco, más bien mi experiencia la he tenido en un esquema horizontal y siempre como colectivos, en MOB éramos cuatro y casi siempre contra hombres, yo luchando contra la cabeza masculina y si, a veces es difícil, pero ha sido lo bueno, pros y contras, en ese punto y en esa experiencia mía se nota que hay un punto que es muy marcado, la parte femenina y la parte masculina, si hay un punto donde o llega a haber tensión o se armoniza, son como los dos lados pero es importante siempre que estén como las dos partes creo yo y que lo he vivido y digo claro, a veces crea conflicto muy grande, pero hay veces que hace el equilibrio perfecto que es como el ingrediente que faltaba. Otro ejemplo al trabajar más que como colectivo en pareja con Liliana fue como otra cosa totalmente diferente y descubrir un mundo como mucho más en armonía, más tranquilo, más ordenado, que también tiene que ver con personalidades de hombres o mujeres. En la cuestión de que todos opinan como yo lo he vivido es muy bueno y en el caso como tú lo decías en CALA (colectivo del que soy co-fundador) que todos eran muy parecidos.

PAP: Ni tanto (risas)

CBL: Bueno, en los que yo he estado todos somos diferentes, cada uno aporta como siempre algo que suma, pero de pronto somos tantos y opinamos tanto que es muy caótico y no se aterriza a nada. No hay tanto como discusión de egos o de fue mi idea etcétera, no, sino al revés, como que proponemos, divagamos y de pronto ahí se queda y a ver qué. No hay justo un líder del vertical (del esquema vertical que se menciona en la pregunta) que diga pues esto se hace y ya se hace, no que nos haga falta, pero llega un punto en donde lo tenemos que hacer y funciona otra vez, pero si hay momentos en ciertos proyectos que se queda como así, estancado todo y ya no fluye más pero la dinámica me

encanta porque siempre es para sumar más, me parece como buenísimo y donde cada uno está al mismo nivel y no es como uno es **menos que otro ni más que otro, todos somos iguales...**

PAP: Y al final todo sale.

CLB: Exacto, y todos somos iguales y cada uno sabe dentro de su... ni especialidad, porque no es que cada uno seamos especialista en algo pero es como...

PAP: Cada quien aporta algo.

CLB: Ajá y es bien bonito eso.

Pregunta 15

PAP: Bueno, la última pregunta para concluir. La teoría del caos y la teoría de los sistemas plantean a grandes rasgos que lo importante en un sistema no es la descripción de sus partes sino la relación que existe entre ellas al ser parte de un todo, ¿crees que el diseño pueda ser visto desde esta perspectiva? Si, No, ¿Por qué?

CLB: Pero ahí ¿a qué te refieres? ¿Cómo dijiste ahorita? No lo de la complejidad, sino lo de las partes y el todo.

PAP: Si, que la teoría del caos y la teoría de los sistemas plantean a **grandes rasgos, a muy grandes rasgos que...**

CBL: Si porque el caos es un caos, ¿no?

PAP: Si, pero lo importante en la teoría de los sistemas no es la descripción de las partes de un todo – por ejemplo- decir este es azul, este otro –elemento- es blanco y se están describiendo las características de los elementos de cada uno por separado, sino que se describe también cómo se relacionan entre ellos. Con este ejemplo, el blanco al relacionarse con el azul va a generar un tono diferente – hablando de pigmentación- Eso, como dije a muy grandes rasgos, es el planteamiento de la teoría de los sistemas. La pregunta es, ¿podría el diseño plantearse no viendo tanto las partes sino las relaciones que existen entre los diversos factores?

CLB: Creo que ahí dependería de quién lo ve, quién lo está planteando y qué quieres tú, si quieres que sea un producto que va a vender no te metas en esas cosas **(yo creo que este planteamiento entre las**

relaciones de las partes no está limitado al factor o enfoque prioritario de cada proyecto) si quieres que sea un producto que la gente cuestione y haga un **statement** grande, te metes en esos puntos donde si empiezas a dar como todas las variantes que hay, las propiedades de éste con éste y con éste, etcétera. Creo que es como muy subjetivo más bien, depende de cada proyecto y de qué va a ser y quién viene atrás, porque yéndonos a un ejemplo como de NEL que tienes como un perrito que un perrito es como nada, es muy chistoso y ya, pero lo ves como una pieza de madera, pero no estás viendo la parte de atrás que está hecho en teka de este bosque sustentable y por lo tanto madera muy joven porque tienen que estar cortándolo para que salga ya el bosque grande. Pero no estamos, uno, tratando de plantear o generar esta conciencia de la sustentabilidad o del bosque pero por el otro lado que está lo del oso polar lo del **Global Warning** en que ahí si hay como un mensaje mucho más claro, que va más allá de un tapete de lana de dos colores, hay como un sentimiento y una historia, el título todavía lo hace mucho más fuerte, igual se llama oso polar y nadie dice nada, o alguien que tiene poco conocimiento de lo que está pasando en el mundo dice, ¡ah que lindo! Y no más, pero al tener como esta complejidad ya es ahí donde le estás dando estos atributos extras.

PAP: Entonces depende, también de los proyectos.

CLB: Exacto, porque tienes que ver en cada proyecto a quién lo quieres dirigir, o sea, si es súper complejo eso, porque empiezas ya a revolver.

PAP: Si, ya no es nada más decir, los separo este elemento es así, este otro es así y ya.

CBL: Si, porque por ejemplo, separo una silla –en elementos- y tiene cuatro patas, un asiento y un respaldo, ese sería mi todo –físico-, pero entonces ¿qué pasa con esta silla? ¿Quién la va a usar? ¿Cómo la va a usar? ¿Quién la va a hacer? ¿Cuánto va a costar? Es mucha información que tendrías que saber muy bien a quién lo vas a dirigir y cómo lo vas hacer. Por ejemplo si es para una galería y es para una cuestión para mandar un mensaje, creo que si podría entrar en esta visión de la teoría de los símbolos y en otro sentido si es algo que necesitas que se venda porque se venda sin que lo cuestionen o porque me va a servir nada más pues ya te quedas con el todo.

PAP: Bueno, ¿Tienes algún otro comentario que te gustaría agregar?

CBL: Es como mucha información, pobre de ti ya te voy a bombardear. Creo que es interesante hacer esta reflexión y en lo que me quedé pensando era en esto que decías del diseño emocional, como hay como una evolución, hay como siempre meterle este adjetivo al diseño para generar una tendencia o para vender, que al final de todo, todo es mercadotecnia, pero luego el diseño ni siquiera es lo que vende, en México, sobre todo. Si tú haces una encuesta de tiendas de diseño y ves sus números, no son muy buenos, pero en estas empresas que tienen estas estrategias de venta y saben vender es diferente. Pero bueno antes, como decías, estaba lo técnico, lo funcional, aparece por ahí la economía, luego viene como lo emocional, y luego viene el arte (**de lo unívoco a lo equivoco**) o sea dentro de lo emocional viene el diseño artístico y entonces se da todo esto que ahora resulta que los diseñadores somos artistas, que según yo no creo que cada quien lo que sabe hacer. Si los diseñadores somos sensibles, si debemos de tener **esta parte más... en paralelo del arte es muy importante**, más allá de ser sólo técnicos, creo que esa es la diferencia en la carrera. Pero lo que me encanta ahora, que leí en un artículo que salió en el New York Times cuando la recesión cuando estaba como más de moda toda esta cuestión del dinero y decía que justo en estas épocas de crisis es cuando sale otra vez el mejor diseño, porque llega **un punto donde el diseño...** que si una silla en una galería y cuesta una fortuna pero es una silla horrible, o sólo porque esta galería comisionó al diseñador y la empieza a comercializar y se vende entonces ya es wow, pero de pronto ya se nos olvidó para qué es ser diseñador, que es para el bien de todos, tanto para la empresa que le va a dar dinero, el que trabaja está contento haciéndolo, el que lo va a comprar le va a dar un buen uso y tendrá una buena vida, el que lo hizo y no es nada más inflar por **inflar y decir ...** Habrá veces que sí, que todo el proceso fue una obra de arte, que hay que exponerlo y hay que contar la historia de acuerdo, pero lo que decía este artículo era justo eso que ya está saturado el mercado, que creo que hasta en el nivel del arte pasó lo mismo, pero que es bueno que ahora bajo esto y no hay dinero y entonces otra vez el diseñador empieza a pensar práctico otra vez y empieza a pensar dentro de lo funcional tecnológico pero con un poco de todos los ingredientes que han pasado y lo sustentable y bla bla bla, pero lo que me parece interesante y que me dejó –el artículo- es que hay que ser honestos otra vez, ya no pretender nada, que llega un punto donde el diseño era de **rock star**, y creo que hay que volver, o sea **back to basics**, pero bueno, esa es mi aportación.

PAP: Pues muy bien, muchas gracias, me sirve mucho.

Jorge Moreno Arozqueta

Semblanza⁹⁴

Diseñador industrial por la UNAM

Cuenta con varios premios entre los que sobresalen:

Mención Honorífica en el concurso LG-Goldstar Design Competition en Corea.

Premio Quórum de diseño industrial en la categoría de iluminación.

Premio Quórum de diseño industrial en la categoría de stands y exposiciones.

Mención honorífica de la bienal de diseño del INBA, en la categoría stand y exposiciones.

Mención Honorífica en el 54th anual Design Award de la Revista ID en NY.

Mención honorífica en el Furniture Design award el SFIC Singapur.

Ha participado en más de 35 congresos y eventos de diseño en el mundo, de los cuales **destaca el Workshop “De la caja negra a la caja de cristal” en el Instituto Europeo de Diseño en Madrid**, España y las bienales de diseño de Corea, Shangai y Madrid.

Fue fundador de las Objetarias de Diseño de Toulouse y ha colaborado como consultor para desarrollo de productos con varias empresas e instituciones entre las que destacan; Osram de México, el Instituto Nacional de Antropología e Historia, el Instituto Nacional de Bellas Artes, SECOFI, Bancomex, El Centro Promotor de Diseño de México, Philips, Mexicana de Aviación, Kelloggs, The Coca Cola Company, Minibar Systems y SC Johnson & Son entre otras.

Actualmente es Director del Programa Académico de Diseño Industrial en el ITESM campus Querétaro, fue profesor del Centro de Investigaciones en Diseño Industrial de la UNAM, y trabaja como **consultor desde su estudio “La Jabonera” en la Ciudad de Querétaro (www.lajabonera.com) el cual fue publicado dentro del listado “The ID 40 creative workspaces” en el 2007.**

Es Coach Ontológico de negocios y ha tomado cursos con diseñadores como Matalí Crasset e Ingo Maurer. Ha tenido diversas participaciones en ferias y exposiciones de diseño en México y Europa donde las

⁹⁴ Proporcionada por el diseñador.

temáticas preferidas son: la metodología, la promoción, la vinculación y gestión de la creatividad, la innovación y el diseño. En aspectos de creación, encuentra en la inexperiencia una excelente oportunidad de innovación y es por esta razón que en el ámbito profesional, las temáticas de producto que desarrolla son lo más variadas y diversas posibles.

Autorización

**Carta de Autorización para video grabación de entrevista y
publicación en tesis de Maestría del Posgrado de Diseño
Industrial de la UNAM**

Por medio de la presente autorizo al DI Paolo Arámbula Ponte video grabar la entrevista que se realizará el día _____, así como, la publicación íntegra de ésta y mi nombre completo dentro del documento final de Tesis que presente para obtener el grado de Maestría en Diseño Industrial con fines académicos.

Atentamente

Jorge Marco A [Firma]
Nombre Firma

México, D.F. _____ de _____ del _____

Entrevista

PAP: Ya tuvimos la oportunidad de platicar un poquito más de mi proyecto, te agradezco que me hayas permitido hacerte esta entrevista. El objetivo de la entrevista como tal, es establecer puntos de encuentro en la táctica del diseño mexicano con enfoques desarrollados en el diseño emocional. La selección de los diseñadores se basó en el conocimiento de sus trabajos, en los cuales se distinguen características de objetos desarrollados a partir de este enfoque. La metodología es una entrevista video grabada, de quince preguntas, de 30 a 45 minutos, o un poco más extensa, te recuerdo que acabas de firmar la carta de autorización. Todo esto es parte del protocolo, no vayas a pensar – ¡este payaso!- (risas). La semblanza que te había enviado, me hiciste favor de reenviármela en un documento, que es el que tengo escrito aquí y voy a poner íntegro, el que tú me enviaste.

Pregunta 1

Y comenzamos con las preguntas, son cinco fases como ya te había dicho, la primera es introductoria y sería ¿Cuál es tu percepción general del diseño industrial como profesión en México, desde la educación y en el campo de trabajo?

JM: En la educación específicamente, creo que nos hemos dedicado muchos años a hacer excelentes diseñadores, y tenemos ya el punto del hecho de diseñar perfectamente cubierto. Pero las escuelas no nos hemos puesto a desarrollar el resto de las competencias que se necesitan para que el diseñador pueda ejercer. ¿Si me explico?

PAP: Sí, y ¿cuáles podrían ser?

JM: Pues no sé, mira yo tomé el año pasado tomé un curso de “*couching* empresarial”, y muchos de los contenidos del *couching* los estoy aplicando en la parte de diseño. También he encontrado en libros como el de *The Semantic...* que ahí tengo, conceptos similares. Entonces falta que las escuelas se pongan, o nos pongamos a trabajar **no sólo en que sean súper dibujantes, súper conceptuales, súper “lo que quieras”, sino que todo el resto, en lo que se requiere para trabajar.** Porque a fin de cuentas, seguimos tomando los modelos de Finlandia, Italia, Inglaterra, España, pero las condiciones y el contexto es radicalmente diferente, la idiosincrasia es totalmente diferente. Entonces para que un diseñador pueda – y no hablo ni siquiera de tener éxito y no quiero hablar tampoco de ejercer profesionalmente- digamos para que un diseñador pueda ser feliz en México, necesita esas competencias. Por ejemplo, el ser empático, el distinguir entre esta línea de diseño que se mueve entre la herramienta competitiva y la herramienta de expresión, hay mucha confusión en eso. Es decir, -soy una persona que sigo a la competitividad de una empresa, o soy un artista que quiere expresarse- y las dos son válidas, el chiste es saber dónde estás parado y cuándo aplicar cada una, ¿no? Elementos de entender a la persona que tienes en frente, que no es un diseñador, que no habla de diseño, que no sabe las distinciones del diseño y que se acerca por primera vez y le echas todo tu lenguaje y léxico de diseño. Entonces creo que esa es la parte, si se habla sobre la educación del diseño sobre lo que sea, estrictamente en serio estamos perfecto, sobre la implementación del diseño es donde las escuelas tenemos que asumir la responsabilidad, porque no la está asumiendo nadie más.

PAP: ¿Y en cuanto al campo de trabajo? ¿Ya es por parte de cada egresado?

JM: Es peculiar, esto si quieres lo puedes cortar, pero somos el campus que tiene la mayor empleabilidad de todos los del Tec, tenemos un 88% de empleabilidad contra un 33% de Guadalajara, 69% de Monterrey 59 o 52% de Estado de México y 49% de la Cd. de México. Y no es porque aquí haya mucho trabajo, sino porque la mentalidad del chavo viene ajustada a la condición externa. Entonces yo hablo que no hay empleo de diseño, pero hay mucho trabajo. Y sucede que muchas veces, las mismas escuelas los metemos en el canal del empleo, y no al canal del trabajo. Y el diseñador debe tener las –y me regreso a la pregunta anterior- competencias para lograr cambiar el punto de vista de la gente para educarlo, para evangelizarlo sobre lo que son las competencias del diseño. Porque a fin de cuentas, si no está comprando diseño es porque no le queda claro el valor del diseño y los únicos que podemos transmitir ese valor somos nosotros mismos. En cuanto alguien ve el valor de las cosas las adquiere, tú y yo y todo el mundo; tú no pagas nada a lo cual no le estás viendo el valor. Y nosotros queremos que ellos vean el valor de algo que nosotros llevamos 20 años, 10 años, 5 estudiando y conociendo y que lo vean, y nosotros no estamos transmitiendo ese valor. Hay una confusión muy fuerte entre lo que yo como diseñador quiero hacer y me emociona hacer, o sea el artista, y lo que diseño *per sé* puede entregar a una industria como **valor. Muchas veces nos apasionamos tanto por la expresión “es que yo quiero que mi producto lo hagan miles de veces” pues sí, pero eso es lo que yo quiero.** Y no es lo que a ellos les interesa, a ellos no les interesa hacer mi producto mil veces, les interesa hacer un producto que les va a **redituar “x” “y” y “z”.**

Pregunta 2

PAP: Muy bien, vamos con la segunda pregunta, sobre tu formación. Tu educación formal como diseñador se desarrolló en México, sin embargo, sé que has tenido experiencias profesionales con estudios del diseño en el extranjero. Es muy diferente, pero ¿me podrías describir a grandes rasgos cada una de estas experiencias, y cómo consideras que han influido en tu desarrollo como profesionista?

JM: Sí, mira, antes de la carrera de diseño yo hice una escuela técnica, una escuela francesa y eso me dio una formación impresionante, un sentido común, o sea, eso me ayudó muchísimo. Y luego ya **comparando la parte de México con el extranjero...**

PAP: igual estás vinculado a la educación, ya que tienes contacto con **otros...**

JM: Sí y básicamente lo que encuentro de diferencia es eso pero, es el hecho de que el contexto no está preparado para recibir al diseñador. Pero yo digo, qué prefieres, llegar a una ciudad como Nueva York en donde sabes que hay donde quedarse y vas a pagar miles de dólares por un cuartito, o te quieres irte al campo en donde vas a tener que construir tu cabaña para poder vivir. Siento que en México tenemos el campo libre verde, fértil para sembrar diseño, y además con poca competencia. Porque hay mucho en Europa, en España hay miles de gentes que están ya compitiendo por eso ¿no? E inclusive puedo decir que en el caso de esos países la competencia no se da en una cuestión de habilidad de diseño, sino de habilidad mediática. La competencia es más mediática que, en general lo que el producto sea capaz de generar. Porque capacidad hay muchísima, pero sólo unos tienen las conexiones y las habilidades mediáticas para acomodarse, cosa que no sucede todavía en México; en México todavía es la habilidad de la creación del desarrollo y del entendimiento de cliente, y yo creo que hay muchísimos así. Y un poco es el discurso que manejamos en Querétaro, o sea, las máquinas ahí están, la materia prima ahí está, pero están haciendo mofles, tapitas de tanques de gasolina, tuberías, conexiones. Y en el momento en que las grandes trasnacionales dicen **“ya no quiero” se quedan con las manos cruzadas. Y son perfeccionistas, son empresas que logran sacar cero defectos en un millón de piezas, porque Nissan les cobra 500 o 5 mil dólares la hora por una pieza que es suya que trajo la línea, entonces son perfectas. Pero no tienen las competencias para encontrar mercado de productos con valor agregado y un manejo de un *branding*, y con una cosa que requiere el diseño. El diseño necesita su marca, su discurso, necesita todo su cuento alrededor. Y eso no lo tienen esas empresas, son excelentes en el ISO 9,000 y 14,000 pero les falta esta parte, y ese valor es el que el diseñador puede agregar para que estas empresas den un giro hacia otros mercados ¿no? ¿Cuál era la pregunta? – ¡Ah sobre la parte del extranjero!- Hay mucha diferencia en el contexto y yo he topado escuelas, y mis alumnos han regresado de intercambios en el extranjero y me dicen – Jorge, realmente no nos piden nada- pero tenemos aquí un contexto que no responde. Hay que trabajar en la escuela y en ir conquistando ese contexto.**

PAP: Que tiene que ver también con las competencias que me **mencionaste...**

JM: Exactamente.

Pregunta 3

PAP: La segunda fase es sobre emociones y diseño, y la pregunta es: El desarrollo de proyectos de diseño que considera a las emociones de los usuarios ha tomado gran importancia en el ámbito del diseño ¿podrías darme tu opinión al respecto? Sobre considerar las emociones de los usuarios en el proceso de diseño.

JM: Ahí está o sea tú ves una silla *Wasily* y te provoca emoción, ves el chaise-longe de *Le Corbusier* y todos esos siguen generando emocionalidad, lo que pasa es que el factor de diseño ha evolucionado. Hace 30 años el factor que se evaluaba era estética y forma y eso ya evolucionó a su efecto que es la emocionalidad, pero a fin de cuentas sigue siendo lo mismo, pero ahora medimos el efecto. Cosa que antes no lo veías -es estético, sí es estético, es una forma bonita, sí es bonita-. Pero entonces ahora nos estamos llevando a la repercusión de ese factor, cómo la funcionalidad puede medir en un momento dado su repercusión, es la cuestión de la confiabilidad, la confiabilidad es una repercusión de la funcionalidad, la emoción es una repercusión de la estética y la forma; y seguro la parte productiva también debe tener ahí su efecto. Entonces para mí no es algo nuevo, es algo nuevo en el sentido en cómo se maneja y que también es diferente como diseñador decir -voy a hacer algo que esté padre, a partir del hecho de qué emoción quiero generar en la persona y a partir de la emoción que quiero generar en la persona, voy a determinar mi aspecto formal- Y bueno, pues también lo que comentamos ahorita, toda la decisión de compra está basada en la ilusionalidad, si tu llegas a comprar un automóvil, dices quiero un sedán 4 puertas, ok hay 120, lo quiero tracción delantera, hay 80, ok lo quiero con cd con ta, ta, tá, hay 30. Entonces llega un momento en que la parte emocional es la que va a generar la toma de la decisión. Y ya de los 5 autos que tienen todo lo que tú quieres y que tiene la fama de ser ahorradores, y que no se descomponen, ahora sí cuál y qué marca y qué producto son los que me toman la emocionalidad que me van a llevar a hacer la compra. Y pues es un elemento muy interesante que nosotros hemos empezado a involucrar bien en la parte de la *Jabo*, y también en la escuela en la parte de diseño también es partir de eso, -qué es lo que tú quieres- ¿no? Inclusive analizar otros productos que están detonando la emocionalidad del alumno y que uno quiere generar para detectar cuáles son los rasgos físicos que están detonando esa emoción.

Pregunta 4

PAP: Luego, la pregunta número cuatro: El uso de un método para el desarrollo de proyectos da certeza al resultado obtenido, sin embargo, la intuición del diseñador y su habilidad para aplicar la metodología seleccionada brinda grandes beneficios ¿podrías darme tu opinión sobre estos dos elementos del proceso del diseño (intuición y uso de métodos)?

JM: es que yo creo que el método no es una fórmula mágica de dos por dos, es nada más una forma de llevar tú mismo el pensamiento más controlado pero es un pensamiento que igual y tu lo sintetizas en tres segundos y el método sirve sobre todo para enseñarlos a otros diseñadores o para hacerlo entendible al cliente. Yo creo que el método está, que te ayuda a recorrer un camino, o sea, yo te puedo dar un plano para ir de aquí a Guadalajara pero tú vas a vivir el viaje a como yo lo voy a vivir, tú te vas a detener en las cantinas... y tú vas a ver unas cosas y yo voy a ver otras. Y el camino es el mismo, y las paradas son las mismas pero los dos vimos cosas diferentes, entonces sí va entrelazado. Y el método si sirve para visualizar el proceso de pensamiento que se está llevando y hacerlo más entendible. Entonces yo creo que si van juntos con pegado y muchas veces intuitivamente logramos generar la síntesis del método, pero luego ves el método y dices sí o sea es un poco lo mismo o yo ya hice la síntesis en tres segundos de algo que igual, me hubiera tomado lo mismo a través del método, o yo con 20 años de diseño lo logro ver en el instante en que estoy viendo el *brief*, ya hice el método y ya hice la síntesis y un alumno tiene que hacer el recorrido para hacer las conexiones neuronales que nunca ha hecho, es como ir con la andadera al principio, - a ver primero este pie, luego el otro pie- el método le está dando eso al chavo, para conectar y es muy interesante. La otra cosa que es interesante, es poner sobre la mesa diversas posibilidades para atacar el problema, o sea lo va a atacar por la vía analógica por la metafórica, si quiere evaluar los atributos del cuadro morfológico. Me permite poner sobre la mesa varios elementos que me ayuden a expresar todas las posibilidades para encontrar la mejor. Cosa que si la hiciera mentalmente agarraría dos o tres, y llegaría a un punto y hubiera dejado sin atender otros elementos.

PAP: una organización, ¿no?

JM: una organización sí, y si no he probado ésta, y qué pasa si hago ésta o ésta. Nosotros aquí ya tenemos muchas metodologías detectadas y tratamos de aplicarlas en diferentes talleres de diseño, y el chiste es

ése, -qué pasa si aplico el otro, voy a llegar al mismo lado o voy a encontrar una solución diferente-.

Pregunta 5

PAP: La pregunta que viene, ¿Por qué en varios de tus proyectos aparecen el sarcasmo, la ironía y el humor? Y tengo aquí marcado que se mostrará un ejemplo para cada uno de los diseñadores. En tu caso podría poner muchos ejemplos, y me quedé con uno que a lo mejor no sé si lo industrializaste o no, no sé si tú tengas alguno mejor.

JM: sí, porque para mí el jabón es simplemente un chiste bien contado, **o sea, realmente no es un producto que yo dijera... ¿Este, qué es sarcasmo, ironía y qué?**

PAP: y humor, cualquiera de las tres, que pretendes en tus proyectos cierta ironía, recuerdo unas pasarelas que ponías de un lado los diablitos y del otro lado los ángeles, ese también tenía cierta cuestión de ironía, de humor – yo, siendo malo, me puedo poner en el lado de los buenos-. Y en muchos de tus proyectos, acabo de ver en la jabonera, la mesa, que no es mesa, que puede ser banca, los arbolitos, que tiene un gráfico con plantas. Entonces, ¿Por qué podría decirse, o sabes en un momento por qué aparecen estos elementos en tus proyectos?

JM: Sí, no sé, yo creo que hay diferentes maneras de conectar, cada diseñador tiene su manera de conectar con la persona que va a ver o usar el objeto. Yo definitivamente me considero alguien humilde en el sentido de entregar las cosas con mucha humildad, inclusive esta sillita que ahorita ganó en Singapur una mención honorífica, que salió en el periódico ahora en el Excélsior. Ese es para mí un buen ejemplo de un producto en el cual concilio la parte expresiva con la parte metodológica. Porque por ejemplo si hablamos del jabón o de las mesitas o del matamoscas, son meros chistes, la taza churrera, son nada más expresiones con un chiste de buena puntada. Una manera de acercarme humildemente a alguien para que brote una sonrisa, pero no lo consideraría que ese fuera yo al cien por ciento como diseñador, sólo la parte expresiva y ociosa de ser diseñador. Por otro lado, tenemos proyectos como el de Phillips, de las luminarias, que si analizas el **diseño es muy humilde, son objetos...**

PAP: ¿y también buscan eso?

JM: pues desde cierto punto sí, la Iliá, por ejemplo, que es como una esferita es muy humilde, es muy sutil, no son objetos que invadan un espacio con su arrogancia. Hay objetos arrogantes, en su forma, en su expresión, en su estar y yo no transmito la arrogancia, transmito más la humildad. –Éste por ejemplo es un objeto bastante humilde, si lo ves armado es una cajonera, y no pretende nada más que eso, sin embargo atrás de ella hay algo genial que no se ve a primera vista, ¿si me explico? Entonces, creo que la manera de que la naturaleza de artista me pide ser visto y ser reconocido, porque esa es una naturaleza que tenemos, tengo esa parte y también está la parte de la humildad que dice –no pues aguanta maestro- y es una forma de acomodar así los productos. Y por ejemplo el interfono que estamos sacando para Intec, el producto es bastante sobrio, que hasta la sobriedad denota la parte sarcástica. Pero yo lo diría así, que es una forma de presentarme humildemente ante la gente y una manera de hacerlo humildemente es tratar de caerle bien, no tratarme de imponer, tratar de que el objeto sea recibido –¡ah mira qué buena onda!-

PAP: Una característica tuya que sea a partir del humor.

JM: Sí, o sea creo que son objetos buena onda, que son fáciles de digerir, inclusive la crítica que hace la ID de este mueblecito, dice que estuvieron a punto de darle el premio al no diseñador, al no diseño, porque se les hacía impresionante que con líneas tan rectas tan cuadradas, cero formalista, se logra un producto tan interesante. Y es que sí, a mi no me gusta darle a la forma por la forma.

PAP: Sí, que al final eso lo puedes volver lo barroco que quieras, de manera que quieras, pero es muy humilde.

JM: Me gusta que los principios de mis diseños a fin de cuentas, puedan cobrar las formas que quieren, esto es un concepto que podría ser interpretado de muchas maneras. Pero yo creo que contestar así, la parte del humor es la manera de que el objeto sea bien recibido, que no sea un objeto que marca una distancia, que sea un objeto que se acerca a ti y que te recibe bien. **-No sé si te enseñó Óscar el Lego el “armando paredes”, son legos grandes, pero tienen cajones, entonces tu armas tu mueble y el cajonero puede ser del tamaño que quieras-**.

Pregunta 6

PAP: Pasamos a la tercera fase, en la que son preguntas desarrolladas a partir de cada perfil de los diseñadores que estoy entrevistando, es mi

percepción de cada perfil de cada diseñador. Es igual en función del proyecto que mencionabas. De acuerdo a la lectura que hago de este proyecto, el usuario responderá emotivamente al interactuar con el objeto. ¿Tuviste alguna consideración especial para generar en el usuario una respuesta emotiva? Si es que sí ¿cuál?

JM: No, te digo, es que el producto es demasiado espontáneo, no hubo un pensamiento tal.

PAP: **Un pensamiento de “quiero que se rían o quiero que sientan esto”.**

JM: Estaba implícito que quería que se rieran porque el producto en sí es un chiste, se podría decir que todo el producto surge alrededor de eso, de hacer una analogía muy curiosa.

PAP: Entonces con la respuesta anterior...

JM: Sí, no sé si sea el producto ideal para hacer esa pregunta.

Pregunta 7

PAP: La siguiente pregunta, según he observado en mi investigación, la situación actual en México ha generado que los diseñadores busquen desarrollar sus proyectos desde la etapa de concepción, hasta la etapa de fabricación y comercialización ¿Cómo crees que esto impacta en el resultado de los proyectos? No es lo que ha pasado siempre, no es que todos se vayan por ahí, pero considero que los diseñadores se han ido por ese lado, de conceptualizar, fabricar y comercializar sus productos, y cómo crees que esto impacta en el resultado de estos proyectos.

JM: ¿En el resultado de qué proyectos?

PAP: de un proyecto en el que tú lo conceptualizas, lo fabricas y lo comercializas; a diferencia de un proyecto en el que te llegan con un *brief*, desarrollas un concepto y lo mandas a fabricar con algún otro.

JM: Creo que el primero que mencionas es lo que platicaba yo al principio de esta dualidad entre la expresión y la estrategia. El que mencionas ahorita, es un proyecto que está concentrado totalmente en la parte expresiva y creo que ese puede ser en un momento el error que estamos o están cometiendo.

PAP: Se están yendo, o nos estamos yendo por ese lado.

JM: Claro, no, no que esté mal, sino en el sentido en el que si a fin de cuentas me pongo a comercializar lo que quiero hacer, pues estoy **supeditando la vía de conexión con mis usuarios a “ok, quiero comprar lo que tú quieres y quiero darme el lujo de comprar un producto de este cuate”**. Y ahí conecta con un trabajo que tenemos que hacer los diseñadores, tenemos una profesión con un cierto *branding*, tienes que ir generando un nombre y este tipo de cosas pueden ayudar más a esto, que a la parte eminentemente comercial. Yo no conozco o conozco muy pocos, que realmente esté viviendo de la parte expresiva; inclusive los que parecen, llegamos a confundir la publicación con el éxito. Pero lo ves en que las marcas pocas veces han trascendido y las que han trascendido es porque se han movido hacia la parte comercial. Entonces eso está muy bien para generar una línea, generar un *branding*, para experimentar y todo, pero nuestro mercado todavía no da para eso. Esa es otra de las figuras que hemos exportado, son súper atractivas, pero nuestro mercado no da para ellas todavía. No tenemos mercado, sobre todo para crecer porque igual y si lo logras hacer pero a un nivel artesanal, pero para dar el brinco hacia la parte artesanal es un círculo vicioso; porque las tiendas quieren constantemente tener algo diferente, entonces cuando le estás entregando 3, 4 piezas artesanales no hay bronca. Conforme vas creciendo vas saturando tu mercado para poder dar el brinco a la parte industrial, y en ese momento las tiendas de diseño que buscan exclusividad dicen –oye espérate es que ya lo tiene todo el mundo- entonces cuando vas a dar el brinco a la parte industrial, ya no porque ya lo tiene todo el mundo, entonces hice algo de **“a poquito”**. Y es eso, que nuestro mercado nicho de este tipo de objetos, es una cosita de nada, o sea el 3% de la población obtendrá los recursos y de ese 3% el 0.1 tendrá la cultura para adquirirlo. Entonces, ahí es donde para que una empresita de este tipo jale o funcione, éste es un concepto que los italianos manejan mucho, la pequeña empresa global, es decir, son marcas pequeñitas pero que arrancan globalmente y venden 3, 4, 20, 10, 15 piezas pero alrededor de todo el mundo, y eso significa un trabajo muy grande. Sin embargo, el aprendizaje que adquiere el diseñador para hacer un trabajo de ese tipo es muy bueno, eso sí, no me queda la menor duda, y sé que algún día vamos a ir conquistando.

PAP: A lo mejor, dentro de estas tres fases de la conceptualización, la fabricación y la comercialización, si se desarrolla un proyecto de esta manera como diseñador, adquieres muchas de las competencias, que me decías, que no las tenemos.

JM: Pues más bien que las adquieras es que se requieren, sería diferente que esto, el diseñador lo hiciera con una fábrica de inyección de plástico, si quieres con Walmart, pero falta la conexión de ese productito en general con la parte industrial, con el mercado y con los medios, porque está todo conectado. Y cuando el diseñador quiere hacer todo, se satura, pero si el diseñador se aliara con un fabricante de plásticos y pusieran un stand en la feria de Nueva York, o en París o en Frankfurt en Ambiente, y se aventaran, estoy seguro que pegaría, y a eso adicionando la parte de idiosincrasia mexicana dentro de nuestros productos. Y yo creo que eso falta poquito para que se de, yo lo veo cada vez más cerca, porque dentro de mis estudiantes ya ahí está el papá que tiene las máquinas, y el chavo tiene el arrojo y hasta la inconciencia, porque son cosas que no se pueden pensar mucho. Contrario a lo que dicen los departamentos de negocio, estos productos que salen de eso no son productos que midas tan fácil en el mercado, son más emocionales. Y lo que ha pasado aquí con los alumnos que he conectado a la incubadora de empresas, es que la incubadora les ha dado más miedo que herramientas, porque a la hora que ven todo lo que implica y todo lo que tienen que hacer, se echan para atrás. Y otros que no hicieron incubación que están con la inconciencia, se avientan y lo logran. Pero no creo que deba seguir existiendo la figura del diseñador que hace todo, sí creo que necesita buscar las alianzas, de una máquina de inyección, de un súper vendedor que no le importe o que tenga contactos en Sams o en Walmart, o en el extranjero, que se atreva a irse a una Feria allá y tenga el arrojo para estar levantando un pedido de 300 mil piezas cuando no hay un molde. Porque así se hacen las cosas a fin de cuentas, nosotros llegamos a ese punto, y si se te acercan y te dicen – te compro 300 mil piezas- y te da terror. Entonces se necesita que se junten varias cosas así, como parte comercial, parte técnica, parte de imprudencia y parte de diseño.

Pregunta 8

PAP: Considerando la formación educativa que obtuviste en México ¿Sabes si existe alguna diferencia en cuanto al enfoque de formación de diseñadores en el extranjero?

Si es que existe diferencia, ¿en qué consiste? Ya me habías comentado...

JM: Sí y totalmente, ahorita volviendo a ese tema, tuve a 10 españoles el semestre pasado y su enfoque era totalmente artístico, contra el polo que traemos nosotros que es totalmente estratégico pero con una visión

de lo que pasa. Porque ahorita México necesita más estrategias que artistas. Sólo quería agregar eso.

Pregunta 9

PAP: Bueno, la siguiente pregunta, uno de los aspectos que se considera en el desarrollo de proyectos de diseño es la estrategia de negocio, hay diseñadores que le dan a este aspecto gran importancia ¿Qué opinas de esto?

JM: Qué quieres decir así como estrategias de negocio porque hay niveles para todo esto.

PAP: Sí, ¿a qué te referías tú con estrategia hace unos días?

JM: Sí, el diseño como un diseño estratégico para lograr un mercado, entonces la pregunta cómo va, ¿otra vez?

PAP: ¿Qué opinas de los diseñadores que le dan a este aspecto gran importancia?

JM: yo creo que lo que hay que entender es que no hay una postura definida, de –ok yo le debo gran importancia a eso y ya eso es mi tesis o mi filosofía- no, -yo, Jorge, le doy igual importancia al totalmente expresivo, como al totalmente estratégico-

PAP: Aquí me gustaría destacar, que me acuerdo de una conferencia que diste en el Edo. De México en la que hablabas que el diseño industrial era una estrella con muchos factores, entonces en cuanto tu **le picabas a “x” factor...**

JM: Sí, y es un poco que están relacionados entre sí los factores, y la toma de decisión, pero esto más de estrategia y expresión, yo lo vería en el proceso del diseño en el momento de la configuración del producto, igual me puede pasar cuando estoy en la parte artística y expresiva, que igual con un producto estratégico. La parte estratégica es igual de importante que la parte expresiva, y es qué quiero yo como diseñador construir, que a fin de cuentas, si yo de forma estratégica logro un éxito para mi empresa, construí marca ante el empresario. Si yo, a partir de la expresión logro un éxito ante el mercadólogo o ante el usuario, construí marca a través de la expresión. Y tal vez la diferencia, es que en el usuario final en el lado expresivo se denota fuertemente quién es el autor de eso. En el otro lado, como esto, -pues tú vas a

Walmart y no sabes que esto es de la Jabonera, pero le preguntas a Jhonson y dice sí, eso es de la Jabonera e hizo un buen trabajo porque cubrió todos los aspectos que requeríamos, hacerlo emocional contra el sarcófago que era, bajarle tres gramos a la inyección de plástico, con eso ahorramos 7 millones de dólares al año, mantener el punto de llenado y ahí construimos ante ellos- pero las dos son igual de válidas. Porque a la hora de ser profesionales, cuyo valor está aquí, pues tienes que construir esos nombres ¿no? Entonces para mí las dos maneras son de construcción y las dos son igual de importantes; y la capacidad de uno de moverse de un lado al otro, es la capacidad que tenga de acción.

Pregunta 10

PAP: Por otro lado, aceptar que las acciones del ser humano impactan directamente en el entorno natural, ha generado que el diseño se desarrolle desde una perspectiva más compleja ¿Cuál es tu postura ante el diseño que considera la relación humano-entorno natural?

JM: eso de entrada, depende donde me pare, representa un dilema, porque si partimos de lo que se llama la ética de 3ª generación, que es la ética sustentable, la ética que considera a la naturaleza como el centro y no la ética de 2ª generación que consideraba al derecho humano como el centro. Ahí ya hay una gran contraposición; si yo parto de la ética de 2ª generación que considera al ser humano como el **centro y tengo que dotar al ser humano de todos los “derechos”** que tienen los que mejor vivimos, me acabo el mundo ¿Si? Si tengo que llevarle luz, aire acondicionado, transporte, agua potable, comida empacada, agua embotellada para que tenga todos sus derechos humanos y que atrás de todos esos productos está el diseño, pues ahí está, no puede uno. Y ahorita, no es tanto lo que yo piense sino lo que enfrenta el mundo, nos movemos a la ética de la 3ª generación en que la sustentabilidad es el centro, entonces ya no estamos hablando de llevar a todos a un mismo nivel de vida, sino de bajar a los que viven bien a un nivel de vida en el que podamos igualar a los otros. Le estaríamos diciendo a los finlandeses que no vivan tan rico, a los españoles que no coman tan rico, a los franceses que no se transporten tan bien, para poder igualar a todo el mundo. No tengo una postura fija porque es un dilema tremendo, inclusive los diseñadores que portan **esa bandera fuertemente, se enfrentan a un dilema que “le rascas y lo ves”, no quiero entrar en nombres, pero se ve. Hay un dilema ahí** tremendo, entonces yo creo que mi postura va en pro de la naturaleza, pero cuando Coca-Cola me pide 8 millones de platos en melanina de

plástico, ¿qué voy a hacer? Le digo –no. Ah entonces voy con el de al lado para que los haga- **Creo que hay un... Muy fuerte entre esa** cuestión de producción y lo que hemos logrado realmente aterrizar, y que es una postura que suena súper padre, me gusta. Intuitivamente lo hago, por mi mera formación de diseñador, reducir al máximo en materiales, reduciendo plásticos, eso ya lo haces intuitivo; pero de eso a tener un producto sin repercusión natural, falta porque se debe partir del hecho de que ya no se necesitan más objetos. Y no le toca al diseño empezar a romper eso, le toca a otras cosas mucho más fuertes, -ya para qué quiero cambiar la compu, para qué quiero cambiar el coche, para qué quieres un iPhone en lugar de tu celular de hace dos años- Hay que empezar por ahí, si no empezamos por ahí, el diseño va a estar dando bandazos y jugando un doble juego. Es lo que pienso, pero estoy a favor, totalmente a favor.

Pregunta 11

PAP: Otro aspecto, la difusión de la disciplina en el diseño industrial, es una gran herramienta para introducirla a la conciencia popular, o a las personas en un país, ¿ha realizado alguna labor que vaya en este sentido, en específico?

JM: Pues sí, los congresos, sí me considero un difusor del diseño, pero también me cuestiono ¿para qué queremos meterlo en la conciencia popular, para que nos aplaudan? ¿Cuál es el objetivo? Creo que también a veces los diseñadores pecamos de querer tener el control de todo, e igual **y a través de proyectos como “el proyecto H” y todos están atendiendo necesidades humanas, con “el vampirito”, pero eso no** necesita conciencia popular, eso es simplemente actuar y darles el beneficio.

PAP: No necesitas que sepan que lo hizo un diseñador industrial.

JM: Exactamente, entonces, hay mucho de eco de que queremos que todo mundo sepa de diseño, y de lo que hacemos para que nos reconozcan y si puede ser a cierto segmento, para que mis máquinas de inyección puedan vender mis cucharitas que no se caen dentro de la cajeta, necesito permear a un segmento de la población esta conciencia para hacerlos comprar mi cucharita, pero realmente que ellos necesiten mi cucharita, no. Entonces estas discusiones sobre la cuestión de la sustentabilidad, de repente descubren cuestiones éticas muy fuertes. Porque desde el momento en que contenemos este rubro de arte, porque el arte es muy importante también, pero cuando estamos

hablando de hambre, cuando estamos hablando de sustentabilidad, pues el arte automáticamente se relega ¿no? Entonces, creo que también hay veces que conviene un poco replegarnos y tener mucha conciencia de qué acción tenemos y cuál es nuestro lugar dentro de este mundo. Porque también, hay quienes quieren cambiar el sistema económico del mundo, -pero no tú, tú eres diseñador, no eres economista- Y ya habrás oído hablar del movimiento hacia lo inmaterial, etc, pues sí ok, pero qué tanto nos toca eso, qué tanto estás dejando de ser un diseñador para convertirte en un filósofo. Y qué tanto nuestra tarea como educadores es tener la capacidad de generar esos productos, y qué tanto a la hora de la verdad nos estamos auto eliminando.

Pregunta 12

PAP: Pasamos a la cuarta etapa, es sobre autoorganización y complejidad del diseño, ¿a qué atribuyes la postura que toman algunos diseñadores para desarrollarse profesionalmente de manera independiente, es decir, no insertarse en un estudio o empresa establecida? Tiene mucho que ver con las preguntas sobre, si ser independiente, comercializar uno mismo. Sin embargo, aquí va implícito lo de autoorganización. ¿A qué lo atribuyes tú, que nos autoorganicemos?

JM: Es que podría tener muchas atribuciones, y no sé si contestarte desde mi postura, que creo que eso sería más lógico a querer buscar atribuciones sin realmente tener un sustento.

PAP: Sí, me gustaría que me respondieras desde tu postura.

JM: Yo tuve mi primer empleo aquí en la escuela, después de 16 años de ser autoempleado ¿por qué nunca me emplee? Es una buena pregunta, ni siquiera me pregunté buscar un trabajo, traía yo metido el cassette de la empresa, en ningún momento. Y tal vez, más allá del hecho de buscar el empleo o no, diría el hecho de poder crear mis mismas oportunidades, el ser el creador de mis oportunidades. Cuando tú buscas un empleo, automáticamente estás supeditado a que alguien te genere las oportunidades, y cuando yo salí empecé a hacer mis proyectos, empecé a hacer mis lámparas, hice mis lámparas, no me las compraron y como no me las compraron hice mis tiendas, hice mi marca. O sea, una capacidad mía de crear mi camino.

PAP: Pero no buscabas la expresión.

JM: No, había expresión, pero inclusive buscaba el negocio y ya después encuentro que existe esta figura de, cuando la misma gente llega a mi tienda y dice –¿oye me puedes firmar esta lámpara?- Oye, a la gente le importa quién soy yo, antes yo nomás pensaba en el empresario, en la marca y nunca pensaba en mi persona. Pero realmente me empiezo a dar cuenta que la misma gente empieza a buscar al diseñador, entonces, oye ¿ahí hay algo no? Pero volviendo a la pregunta en concreto, lo atribuyo a la posibilidad que brinda la construcción de tus propias oportunidades. No estás supeditado a que se den las cosas para que puedas hacerlas, como te digo, -nadie me contrata, hago mis diseños, hago mis productos, nadie me los compra, hago mis tiendas- Y así construyo yo, yo soy el artífice, cosa que no se da en otro lugar; y el diseñador pues es experto en construir porque el mismo pensamiento del diseño lo usas para la tienda, para hacer tu modelo de negocio, para hacer tu modelo de distribución, es el mismo problema. Cambia el nombre de los factores pero es el mismo, le empujo uno y se me dispara en otro – quiero calidad en el envío, contrato a UPS, sí que chido, pero mira cuánto te sale, ok le apachurro el costo, negocia con UPS, compra una camioneta, etc- es el mismo manejo de factores.

Pregunta 13

PAP: La siguiente pregunta es, ¿cuál puede ser la diferencia entre esta postura y la tradicional?, que creo que me la acabas de contestar; que en la tradicional tú estás supeditado a una, a ciertos límites y en la postura de autoemplearte, tú estás generando, esa oportunidad.

JM: Sí, y yo más que una postura, lo pondría como una capacidad porque creo que el que no tiene esa capacidad está atrapado fuertemente. Una persona que está supeditada al empleo, está atrapada tremendamente. Lograr tener la capacidad de construir por tu parte es algo súper importante, lo veo mucho más importante que simplemente tomar una decisión u otra. Inclusive puedes entrar a un empleo, que es lo que me pasa a mí, con la capacidad de la creación porque yo, ok, entré a esta escuela, pero construí todo esto, y no me hubiera quedado si no me hubieran dado las herramientas para construir todo esto.

Pregunta 14

PAP: La horizontalidad de la organización en colectivos, laboratorios, etc. de diseño, permite romper con un esquema vertical de jerarquías

¿cuáles pueden ser las ventajas y desventajas de una organización de este tipo? Una organización de colectivo en la que no hay una persona que decide qué se hace.

JM: es que ya son dos figuras que las veo diferentes, no sé si las compraría porque los objetivos de una y de otra son totalmente diferentes. Yo creo que de todas maneras está mal, porque la vertical es una estructura que debe desaparecer, pero está probado que no es la correcta. Porque es una estructura que viene de la revolución industrial en donde no importaba lo que tú sabías, sino lo que tú hacías. Y lo que tú hacías lo hacías tú, el de al lado o yo, entonces yo tenía que estarte vigilando para que hicieras eso. Actualmente, lo que tú sabes, que estás debajo de mí, tal vez yo no lo sé, yo estoy arriba de ti, pero todos los que están abajo mío saben cosas que yo no sé. Entonces ahí es donde cambia la parte, ya no se puede estar con el látigo diciendo has esto, no, porque ahí hay una suma de conocimiento, esta es la primera razón por la que la estructura está cayendo y este cuate de arriba se vuelve ya más un líder y un organizador al mismo nivel de todos, aunque tenga una jerarquía superior de organizador. Pero esas instituciones como el TEC o como Coca-Cola u otras empresas, buscan la confiabilidad están centradas en formar un producto confiable y erradicar el peligro y el error de nuestro proceso. Mientras que el colectivo, busca más la validación de nuevas oportunidades, o el descubrimiento de nuevas posibilidades, entonces este está enfocado hacia el futuro y este está enfocado a la repetición del futuro comprobado. Por eso nos cuesta tanto trabajo meternos aquí, porque aquí me meten y aquí no les interesa ver el futuro más que en ventas. Y no le interesa experimentar y explorar porque son peligros, y esta estructura está basada en la confiabilidad y cuando yo saco algo que va aquí y pongo acá, se ponen muy nerviosos. Y cosa que aquí no sucede, porque aquí hay un espacio para el error, y el error es parte de lo que se busca porque en el error, se encuentra. Entonces, creo que son dos estructuras que trabajan diferente totalmente y me costaría hablar en ventajas y desventajas, porque no veo a un colectivo trabajando bajo el objetivo de la confiabilidad. Y también las empresas trabajando sólo en el objetivo de la validación, pues también es muy peligroso.

Pregunta 15

PAP: Ya para concluir, esta es la última pregunta, para concluir. La teoría del caos y la teoría de los sistemas plantean a grandes rasgos que lo importante en un sistema no es la descripción de sus partes sino la

relación que existe entre ellas al ser parte de un todo, ¿crees que el diseño pueda ser visto desde esta perspectiva?

JM: Totalmente, es eso, y precisamente el valor de la mente de diseño es la capacidad de visualizar holísticamente el problema y de entender las interrelaciones de los componentes. Y es el reto ahí de cómo enseñar diseño, porque a la hora de que estás evaluando la forma, la función, la parte emocional, la parte productiva, cómo logras que ese alumno logre entender la interrelación. Y al menos lo que yo he hecho, y apenas he estado experimentando con eso, quiero ahorita hacer un *paper*, es un nuevo proceso que implementé este semestre y me sirvió muchísimo. Cuando el chavo llega y pone el boceto en frente de ti, profesor, ¿qué le dices? ¿De qué le hablas? Y el chavo está esperando de ti que le digas si está bien o está mal. Y tú ves un bodrio ahí, que no representa materiales, que funcionalmente se ve ilógico, que estéticamente es horrible y que en procesos no es factible, y ¿por qué empiezas? El cuate no tiene las conexiones. Entonces, lo que hice fue, poner los bocetos en la pared y al resto del salón les decía – sólo hablemos de emoción, personalidad o carácter, y no lo piensen, qué emoción les provoca eso- les gusta o no les gusta, sí me gusta, y por qué te gusta, por qué está redondito, etc. Y ya, qué parece, estamos haciendo robots, ¿qué parece? Una cuna, ¿por qué parece una cuna? Después, sólo discutamos funcionalidad, ergonomía y uso. - ¿Se para eso o no se para?- No, pues parece que se le van a romper las patas, porque eso es una línea es un tubo- Entonces, ellos empiezan a entender cómo el objeto tiene diferentes aspectos, y luego nos pasamos a la parte de materiales, ¿De qué es ese producto? No, ni se entiende- y tengo presentaciones de cómo evolucionan en una clase, de una cosa, a un producto que ya dice algo, que ya describe un material y un proceso en su boceto, y ya empiezan a entender. Esa es la parte de entender que hay diferentes atributos, de ahí lo que hago es –tú ya viste qué era lo más cojo- corrigen eso, y llegan a la siguiente clase y es una cosa horrible, se ve que es de tubo, se ve que es de madera, pero es horrible y no despierta ninguna emoción. Entonces ellos entienden cuando trabajaron o no, les pegó en el otro y es lo.. -entonces regrésate, la próxima clase me lo traes, con este lenguaje, pero lo quiero bonito-. Y regresan, -pero oye, ¿eso se puede usar?- Entonces, empiezan a entender esa interrelación.

PAP: Claro, y aunque al principio los enseñaste por separado, lo importante no es que estén separados.

JM: No, pero si no los visualizas separados no puedes entender la interrelación. Entonces, primero tienes que entender separados, qué te está diciendo cada uno de ellos, y ya que lo entendiste, lo corriges y cuando lo corriges entiendes la interrelación, porque ves la repercusión. Entonces, pasan de algo padrísimo que no se podía hacer, a algo horrible, pero que se puede hacer y ahí es donde aparece la espiral de la cual habla este, Mauricio, porque estás recorriendo los factores y estás acercándote hasta un punto en que consideres que en ese momento hay un balance. Y que tiene mucho sentido, porque un huracán tiene ese vórtex central en el que no hay movimiento, no hay sonido no hay nada, y todo atrás está alrededor, pero tú ya llegaste a ese punto de quietud.

PAP: Bueno pues, esta sería la última pregunta, nada más me queda preguntarte si tienes algún otro comentario que te gustaría agregar, sobre la entrevista, del proyecto o de lo que quieras.

JM: Pues no, creo que ligado a lo que pienso del diseño está bien, no me queda nada, veo claro y es evidente la relación entre la teoría del caos y el proceso de diseño o al menos no hablaría yo tanto del proceso de diseño, sino como a este momento de la configuración. Para mí el clímax es ese momento en que configuro, y yo también le digo a mis chavos que hay diferentes niveles de ser diseñador, un diseñador básico, lo que yo tengo que lograr en el 4° o 5° semestre es el configurador. Un cuate al que le doy un *brief* perfectamente establecido, y es capaz de configurarme el concepto con sus factores totalmente balanceados, ese es el configurador. El que le sigue, es el que es capaz de detectar las oportunidades para generar un *brief*; es ese que observa, ve la oportunidad que no es específicamente diseño y lo traduce a un *brief* para aplicar un proceso de diseño y diseñar. Y el tercer nivel, es el provocador, el que es capaz de detectar la oportunidad, configurarla y provocar que se haga. Que no sólo la vió, la hizo, sino que logró que trascendiera en la producción y en el uso, y esos son los más gruesos porque tienen una capacidad de acción fuertísima. Hay unos que salen pero que ni siquiera configuran, son los que sólo pueden hacer planos o renders de algo ya configurado, o sea que ni siquiera logran configurar, les entregas algo para que hagan los *renders* o planos.

PAP: Pues muchas gracias, te agradezco tus palabras.

JM: Mucha suerte.

Liliana Ovalle Piedra (1977)

Semblanza ⁹⁵

Diseñadora de producto y mobiliario con sede en Londres y México. Antes de entrar al Royal College of Art (Londres 2004-2006), fundó Salón de T, donde desarrollo diversas series de productos, iluminación y mobiliario. Su trabajo ha sido presentado en diferentes publicaciones internacionales. (Furnish, por Die Gestalten Verlag, 2007; Domus; Elle Deco UK; Interni) y seleccionada para exhibiciones de diseño en diferentes países (British Council, Milán; Paul Smith Space, Tokio; Changing Dimensions, Londres). En 2006 se le otorgó el premio Talent Award por The British Council, en 2008 recibió el premio Especial de mobiliario en el en el concurso Clara Porset en México. Un de sus proyectos, Table stripping, se está produciendo en Milan por Plusdesign Gallery.

Estudios: 2004-2006 MA Design Products, Royal College of Art, Londres; 1995-2000 Licenciatura de Diseño Industrial en la Universidad Nacional Autónoma de México. Graduada con Honores; 2000 Intercambio con el programa Erasmus en Les Atelier, Ecole Nationale Supérieure de Creation Industrielle, París.

Autorización

Carta de Autorización para video grabación de entrevista y publicación en tesis de Maestría del Posgrado de Diseño Industrial de la UNAM

Por medio de la presente autorizo al DI Paolo Arámbula Ponte video grabar la entrevista que se realizará el día 5 de mayo del 2009, así como, la publicación íntegra de ésta y mi nombre completo dentro del documento final de Tesis que presente para obtener el grado de Maestría en Diseño Industrial con fines académicos.

Atentamente

Liliana Ovalle Piedra L. Ovalle

Nombre Firma

México, D.F. 5 de mayo del 2009

⁹⁵ Traducción de la semblanza obtenida de la página de internet de la diseñadora.
<http://www.lilianaovalle.com/>

Entrevista

PAP: Hola Lilitiana, como te platicué en el documento que te envié, la entrevista forma parte de mi proyecto de investigación que es acerca del análisis de la emoción, diseño y complejidad. A través de un correo electrónico te envié una semblanza que obtuve del libro Vida y diseño del siglo XX en México, ¿consideras que falta algún dato relevante en esta semblanza que quieras agregar?

LOP: Pues, tengo una un poco más actualizada en mi página y vienen cosas como publicaciones que han sido más recientes. Hay un libro que salió en 2007 que se llama *Furnish* y es una compilación de diseño contemporáneo que hizo una editora alemana, y en él publican mi **trabajo... y hay otras cositas que han pasado desde entonces (de la publicación del libro Vida y diseño del siglo XX en México)**.

PAP: Igual si puedes enviarme una síntesis, si no es problema para ti, para actualizar la semblanza.

LOP: Si, claro.

Pregunta 1

PAP: Bueno, ahora sí comenzamos con las preguntas. En la parte introductoria, ¿Cuál es tu percepción general del diseño industrial como profesión en México? En estos dos grandes aspectos, en la educación y en la profesión –en el campo laboral-

LOP: Difícil, bueno habrá que ver desde qué perspectiva se ve, si lo pones como en una perspectiva global, el diseño en México, por lo menos yo que puedo hablar del área de mobiliario, todavía no hay este vínculo entre empresas y diseñador. Esta dinámica de trabajo, en la que la industria se apoya en el diseño para mejorar su producción o proponer nuevas tendencias, no es una herramienta que se utilice a la fecha, eso ha creado que los diseñadores que estamos interesados en hacer este tipo de trabajo tengamos que acabar haciéndolo muchas veces por nuestra cuenta, o si no terminas haciendo trabajo que no **tiene para nada este adjetivo “industrial”, es...**

PAP: Es más como artesanal...

LOP: O puedes llegar a utilizar medios de producción bajas y **finalmente... bueno, esa es la situación que yo veo pero también puedo**

hablar que ha habido un progreso, tal vez todavía no se llega a crear este puente con la industria, pero ya está empezando a haber una cultura de diseño en México y de diseño mexicano y eso es algo, por lo menos yo he visto que se ha ido consolidando más en los últimos diez años, a lo mejor todavía no hay la fábrica o las fábricas... **seguramente** si hay casos, pero todavía no hay tanto esta dinámica que pasa en otros países que están más desarrollados, en la que existe un vínculo en el que la empresa crea un *brief*, un plan o un cierto producto a desarrollar, se apoyan en el diseñador y luego se hace un contrato de regalías, eso **todavía no se da, bueno yo no lo he visto... Sé que existe en** ciertos campos, como en el empaque o en industrias diferentes a la del mueble pero en mi experiencia, de lo que te puedo hablar, no lo he visto. Ha habido cosas positivas como: difusión, revistas de diseño, ya empieza a haber esta conciencia entre los diseñadores y también en el público que no es especialista, y ya empiezan a conocer. Yo creo que es algo muy **positivo para que se acabe desarrollando...**

PAP: El diseño (como profesión)

LOP: Así es.

Pregunta 2

PAP: Ok, la segunda pregunta. Dentro de tu formación de educación formal tienes experiencias nacionales e internacionales ¿me podrías describir a grandes rasgos cada una de estas experiencias, y cómo consideras que han influido en tu desarrollo como profesionalista?

LOP: Si, claro. Son experiencias muy diferentes, mi experiencia profesional ha sido muy breve, bueno digamos que la experiencia profesional que tuve, fue estudiar fuera y ser parte de un sistema de formación de diseñadores diferente al que hay aquí, entonces eso me ha permitido estar en contacto con una educación muy diferente a la de México (enfoque educativo), desde las prioridades en el diseño, la manera de diseñar, los medios productivos con los que cuentas, los tiempos y todo es diferente, pero también se da como esta búsqueda de identidad de diseño que hay globalmente y sobretodo ahorita que hay **como una difusión tan brutal... o sea por todos lados hay tantos blogs** que es interesante estar compartiendo tu punto de vista con gente de muchas nacionalidades. Por otro lado, tuve cierta experiencia laboral al ser parte de dos estudios. En uno estuve haciendo un *Intership* en este estudio “El último grito” y luego tuve una colaboración breve con Tom Dixon y manejan estructuras que yo no había visto antes, que no había

vivido aquí en México desde “El último Grito” que es un despacho muy chico, para mí fue impactante ver un equipo de diseño con nombres que había oído de hace tiempo bastante reconocidos y ser un equipo de dos personas con una infraestructura muy básica pero que finalmente se apoyan en la infraestructura industrial de cada empresa para desarrollar proyectos y también con una tendencia tirándole más a artistas. Y por otro lado con Tom Dixon que ha hecho un gran negocio de diseño con su gran despacho en el que tiene un equipo de seis diseñadores y un equipo de mercadotecnia de quince, al final están desarrollando entre todos productos encargando producción en Asia, al mismo tiempo haciendo ediciones limitadas para conservar esta parte de diseño de autor y es una estructura muy interesante para mí y por otro lado, mi experiencia aquí en México, ha sido de tu mismo ir aprovechando los medios que están a la mano, que es algo positivo, aquí yo puedo hacer más fácilmente hacer un prototipo... **bueno no fácilmente** pero es mucho más accesible y en Europa en una situación de diseñador independiente pues tal vez los tiempos pueden ser más largos o tienes que buscar apoyos, no es algo que puedas hacer tan independiente, que finalmente si hay los apoyos, y también hay una gran competencia, pero si, aquí es mucho más fácil ser como autosuficiente y con los medios que tengo, porque también son medios muy restringidos, son talleres muy pequeños y que puede ser una ventaja para alguien que quiere hacer sus proyectos de manera independiente.

Pregunta 3

PAP: Muy bien. Ya entrando al tema de emoción y diseño, la tercera pregunta es: El desarrollo de proyectos de diseño que considera a las emociones de los usuarios, ha tomado gran importancia en el ámbito del diseño ¿podrías darme tu opinión al respecto? Sobre considerar las emociones de los usuarios en el proceso de diseño.

LOP: bueno yo creo que es algo que nosotros como diseñadores hemos estado viviendo en la última década, bueno como lo veo, es que finalmente el diseño industrial y la escuela de diseño industrial que vivimos todavía en México es hija de la Bauhaus, que era toda esta idea modernista de **less is more** y a pesar de que decían que era más función sobre forma y demás, también pertenecía a una cierta ideología y a un purismo que tiene cierta base emocional para provocar ciertas **sensaciones... pero bueno siento que ha habido... finalmente todo este rigor** como del buen diseño lo vemos hasta ahora, ¿no? tuvimos el

posmodernismo que si fue como una ruptura, yo pienso que el **posmodernismo fue... Ron Arad dice: “fue un mal necesario”** (risas)

PAP: Estábamos muy cargados a lo que es funcional...

LOP: Si, o hacia cierta idea de lo que es funcional...

PAP: Claro.

LOP: Y ya con el posmodernismo se recuperaron todos estos valores que son como ciertos vínculos emocionales, el hecho de recuperar cosas **del pasado es como decir que no vivimos... que nuestras necesidades** nos son únicamente funcionales, sino también tenemos necesidades **de... el ser humano tiene necesidad de** vínculos, tiene necesidades afectivas y emocionales que finalmente también se puede lograr que los objetos se personifiquen, a mi me gusta mucho esta idea de cultura material de antropología que se está aplicando al diseño recientemente y describe a los objetos, no sé si exista la palabra, como la **“objetificación” de las relaciones humanas y de relaciones sociales. Un** producto está cargado de valores agregados, el valor de producción, todos estos valores que pueden ser físicos, pero también tiene valores culturales fuertísimos, entonces no se puede pasar por alto que **finalmente como productores de objetos tenemos... estamos dando un** mensaje y poniendo en manos de alguien una ideología, se va creando una relación. Entonces yo creo que desde el posmodernismo **todo el...** no todo, hemos visto como empiezan a emerger cada vez más esta interrogante o acento que nos muestra que el diseño puede ser emocional y que manejar lo emocional es cómo manejar los materiales. Pues no sé, esa es mi opinión, ha habido casos como el de *Droog design* que creo que también fueron súper fuertes para marcar el rumbo del diseño en la última década, no sé casos como el diseñador inglés Anthony Dunne que hizo un libro que se llama *Design Noir* y habla del **diseño, como el diseño... o sea si tú ves** todas las artes, en la arquitectura más o menos, pero todas han tenido la capacidad de dibujar al ser humano en todos sus espectros desde la parte más positiva, hay películas que hablan de la depresión o cosas así, en el libro hacía una analogía que si buscas el diseño en un Blockbuster lo encontrarías en la sección de Hollywood finales felices. Haciendo referencia de que todo ha sido con esta idea del *loft* familiar, todo maravilloso, la familia feliz, y finalmente está hablando de una ideología y habla de productos un poco más oscuros y no son **considerados en los libros de historia del diseño, como objetos desde...** no sé mencionaba un caso de un CD que había con ruidos de fondo

para decir mentiras, puedes decir: estoy en el aeropuerto mientras estás con tu amante y hay ruido de aeropuerto, entonces hace como **una serie de menciones de objetos que hablan de... el ser humano no es nada más** esta idea del capitalismo o lo que quieras, habla también de las muñecas que se usan en caso de abuso sexual de niños, que son muñecas que tienen los rasgos sexuales que los niños puedan identificar para educarlos, entonces esos también son objetos al fin y al cabo. Finalmente lo que se ha considerado como diseño es un rango súper limitado.

Pregunta 4

PAP: Muy interesante ese enfoque. Por otro lado, la pregunta cuatro: El uso de un método para el desarrollo de proyectos da certeza al resultado obtenido, sin embargo, la intuición del diseñador y su habilidad para aplicar la metodología seleccionada brinda grandes beneficios ¿podrías darme tu opinión sobre estos dos elementos del proceso del diseño (intuición y uso de métodos)?

LOP: Yo creo que el método de diseño es flexible, o debe de tener flexibilidad porque finalmente, cuando estas afrontando un problema de diseño o un cierto objetivo a cubrir el diseñador tiene que abrir el **espectro y hacerse de...**

PAP: ¿información?

LOP: Digo es una actividad multidisciplinaria tanto que hasta la fecha nos ha costado tanto definir lo que es el diseño, hasta la fecha sigue existiendo el **debate y seguirá. Yo creo que... dependiendo de... o sea** hay diseño de tantos tipos, no va a ser lo mismo alguien que tenga que diseñar un casco para el uso de cierto aparato médico a alguien que vaya a diseñar unas mesas de edición limitada para una empresa italiana que se dedica a hacer vanguardia, son proyectos muy diferentes, entonces, tan diverso es el diseño que tan diversos deben de ser los métodos, yo sí creo por lo menos personalmente creo que la aplicación de un método se va creando intuitivamente, muchas veces, y **pues si garantiza... finalmente el diseño es un proceso** de tomar decisiones: desde dónde afrontar un proyecto, desde conceptualmente qué es lo que quieres decir, qué materiales vas a usar, toda una serie de decisiones que deben de estar ligadas a un eje o por lo menos algo que nos dé una guía ante este mundo que se nos abre. Entonces sí creo en tener una metodología pero creo que en el diseño la metodología es flexible y se adapta a cada proyecto.

Pregunta 5

PAP: Ok. Ya entrando en tus proyectos. ¿Por qué en varios de tus proyectos aparecen el sarcasmo, la ironía y el humor? En específico podríamos tomar el *sillón mugroso* que diseñaste.

LOP: Pues no sé exactamente, es decir, no me planteo como objetivo que sean irónicos, o tal vez, es algo que no percibo desde dentro, pero yo finalmente lo que trato de hacer es tratar de mantenerme abierta a sensaciones o emociones que ciertos ambientes o ciertos objetos que ya existen me generan y muchas veces es un interés personal, en este caso en el *mugroso, yo estaba muy... digo también porque estaba fuera*, siempre como que quieres volver al origen, entonces ese proyecto surgió de un *brief* que me dieron en la escuela, y se llamaba hacer un sistema, lo que quisieras, entonces, finalmente yo tenía como esta curiosidad y estaba intrigada por muchos ambientes o cosas, situaciones que encontraba aquí en México, por ejemplo cuando vas al centro y ves los puestos de ambulantes y ves como al carrito le amarran, le pegan, toda esta manera de unir y hacer objetos, o la silla del policía que tiene el cojín así ya pelón y le ponen encima un cojín de otra silla y lo amarran con un mecate y amarran la bolsa del súper donde tienen no sé, yo veía eso constantemente aquí en la ciudad, entonces, me propuse entender o interpretar este sistema y **finalmente...**

PAP: Por lo tanto, nace a partir de la observación que haces.

LOP: Si, mucho es una observación personal, esa es la metodología que yo me he construido desde hace un par de años, desde que empecé a hacer las escaleras, todos los proyectos que han sido independientes que son los que realmente son más representativos de mi trabajo y lo que he querido seguir haciendo, todos parten de una observación personal que trato de aterrizar en un objeto, si por lo menos de comunicar, son como historias o cosas que yo veo y que trato que los objetos lo comuniquen y muchas veces podrán ser historias irónicas y otras no tanto. No sé. (Risas)

Pregunta 6

PAP: Otras con humor, otras no tanto. Bueno, continuando, de acuerdo a la lectura que hago de este proyecto, el usuario responderá emotivamente al interactuar con el objeto. ¿Tuviste alguna

consideración especial para generar en el usuario una respuesta emotiva? Si es que sí ¿cuál?

LOP: Yo creo que fue más una interpretación, de entrada mis proyectos, por lo general mi objetivo principal es manifestar una **sensación, o sea, esta observación llevarla a... yo no empiezo diciendo** quiero hacer una silla bien cómoda, no, busco más bien llevar esta otra sensación o retar a un objeto existente a, por ejemplo una mesa busco cómo una mesa te pueda comunicar todo esto, entonces, no tengo un usuario en particular. No me pongo a ver, mi grupo es el grupo A socioeconómico. No para nada, podría decir que muchas veces es como comunicar.

PAP: Bueno, según he observado en mi investigación, la situación actual en México ha generado que los diseñadores busquen desarrollar sus proyectos desde la etapa de concepción, hasta la etapa de fabricación y comercialización ¿Cómo crees que esto impacta en el resultado de los proyectos? Es decir, cuando tú planeas sabes que de tener un concepto vas a tener que fabricar y posteriormente comercializar, ¿Cómo afecta esto en los proyectos?

LOP: Pues yo creo que impacta en que finalmente, por lo menos en el campo de mobiliario, los **medios con los que contamos son a escala... lo** que decía hace rato, yo tal vez quisiera, es decir no pensaría en inyección de plástico para mi mueble porque es algo que yo no podría solventar, y eso finalmente ha hecho que productivamente estemos un poco limitados, pero por otro lado también creo que ha generado iniciativas entonces, bueno también hay gente que se hace de los medios como Emiliano (Godoy) que ya tiene un sistema bastante más estructurado, que tiene que ver con una ideología que maneja de **sustentabilidad y demás pero creo que...**

PAP: ¿Crees que impacte también en la topología del objeto (en cuanto a la forma)?

LOP: Yo no creo que tanto, el hecho de... ¿como decía la pregunta?
(risas)

Pregunta 7

PAP: Si claro, ¿Cómo crees que impacte en el resultado de los proyectos que los diseñadores busquen desarrollarlos desde etapa de concepción, hasta la etapa de fabricación y comercialización? Es decir, no solo

dedicarse a lo que podríamos llamar su labor principal, a diseñar sino que, se vincula a estas otras etapas.

LOP: Bueno también podríamos decir que impacta en el sentido que cada quien desarrolla el *brief*...

PAP: Y esto te da mayor libertad.

LOP: Si, digamos que mi *brief* es satisfacer primero esta necesidad de comunicación (más como un artista) o esta cuestión emocional, tal vez algún diseñador que sea independiente y que ya tenga un objetivo claro de vender no sé treinta sillas, si tendrá que considerar más al usuario, tiene que pensar que sea más comercial, tal vez, entonces yo creo que lo que impacta es que al final tu creas tu propio camino. Me gustaría comentarte una experiencia que tuve en referencia con trabajar en el extranjero en la que tuve la oportunidad de trabajar con una galería italiana que está produciendo una mesa y también fue con un esquema que no había trabajado aquí en México. Ellos con toda esta tendencia de diseño emocional y diseño de autor, toda esta idea de las ediciones **limitadas, ha sido un... no sé si moda pero si un fenómeno que en los últimos dos, tres años ha tomado dimensiones grandes, se evalúa al diseño como al arte entonces, bueno a mí se me acercó esta galería después de ver mis diseños en un libro y me dijeron: “oye pues nos gusta tu trabajo mándanos unos bocetos y a ver si nos gusta algo para producírtelo” y yo justo estaba haciendo una silla por mi cuenta que había empezado de una observación, era un proyecto personal, y entonces les envié las fotos de unas maquetas que tenía y me contestaron diciendo “ok, vamos a producirla, vamos a hacerlo” vamos a hacer 20 piezas limitadas y ya la van a producir en Italia. Esta galería si se está basando como en toda esta cuestión emocional y diseño de autor elevando el concepto a todo lo que puedan. Tienen una serie de objetos que en cuestión de funcionalidad puede decirse que es antifuncional pero ese es el concepto que manejan (al fin y al cabo son una galería, aquí lo interesante podría ser que las galerías entendieran la complejidad del diseño y no sólo lo consideren relacionado a la estética) pero me parece también interesante ese otro esquema y ese nuevo valor que está adquiriendo el diseño...**

PAP: que no es nada más lo utilitario, es decir, ya se está... incluso en algunos proyectos eso de deja de lado y se está yendo un poco más hacia el arte. (Se inclina hacia uno de los extremos de la dicotomía función-arte)

LOP: En un sector, digo hay otros esquemas, en una ocasión en Londres fui a una subasta de objetos de diseño y eran piezas de diseñadores jóvenes, tenía unos amigos que estaban exponiendo y era **impresionante ver como unas...** estaban haciendo casas de pájaros. Un amigo hizo una con tubo de pvc y un palito de madera. Era impresionante ver como en un minuto el valor del objeto que empezaba en 200 libras acababa en 1000 ¡en un minuto! Entonces, era como ¡wow!

PAP: Digo a lo mejor como diseñador nunca te imaginas que tus ideas o las cosas que hagas puedan llegar a ese nivel.

LOP: Y eso es algo que aquí en México... eso es ya como un nivel – diferente- muchos lo critican diciendo: “¿Cómo? ¡El diseño no es eso! Tiene que estar fundamentado hacia un usuario, pero al fin y al cabo existe esta visión.

PAP: Justamente acabo de estar el año pasado en el foro Diálogo Diseño en el Palacio de Bellas Artes y había quien cuestionaba esta visión, argumentando que el diseño no tiene por qué irse por ahí.

LOP: Pero el caso es que ya se fue por ahí (risas)

PAP: Claro, el caso es que existe.

LOP: Si.

PAP: Y hay que tomar en cuenta que existen estos niveles, estos rangos.

LOP: Aja, te digo es un discurso más, una aportación más al diseño (muchos caminos, el diseño desde mi perspectiva es justo una disciplina que puede afrontar el futuro de mejor manera al ser transdisciplinaria y con diversos enfoques desde su concepción flexible y más que verlo como un factor limitante podemos considerarlo una ventaja sobre las disciplinas que están estructuradas en un esquema rígido) y es muy interesante todo este debate que se ha generado en torno a este tema.

PAP: Si, incluso el debate que si es ciencia o arte.

LOP: Ajá, tuve oportunidad de dar un taller en Italia el año pasado y estuve con la directora de Interni (<http://www.internimagazine.it>) y alguien mencionó **edición limitada y se “prendió” la mujer, digo por**

algo en este momento los italianos no generan vanguardia, porque tienen esta escuela súper tradicional de diseño, pero bueno.

PAP: Como dices, hay diversos enfoques y todos pueden ser válidos.

LOP: Y pues a lo mejor –el diseño actual- para nada está cubriendo lo que se esperaba del diseño en las épocas de posguerra, pero pues ahí está, existe. Que creo que también es un reconocimiento al valor emocional ¿No?

Pregunta 8

PAP: Si, tal vez tenga que ver con eso. Bueno la pregunta ocho, comparando tu formación (educativa) en el extranjero con la que obtuviste en México ¿Existe alguna diferencia en cuanto al enfoque de formación de diseñadores? Si es que existe diferencia, ¿en qué consiste?

LOP: Uy, si. Bueno cuando estuve estudiando en la UNAM tuve la oportunidad de irme a estudiar a Les Ateliers y fue una experiencia muy curiosa porque los franceses creo que hasta llegan a pecar de conceptuales, incluso los mismos europeos lo dicen, no aterrizan los proyectos. Para mí fue muy interesante porque en la educación que tuve en la UNAM si se le daba un papel al concepto pero, por lo menos en mi época, yo no lo vi manejado como lo llegué a ver allá, el concepto como la generación de un discurso, como puede ser un discurso personal, como la aportación de nuevas formas de percibir algo, incluso un discurso intelectual también (el diseño más allá de la práctica, tal vez este es uno de los problemas, es decir, las escuelas tradicionales que ven al diseño como solucionador de problemas se enfrascan en el pensamiento de que el diseño que enaltece el concepto es llanamente formal o estético y en realidad en este entendimiento de lo conceptual se pueden percibir un tratamiento no meramente práctico sino que es la vinculación con lo teórico desde otra perspectiva. Ya existía una vinculación con lo teórico pero esta sería una nueva interpretación)

PAP: Aquí tenía un enfoque más del tipo Bauhaus.

LOP: Ajá, un enfoque mucho más funcional y pensar en la optimización de los medios, de la industria y demás. Allá no, se pueden pasar cuatro meses definiendo la palabra “concepto” – lo dice con acento francés y reímos- para después ver a qué lo aplicaban. Entonces para mí fue muy interesante y sentir esa especie de libertar para preguntarte ¿por qué no puede ser así? Es algo, que cuando doy clases, se los digo a mis

alumnos, es como un don mágico. Tú puedes imaginarte algo y crear algo que genera ciertas dinámicas con la gente, algo que pertenece a ciertas leyes y lo puedes construir, a menos que sea algo físicamente imposible. Esa fue la especie de libertad que sentí allá que dije: ¡ah! También se vale y también hay un mercado para eso. Y luego cuando tuve la oportunidad de hacer la maestría, esta escuela en particular (Royal College) se enfoca en que cada quien genera un discurso, y el discurso estético es súper importante. Como que toda esta idea de que tienes que pensar cómo se **va a fabricar... digo eso de entrada lo tendrás** que resolver, pero lo que es muy importante es esta propuesta innovadora y un discurso que se vuelve personal (**un enfoque que tiende hacia el lado equivoco**) es algo que me impactó mucho esos dos años, que era una definición casi de identidad –personal-.

PAP: Y eso, ¿va más en función de un diseño de autor o podría cazar con la idea de una producción más en serie?

LOP: Yo creo que sí, hay casos de despachos que manejan los dos rangos de la mano, como Ron Arad que tiene piezas, sillas que se han vendido por miles, tiene el librero que es de los **best sellers** que es una cosa muy fácil de producir, cumple con todas estas cuestiones y por otro lado tiene piezas de autor a los que le pone su firma y ya con eso le subió no sé cuantos miles de libras al valor. Entonces yo no creo que las dos cosas estén peleadas, yo creo que la cuestión de identidad finalmente se puede llevar a lo mejor a su máxima expresión al ser piezas limitadas pero finalmente todos los objetos tienen identidad y generan identidad, entonces es nada más como adecuarse al tipo de proyectos. Si, pues hay muchos despachos que actualmente hacen las dos cosas, Tom Dixon que acaba de diseñar una lámpara para Flos que seguro la pensaron, es decir, siguiendo un **brief** pensando en que se volviera un clásico, que fueran producción masiva, fácil de producir, pero además es contemporánea, y habla de lo que somos hoy en día. Entonces yo no creo que tener una identidad este peleado con la idea de producción en serie o con la accesibilidad –económica-.

Pregunta 9

PAP: Muy bien. Pues continuamos, uno de los aspectos que se considera en el desarrollo de proyectos de diseño es la estrategia de negocio, hay diseñadores que le dan a este aspecto gran importancia ¿Qué opinas de esto? A estrategia de negocio me refiero a que más que desarrollar un proyecto, ver cómo se va a producir, qué forma va a tener, que así podemos entenderlo en diseño; últimamente en esta

última década al diseño se ha elevado a una estrategia de negocio, es **decir, que tienes que vender, como decías, una historia a lo mejor...**

LOP: Si, porque posiblemente es que se le ha dado esta valoración o lo emotivo, por ejemplo Coca cola vende experiencias.

PAP: Exacto, entonces ¿cual es tú opinión respecto a este enfoque más como una estrategia de negocios que a desarrollar un proyecto de diseño?

LOP: Pues debe haber como rangos, desde los anuncios de coches, o los anuncios, bueno ahora ya no los vemos pero los anuncios de alcohol y todos eran en función de una estrategia de negocio. Todo lo que es **marketing** es como una manipulación del valor emocional por completo, entonces pues no se es como parte del proceso, y algunos utilizarán estos elementos para sacar ventaja y otros ni se dan cuenta. Como que no tengo mucho que agregar. O sea no estoy en contra pues.

Pregunta 10

PAP: Ok, la siguiente pregunta. Aceptar que las acciones del ser humano impactan directamente en el entorno natural, ha generado que el diseño se desarrolle desde una perspectiva más compleja ¿Cuál es tu postura ante el diseño que considera la relación humano-entorno natural?

LOP: Bueno pues creo que es algo muy positivo, creo que llegamos a un punto en el que debemos de pensar en eso, estamos sufriendo las consecuencias. No es algo que yo haga, no es algo que haya sido **prioridad en mi trabajo, pero también tal vez si tuviera... digo no cargo** la bandera verde, puede que tenga que hacerlo más (risas). También puede ser por el impacto que llega a tener lo que yo hago, ya que llevo a hacer cinco o diez piezas por proyecto y por ese lado **(aquí pongo en duda el pensamiento en el cual se cree que el impacto al medio ambiente se da en el número de piezas que se producen, ya que se podrían desarrollar proyectos que aún siendo de producciones pequeñas se preocuparan por considerar aspectos de sustentabilidad o ecología aunque más adelante concuerdo con ella, cuando menciona que el ver lo que consumimos también es parte de una posible solución)** y creo que finalmente se van adoptando más medidas y no porque un objeto no sea cien por ciento degradable, no quiere decir que esté mal, porque también se trata de tener una educación general, es decir, que creo que este aspecto uno lo puede asumir como persona, no

sólo producimos sino que consumimos y en este sentido puedes hacer tu aportación de múltiples maneras y creo que es algo muy positivo y **cada vez vamos a tener más... digo estamos en México industrialmente** atrás que otros países que ya están implementando muchas medidas y aquí no hemos llegado.

Pregunta 11

PAP: Ok. Otra pregunta, la difusión de la disciplina en el diseño industrial, es una gran herramienta para introducirla a la conciencia popular, o a las personas en un país, ¿ha realizado alguna labor que vaya en este sentido, en específico?

LOP: Bueno, más que otra cosa, creo que justo me tocó el momento en el que se empezó a dar esta difusión del diseño y ha sido **algo bueno...** no sé justo me tocó el momento y me encontraba con que el periódico El Universal hasta revistas especializadas y demás, todos hablaban de diseño mexicano y diseño.

PAP: Y tú simplemente fuiste parte de esas publicaciones.

LOP: Si.

PAP: Digo estas cinco preguntas que pasaron las desarrollé desde la perspectiva de lo que creo que son los cuatro perfiles que pretendo entrevistar por eso las apliqué y esta última no es la excepción.

Pregunta 12

PAP: Ya entrando en la etapa de autoorganización, complejidad y diseño. ¿A qué atribuyes la postura que toman algunos diseñadores para desarrollarse profesionalmente de manera independiente, es decir, no insertarse en un estudio o empresa establecida?

LOP: pues tal vez porque las opciones que tenemos aquí en México no son muchas. Entonces si te quieres insertar en un sistema y si hablamos de diseño y lo que vemos como diseño internacionalmente aquí no hay muchas opciones. No sé eso es lo que yo he vivido y tal vez **tiene que ver también con una necesidad... digo el diseño es una actividad creativa y creo que muchas de esas personas que deciden ser independientes es porque tienen ese interés de...**

PAP: O sea, ¿crees que dentro de una empresa se podría restringir esta libertad creativa?

LOP: Por lo menos para mi manera de trabajar si... digo y ahorita... tal vez tampoco he buscado pero no conozco algún lugar en el que yo podría como embonar en una empresa grande y generar mis proyectos, pues no.

PAP: Tal vez no te interesa.

LOP: No pues si me interesa porque al estar dando clases y tanta gente estudiando diseño y ves como muchos países si utilizaron el diseño, o sea si es un negocio, es algo que aporta económicamente o culturalmente y yo espero que poco a poco se vaya dando. Si pasara, tiene que crecer en este sentido en el que haya opciones en el sistema para que los diseñadores puedan insertarse, producir y hacer diseño.

Pregunta 13

PAP: Bueno, la pregunta número trece ¿Cuál puede ser la diferencia entre esta postura y la tradicional (insertarse en una empresa)?

LOP: ¿La diferencia? Pues que en la tradicional vas y te pagan todos los meses (risas). Puede ser la libertad creativa, o también como independiente tienes que invertir todo tu tiempo, invertir económicamente, tienes que crear algo desde el principio y muchas veces no funciona. Creo que es como un hijo (risas) te pide de comer y comer y comer, hay que estarlo alimentando. También lo que veo de embonar en un sistema significa tener un equipo de trabajo más grande y eso es muy positivo, porque luego como diseñadores independientes acabamos todos amañosados o te pierdes esa dinámica que podrías tener en empresas como IDEO, entonces creo que son cosas muy diferentes.

Pregunta 14

PAP: Bueno, la siguiente pregunta. La horizontalidad de la organización en colectivos, laboratorios, etc. de diseño, permite romper con un esquema vertical de jerarquías ¿cuáles pueden ser las ventajas y desventajas de una organización de este tipo?

LOP: Es que no me imagino una organización tan vertical para el proceso de diseño (en este sentido considero que Liliana asume que el

diseño se debe de dar en una organización horizontal, postura con la que concuerdo).

PAP: Tú simplemente ¿no puedes concebir que haya una organización dedicada al diseño que sea vertical en la toma de decisiones?

LOP: Pues es que no... o no sé, a menos de que seas diva, que si hay divas pero digo, puedo ver una organización vertical en empresas como IKEA pues seguramente que si lo hay (tal vez lo importante es aclarar que la horizontalidad se da en el proceso de diseño que implica toma de decisiones que impactarán en el proceso y no tanto en la organización de la empresa) ya que es un sistema tan grande que debe de haber algo parecido, tal vez en la parte productiva del diseño que se encarga de la producción si tiene que haber una administración muy organizada y entrará en esquemas verticales pero en la parte de diseño y generación de ideas y demás precisamente se nutre de darle cierta libertad a las cabezas y que entre ellas interactúen y que el trabajo en equipo es muy importante. Eso lo vemos en un despacho de diseño, a lo mejor aquí, te hablo de lo que conozco de diseño de mobiliario, y a lo mejor también apenas estamos cada quien, de los que somos independientes, viendo cómo funciona esto y cada uno se va inventando su propio esquema. (Punto importante a considerar)

Pregunta 15

PAP: Bueno, ya llegamos a la última parte y para concluir, la pregunta es: La teoría del caos y la teoría de los sistemas plantean a grandes rasgos que lo importante en un sistema no es la descripción de sus partes sino la relación que existe entre ellas al ser parte de un todo, ¿crees que el diseño pueda ser visto desde esta perspectiva? Si, No, ¿Por qué?

LOP: ¿Me puedes explicar más sobre esto de la descripción de sus partes?

PAP: Si claro, en la teoría de los sistemas, a muy grandes rasgos, cuando se plantea un problema y en este existen tres elementos claros digamos esos tres elementos conforman una taza, entonces la taza tiene boca, tiene un recipiente y tiene un asa, entonces dese la teoría de los sistemas no se iría a describir los elementos separados, es decir, saco el asa y digo el asa es el elemento que hace tal cosa; la “boca” es una abertura para tomar, etc.; y el recipiente es esto, esto y esto. Sino que

en la teoría de los sistemas lo importante no son los elementos por separado sino la relación que existe entre los componentes.

LOP: Ok, claro. Yo creo que si se puede ver el diseño desde esta perspectiva, de hecho no se ha podido describir el diseño. Y desde sus objetivos lo que el diseño trata es romper esquemas o paradigmas y para lograr esto pues tienes que un poquito quitarle el nombre a las cosas para volverlas a replantear. Y ya viendo al diseño como un sistema, es decir, si yo comparo un sistema legal, es algo que está totalmente definido, hay jueces, hay ministros hay abogados y demás y aquí pues es algo mucho más libre que está cambiando de rol el diseñador que al mismo tiempo es consumidor. Como lo que hablábamos hace rato, las estrategias o los procedimientos son tan **flexibles que...**

PAP: ¿A lo mejor no existen tantos límites?

LOP: Exacto, entonces yo puedo brincar de un lado a otro y yo creo que finalmente la naturaleza del diseño es esa.

PAP: Bueno, sólo me queda preguntarte si ¿Tienes algún otro comentario que te gustaría agregar?

LOP: Creo que no (risas).

PAP: Pues te agradezco mucho tu colaboración con mi proyecto de investigación.

Mauricio Lara Eguiluz (Ciudad de México, 1968)

Semblanza⁹⁶

Con más de 17 años de experiencia profesional, es licenciado en diseño Industrial por la Universidad Autónoma de Guadalajara. Fundador de Eos México uno de los estudios de diseño más reconocidos de nuestro país.

Su obra ha sido publicada en múltiples libros y revistas especializadas de diseño.

Ha obtenido diversos reconocimientos tanto nacionales como internacionales de los que se destacan:

- En julio 2007, Mauricio Lara resultó ganador del concurso de diseño organizado por el Tecnológico de Monterrey, campus Guadalajara, con la escultura PHI que conmemorará el cincuentenario de esta institución en la ciudad. La escultura fue

⁹⁶ Proporcionada por el diseñador.

inaugurada por importantes autoridades de esta institución, el 13 de septiembre del 2007. PHI custodia en su interior *"la cápsula del tiempo"* que será abierta el 13 de septiembre del 2027.

- **Primer lugar absoluto de la categoría profesional “mobiliario de separación de espacios” con la pieza PAUSA dentro del “2º Concurso Nacional de diseño de Mobiliario en madera dura Americana” promovido por la empresa American Hardwood Export Council Latin America. Junio 2007.**
- **Mención de Plata, XVI premio Quórum con el mobiliario urbano “módulo DELTA”, Mayo 2006.**
- **Ganador del concurso nacional de diseño en Plata y Cristal, “México tercer milenio” con la colección “Agave”. Febrero 2004.**
- **Tercer lugar con la pieza “Paulino” en el concurso internacional de diseño de iluminación, organizado por Levide Asociación Cultural de Barcelona, España. Febrero 2003.**
- **Mención de Plata, XII premio Quórum con la lámpara “La Gallina”, misma que estuvo nominada ese mismo año a la colección GOOD DESIGN del Chicago Athenaeum museum of Architecture and design. Junio 2002.**

La Obra de Mauricio Lara ha participado en diversas muestras internacionales de diseño tales como:

- **Exposición “Cajas de tránsito: sillas desde México”, Instituto de México, en Madrid, España, Diciembre 2008.**
- **Exposición “Todos somos Diseño” dentro del marco del DESIGNFEST 08, muestra presentada en galería Chapultepec de Guadalajara. Septiembre del 2008.**
- **Exposición “TEQUILA ! KUNST & CULTUUR VAN MEXICO”, museo “Jenever Museum”, Shchiedam, Holanda. Agosto 2008.**
- **Exposición “Cajas de tránsito: sillas desde México”, Salón Juárez del Centro Cultural Universitario Tlatelolco, Mexico, D.F. Abril 2008.**
- **Exposición New Traditional Jewellery “Symbols of Faith”, organizada por Sieraad y Otro Diseño, Ámsterdam, Holanda. Diciembre 2007.**
- **Feria internacional del mueble de Mlian, exposición “DREAM, sogni con la forma de oggetti”. Organizada por INDUSTREAL, Milan, Italia. Abril 2006.**

- Exposición de diseño Latinoamericano “Inside Design”, organizada por “OTRO DISEÑO” y “The Latin American Design Foundation”. Ámsterdam, Holanda. Septiembre 2005.
- Bienal de diseño latino americano organizada por “The Latin American Design Foundation” en la en la ciudad de Ámsterdam, Holanda. Diciembre 2003 y 2005.
- Exposición de “The death of design” realizada en la ciudad de Ámsterdam, Holanda. Octubre 2004.
- Internacional “Biennale Design Festival Saint-Etienne”. Saint-Etienne Francia. Noviembre 2002 y 2004.
- Pabellón México X Design, en la feria Ambiente en Frankfurt, Alemania. Febrero 2003.

Además de su actividad profesional, Mauricio Lara inicia su labor docente en el año 2000, actualmente colabora como profesor de cátedra de la carrera de Diseño Industrial del Tecnológico de Monterrey, campus Guadalajara.

Mauricio Lara ha impartido diferentes talleres y conferencias en congresos y foros de Diseño Industrial de nuestro país y ha sido invitado como jurado en diversos concursos nacionales de diseño.

Autorización

Carta de Autorización para video grabación de entrevista y publicación en tesis de Maestría del Posgrado de Diseño Industrial de la UNAM

Por medio de la presente autorizo al DI Paolo Arámbula Ponte video grabar la entrevista que se realizará el día 1 mayo del 2009, así como, la publicación íntegra de ésta y mi nombre completo dentro del documento final de Tesis que presente para obtener el grado de Maestría en Diseño Industrial con fines académicos.

Atentamente

Mauricio Lara [Firma]

Nombre Firma

México, D.F. 01 de Mayo del 2009

Entrevista

Pregunta 1

PAP: ¿Cuál es tu percepción general del diseño industrial como profesión en México? En la educación, y en el campo de trabajo

MLE: Yo considero que el diseño industrial en México de alguna forma debe vincularse a la micro mediana empresa, considero que hay una gran oportunidad para los diseñadores industriales en este país sobre todo por la carencia que hay de diseño en el país. Es difícil y eso es algo que yo manejo con mis alumnos, es difícil que saliendo de la carrera las empresas estén ávidas de recibir diseñadores una por el desconocimiento de la profesión pero por otro lado por cuestiones económicas, que también cuando egresas de una carrera estás teniendo como ciertas expectativas y quizás las empresas que te pueden emplear, o ya tienen resuelta la parte de diseño porque son empresas transnacionales o que son empresas pequeñas o medianas que no tiene la capacidad de hacerlo, entonces una –forma de vincularse al sector laboral- es aprovechar la maravillosa mano de obra que hay en talleres pequeños y poder a partir de ejercicios de diseño generar el diseño mexicano, el verdadero diseño mexicano, alejarse de clichés y poder de alguna forma empezar a desarrollar productos con un carácter mexicano orientados a los usos y costumbres de México (**diseño local en contexto global**) que difícilmente un diseñador de otro país puede hacerlo, podrían hacerlo pero creo que es nuestra propia responsabilidad crear nuestro propio diseño y en ese sentido resumiendo veo una gran oportunidad para desarrollar el diseño industrial en México manejado desde ese punto de vista en donde quizá lo industrial no es tan industrial y tiene que ir un poco más al proceso manual, al proceso artesanal y por otro lado hay en ese sentido algo que pienso que puede ser un factor de éxito como diseñadores mexicanos, es la capacidad que tenemos de poder pensar, de poder generar ideas inteligentes (**pensamiento del diseño**) y no tratar de competir con cuestiones tecnológicas a nivel mundial, entonces si sería como ver hacia adentro lo que tenemos en nuestra cultura, en nuestras raíces, en todos nuestros usos y costumbres para a partir de esa información poder voltear hacia fuera y no cerrarte porque estamos en un mundo global en el cual ya no estamos compitiendo contra los demás diseñadores nacionales, sino que, estamos en un mundo global en el cual estás compitiendo con todo mundo, entonces, aquí en el estudio hemos tenido diseñadores que nos mandan correos diciendo:

quiero trabajar con ustedes y vienen, estuvo una chica de suiza, una chica de Alemania, un diseñador italiano, uno de Barcelona, entonces se está haciendo ruido fuera de lo que significa el diseño en México y entonces bueno hay que si ver hacia adentro y poder ver hacia fuera.

Pregunta 2

PAP: Dentro de tu formación (educación formal) como diseñador tiene experiencias nacionales evidentemente pero, ¿tienes alguna experiencia educativa internacional?

MLE: No

PAP: Ok ¿podrías describir a grandes rasgos como consideras tu educación en México?

MLE: Si, pues en el momento histórico en el que yo estudié que fue de 1988 a 1992 el diseño si de por si actualmente es desconocido a nivel industria y a nivel sociedad en aquel entonces era mucho más difícil, y ahora después de 16-17 años de egresado considero que fue buena la preparación que tuvimos en ese entonces. Sin embargo, como buen estudiante siempre criticas –dices-: esto no debería de ser, sin embargo, al pasar el tiempo te das cuenta que estás bien preparado en México, cuando menos estas corrientes un poco disciplinadas de ver cuestiones de geometría, de física, de matemáticas y temas que en aquel entonces eran como, no sé, que los veías poco cercanos a la profesión, te dan las herramientas para después tener la posibilidad de desarrollar diseño en otro ámbito. Ahora que comentabas la experiencia internacional no estudié fuera, pero se de gente que ha estado fuera, yo he estado fuera, no estudiando, y te das cuenta que el nivel que tenemos en México puede competir perfectamente con el nivel que hay fuera, o sea no nos llevan nada, quizás lo que podríamos comparar que nos llevan es quizás la capacidad de autoevaluar sus propios proyectos, -cosa- que quizás en México cuesta trabajo que los mismos diseñadores evaluemos nuestro trabajo. Otra es la capacidad que tienen de desenvolverse en diferentes ámbitos que eso también tiene que ver mucho si hablamos específicamente de Europa por la cercanía de otros países, entonces su conocimiento no se limita sólo a su país, a su estado o a su municipio. Sino que son personas que han viajado a cinco, seis ó siete países, que hablan tres ó cuatro idiomas y eso incrementa su cultura y al tener un poco más de cultura, pues tienes más información en tu disco duro, por lo tanto tienes más posibilidades de traducir eso en diseño. Entonces el nivel en México yo

considero que está bien, que obviamente es perfectible, sin embargo, no nos debe de asustar, y si como estudiante, que es básico tener una buena actitud en el sentido de tratar de dar más de lo que te piden, de investigar por otros medios, de **no limitarte sólo a que “no había nada en wikipedia” ya valió, porque cuando yo estudié no había eso.** Estamos hablando que tus trabajos eran ir a la biblioteca o las bibliotecas a ver que dicen los libros que no eran libros recientes, irte a ver revistas que quizás no eran revistas especializadas en diseño pero que de alguna forma tenias que empezar a buscar en otros medios y también había muchas **“horas nalga”** en el desarrollo del ejercicio, porque no es lo mismo leer, copiar una parte, hacerlo en la computadora, no, vas sacas tus copias, regresas, subrayas, lees, traduces, después con máquina de escribir, en un proceso muy lento, te equivocas, chin va pa´ tras, o sea **había mucho más “trabajo” para desarrollar los ejercicios que ahora.** Siento que esta parte tecnológica, que si ayuda mucho, pero por otro lado de alguna forma también provoca que el alumno o el estudiante se vaya a lo más sencillo, entonces el nivel yo lo veo bien creo que el esfuerzo y lo importante es la actitud que tengas para poder desarrollar diseño en México.

PAP: Pero ahora que lo tocaste, ¿si crees que hay un cambio en las generaciones, que ahora las generaciones ya no están en esa búsqueda constante?

MLE: Yo creo que si

PAP: O sea, que si ha bajado un poco la expectativa por las tecnologías o el mismo contexto.

MLE: Yo siento que, algo que pertenece a estas últimas generaciones que me ha tocado ser maestro han perdido la capacidad de emocionarse con su propia actividad profesional. Como todo es tan fácil, tan rápido, antes quizás costaba trabajo ver un libro de diseño y cuando lo encontrabas era WOW, mira, ahora lo ven y lo dan por hecho, dicen: sí ya está. O sea es como muy fácil y el perder esta capacidad de emocionarte y asombrarte con cosas diferentes por la saturación todo el tiempo de cosas, que por un lado puede ser algo bueno, por el otro hace que la gente piense menos o busque menos porque es muy fácil encontrarlo. Pienso que las generaciones han perdido esta actitud y esta emoción por su profesión, lo ven como muy fácil, ya no se emocionan tan fácil ya no les preocupa quizás pensar en algo realmente innovador dicen: es que ya hay de todo. Pero a mí no me desanima, yo soy alguien muy preocupado por generar diseño mexicano y con los alumnos estoy todo el tiempo alentándolos para que

busquen otras cosas, ya que si se limitan a tener referencias exclusivamente de diseño, sus propuestas van a ser muy pobres, entonces yo les digo, váyanse a un museo, a una plaza, a un tianguis, a un mercado, vayan a una tiendita, hablen con el taxista, vayan a la ópera, **vayan a una fiesta electrónica, vayan a un concierto de... lo que sea.** Es llenarte de información que te ayuda y no limitarte a las revistas de diseño, porque además lo que ves en la revista ya se hizo.

Pregunta 3

PAP: Ya en la fase de emoción y diseño la tercera pregunta sería: El desarrollo de proyectos de diseño que considera a las emociones de los usuarios, ha tomado gran importancia en el ámbito del diseño ¿podrías darme tu opinión al respecto? En considerar las emociones de los usuarios ¿Cuál es tu opinión en hacer un énfasis en este aspecto al desarrollar proyectos?

MLE: A mi me parece que, bueno, lo que platicábamos hace rato que es parte del diseño actual es parte de la responsabilidad que tienes como diseñador porque hay cantidad de productos, tal cantidad de objetos, tal cantidad de información que entonces tienes que buscar ir más allá con tu producto, con tu objeto, con tu propuesta conceptual, espacial o lo que estés haciendo (**diseño sin apellidos**) y a partir de capturar la emoción de la persona puedes tener una ventaja competitiva más que si **solamente ves cuestiones específicamente las que dictan ¿no?... (antes no se consideraban ahora comienza)** cuestiones de ergonomía, de función, de usabilidad. Si te quedas allí tienes una competencia enorme (**entonces un factor vital para que se viera hacia ese lado es el económico y no tanto una respuesta al paradigma racionalista**) pero si trasciendes un poco y buscas que la persona tenga una percepción diferente de tu objeto creo que tienes una ventaja o tu producto está en otro nivel. Algo que sucedió por ejemplo con la lámpara Gallina, yo no la diseñé pensando en comercializarla, fue una pieza que diseñé y que fabriqué para una exposición como una pieza única, sin embargo, en aquel entonces cuando íbamos a las ferias Edith (su esposa) fue quien dijo: vamos a llevarla a las ferias y yo dije: pero cómo, este producto no es el diseño que estamos haciendo para comercializar, pero la llevamos y la verdad es que fue un acierto, o sea, la sensibilidad ahí quizás de mujer te dice pues órale no, y pues bueno. Entonces esta lámpara es una pieza que ya se ha vuelto una pieza emblemática en el diseño mexicano, sin embargo yo después trato de reflexionar el por qué funcionó tan bien esta pieza, o por qué funciona tan bien y a la fecha sigue habiendo gente que las quiere y que las pide etcétera. Es

precisamente porque se va a una parte del ser humano a esa parte emocional, a la parte de los recuerdos y a la parte de las experiencias. Es una lámpara que provoca sonrisas. Es una lámpara que cuando tú la ves, te sonríes con ella, porque primero ves que es una canasta de huevos, que de alguna forma en algún lado de tu cerebro (**experiencia**) la viste cuando eras pequeño y después ves los focos que son como huevos, entonces la referencia es la canasta de huevos que quizás había en la casa de mi abuelita entonces inmediatamente viene el recuerdo de casa de tu abuelita o la casa de tu tía o la casa de tu mamá o la ví en una película, o sea tu información que recibes a partir de la pieza no se limita sólo a la estructura física de la pieza (**reconocer los elementos claves de la cultura**) sino ya va más allá, hacia la emoción, hacia la experiencia: en el rancho de mis abuelos había una y te viene el recuerdo de eso y ya no es tanto la lámpara sino que es más cómo asocias el objeto con tu propio recuerdo, entonces, en ese sentido creo que es muy importante que las piezas puedan trascender

PAP: Y trascienden también dentro de la cultura ¿no?

MLE: Por supuesto, porque si no la viste no tienes la referencia. Curiosamente esta pieza se ha expuesto en otros países, en Europa, en varias exposiciones y ha sido exitosa, quizá por el carácter de algo tan extraño como ver una canasta metálica que tiene como huevos, a lo mejor ellos no las usaron o no las tuvieron o a lo mejor sí, porque a lo mejor esto –la canasta- es una herencia, algo 100 % europeo, digo, yo desconozco del tema. Digo es algo que no se limita a un mercado específico, no es que sólo le guste a las mujeres o sólo a los jóvenes o sólo a los adultos, no. Es una pieza que de alguna forma es como el común denominador en donde vas a dividir tus recuerdos, tus experiencias en función de una sola pieza.

Pregunta 4

PAP: Ok, la siguiente pregunta es:

El uso de un método para el desarrollo de proyectos da certeza al resultado obtenido, sin embargo, la intuición del diseñador y su habilidad para aplicar la metodología seleccionada brindan grandes beneficios ¿podrías darme tu opinión sobre estos dos elementos del proceso del diseño (intuición y uso de métodos)?

MLE: Definitivamente coincido, si tienes un método tienes garantizado un resultado, que no necesariamente es positivo pero que te va a dar un resultado. Eso es muy bueno tenerlo, de hecho hay muchas

metodologías, muchos procesos para encontrar respuestas, sin embargo, también lo que platicábamos hace rato, la parte de la intuición de decir: me late más por aquí, creo que esto está bien por acá, creo que eso es lo que hace la diferencia entre un diseñador industrial con otra persona que podría generar a partir de una sola metodología, una persona que sea muy creativa que use una metodología podría obtener un diseño, pero falta creo esta intuición, esta parte que es cien por ciento la sensibilidad eh, creo que si es importante. Yo en mi vida profesional, digamos que yo no trabajo con una metodología específica conscientemente, hago ciertos procesos pero depende del proyecto y también es mucho la intuición o quizás otros dirían ya es la experiencia, si, la experiencia, la intuición, podría ser que la intuición está basada en la experiencia. Lo que decíamos ¿no? –en la pregunta uno sobre incrementar la cultura personal- La experiencia cultural, la experiencia no de que lo has repetido **“doscientas veces” sino de que tiene** esta capacidad de percibir qué puede funcionar o qué no puede funcionar, si.

Hay un diagrama que yo les trato de comunicar a mis alumnos en el cual el proceso de diseño yo lo simplifico que no es una metodología, sino que es un mecanismo de pensamiento que funciona en cualquier ámbito, porque es cómo funciona el cerebro del ser humano y esto, bueno, es un desarrollo que obtuve a partir de leer algunas metodologías, de reflexionar sobre lo mismo que yo respondía, y se limita a una cosa muy sencilla que creo que con esto se engloba mucho lo que quiero decirles a ellos –los alumnos- de cómo funciona. –Ver boceto adjunto- Si tienes una espiral en el cual hay tres cuadrantes, uno es **el arranque en donde tienes un problema... o una necesidad, esto** puede ser dado, llega tu cliente y te dice: es esto; o encontrado, descubierta... **oye no hay tal cosa, bueno aquí ya hay un problema que es factible de resolverse a partir del diseño industrial... o de diseño (DISEÑO quitando apellidos)** vamos a quitarle el apellido. Luego la primera fase que yo identifico es ésta que es la investigación que está en el primer **cuadrante... El análisis que está en éste** –el siguiente- y aquí la conclusión –**el ultimo “cuadrante”**- Entonces en función de la investigación paso a un análisis y tomo una decisión. Estoy más cerca del centro. Necesariamente después de tomar una conclusión –decisión- lo primero que viene es investigación y necesariamente la analizo y concluyo hasta que llego a la solución final. Estos espirales **pueden ser tan cerrados o tan... una espiral para el uso, una espiral** para el material, una espiral para tal cosa, y el ejemplo más claro es, para que les caiga el veinte a los alumnos. Es como un problema, tengo una boda, es un problema, respuesta, primera pregunta de la mujer: **qué me voy a poner... eso no falla, o sea hay tal boda y la novia, la**

esposa dice –inmediatamente- qué me voy a poner, entonces bueno, necesariamente viene este proceso de investigación: -con base en diversas preguntas- ¿Dónde es? ¿Es de día? ¿Es de noche? ¿Quién ya fue? ¿Quién no ha ido? **¿Me puse tal vestido? ... eso es en esta parte de** la investigación, de ahí analizo –la segunda etapa- Si es de día, ya fue la de mi prima Clea y me puse mi vestido de flores, necesariamente concluyo –la última etapa- tengo que ponerme un vestido. E investigo –vuelve a comenzar el proceso- ¿en dónde venden estos vestidos? **¿Dónde? Ta ta ta... analizo, pues puede ser en esta tienda...en esta o en esta,** tomo una **decisión y me lo compro en esa y luego... necesito** investigar ¿Con qué zapatos? Y entonces así tuc tuc tuc tuc –siguiendo el esquema en espiral- **hasta que llega este punto de...**

PAP: -interrumpo afirmando- No es un proceso lineal.

MLE: No, es un helicoide que se va cerrando. Y entre más vueltas más te acercas al centro. Y puede haber una espiral para el vestido y una **para los zapatos... Es lo mismo en el diseño. Yo tengo un problema** y voy a diseñar, yo que sé, para un cliente una mesa para una escuela y tengo que investigar qué tipo de materias van a ver, que edad tienen los alumnos **(las preguntas las hace el diseñador-investigador intuitivamente) bla, bla, bla.... Tomo decisiones, concluyo tiene que ser** una cubierta melamínica de 32 mm porque el uso es más rudo, la estructura tiene que ser metálica calibre 18 con yo que sé **acabado en...** no lo sé –siempre haciendo movimientos siguiendo la helicoide- y entonces llegas y tienes esto no – el centro-, entonces no es una metodología sino que es como un diagrama del pensamiento del ser humano **(muy similar al método propuesto por Asimov y o el modelo en espiral del desarrollo de software de Barry Boehm)** Yo creo que con esto a los alumnos les caen los veinte muy rápido y cuando les pido que desarrollen su documento, recuerdan este diagrama y es muy fácil como hacer este escrito del proyecto. Primero están en la fase de investigación, después es donde se dan cuenta que se están dando cuenta, que es esa parte del análisis y donde están tomando ya decisiones –conclusión- que necesariamente los lleva a volver a la fase de investigación, en el material, en la cubierta, en el acabado. Entonces bueno es un sistema que creo que funciona, que no es una metodología pero bueno, ahí está el diagramita.

PAP: ¿Me lo puedo llevar?

MLE: Sí, claro.

PAP: digo, evidentemente con los créditos correspondientes.

MLE: Claro, claro.

RISAS de los dos.

MLE: O las regalías, eso estaría mejor.

Pregunta 5

PAP: -pregunta siguiente- ¿Por qué en varios de tus proyectos aparecen el sarcasmo, la ironía y el humor? Te pongo por ejemplo la Imelda que es del 2002, también tenía como opciones la Gallina que ya mencionaste o la araña del 2003. ¿Me podrías dar?... digo con la respuesta en la que mencionaste a la gallina ampliaste un poco esto, pero ¿Por qué crees que en varios de tus proyectos aparecen estos elementos?

MLE: Si, pues yo creo que es precisamente por esto que platicábamos de poder llegar más allá con tu objeto, de también como dejar atrás un poco el tema de: soy el diseñador y hago el producto para el usuario, sino más bien es como soy humano y tu eres humano y tu también eres humano, yo me divierto con lo que hago y me gustaría que te diviertas con lo que yo hago y es como tratar de comunicarte en otro nivel, que no se limite a: diseñé un teclado, uso teclado – con ironía- es como más a la parte humana (en este punto se resalta que el ser humano no sólo es razonamiento sino también emoción y estos están en todo momento relacionados) y más en ese sentido de replantear objetos que quizás no son los **objetos de “design” sino que son objetos que han convivido con nosotros durante toda la vida.**

Específicamente en el tema de la lámpara Imelda, fue en una visita de estas que hacíamos en un principio a diferentes tiendas, esta era una tienda de todo de plástico y materiales coloridos (gran capacidad de observación, como lo comentó Donald Norman) y esta parte increíble que quizás la capacidad de observar es la que hace que te diviertas en esos lugares a lo mejor alguien que no dice: esta horroroso lleno de plástico, sin embargo, bueno había unos cepillos que eran verdes con **una mota azul, y... un gran cepillo como de mamilas pero muy grande** y dije: ¿Qué limpian con este cepillo? No puede ser este cepillo es como de broma, - y pregunto- oiga este cepillo ¿para qué es?, -y me contestan- es para lavar garrafones, -sorprendido- ¿Quién lava los garrafones? ¿No? (la sorpresa en el diseñador al convertirse en observador o al plantearse como usuario) O sea garrafón, además es como un sistema de venta de agua que creo que en México nada más se da no sé si en otros lados haya, pero ¡alguien que lava garrafones con

eso! Dije: bueno está increíble como pieza, como cepillo está increíble, hay que hacer algo con estos entonces me los traje aquí –al estudio- y empecé a ver cómo podría funcionar, pues a ver vamos viendo que esto podría ser como la pantalla ¿y si los cortamos? No, pero mira y tal. Total al final es como una solución como muy sencilla que es un disco barrenado en el cual el alambre o el mango del cepillo entra como atornillado y no necesita ningún otro medio de sujeción y se auto soporta ahí. Fue un rollo, primero meterlos no, y era una bronca porque tenías que meterlo y después una pinza –dijimos- esto no es viable, entonces ¿Cómo? Y tal, y a Noel, un colaborador de nosotros, se le ocurrió, oye y si le ponemos el taladro y sale entonces con el **chuck** y prrrrrr, -ruido de taladro- y ya quedaba, el primero increíble (sobre el proceso de fabricación, también es un proceso iterativo y que se debe de preveer) pero como estaban tan cerca los barrenos el siguiente, le damos prrrr y se enredó –con el otro cepillo- ¡taazzzzz! Y se hizo un desastre y entonces fue, bueno, ya no funcionó pero vamos metiendo un pliego de polipropileno para que gire dentro de él la fibra y no se enrede con el de junto, entonces al final si había como todo un protocolo para hacerlas muy divertido y ese mismo cepillo investigamos con el proveedor (este proyecto en específico inicia con la inquietud del diseñador para utilizar algo que de por sí es bello) ¿Quién los hace? No nos querían decir, y mire es que yo soy diseñador y me gustaría hacer algo con el proveedor, bla, bla, bla, conseguimos el dato, Plásticos el Duende y entonces fui a ver al duende, que el duende resulta que la imagen gráfica del duende es el mismo señor, es un señor muy chaparrito y es el duende. Entonces oiga don Samuel que estos cepillos que vi, -el duende responde- si como no, -y pregunto- ¿Me los puede hacer todos blancos un poco más altos? –Don Samuel responde- Si, claro. Entonces vi el proceso, el proceso es ¡maravilloso! O sea cuando ves el cepillo no te imaginas que eso se hace a mano. ¡A mano! Se hacen estos cepillos, tienen la fibra cortada de polipropileno, tienen un alambre galvanizado –señala que en forma de U- conectado a un berbiquí que está puesto en un mango, esto lo atorán en un gancho y empiezan a darle vueltas y el alambre comienza a torcerse. Cuando ya está más o menos torcido, a mano meten la fibra. Tienen un bote con agua donde agarran el puño de fibra, la mojan porque si no se les vuelan todas las fibritas, y mojadas las empiezan a acomodar en el alambre, y le dan más vuelta y más vuelta y más vuelta hasta que terminan de cerrar todo el alambre y así se sujeta la fibra. Luego pasa al segundo proceso que es vamos a emparejarla, en la que tienen una tijera de cortar pasto fija en un banco, entonces ponen el cepillo con un escantillón para darle el diámetro y comienzan trac, trac –simulando la tijera- y le dan vuelta trac, trac y entonces los hacen parejos. Es un

trabajo manual impresionante que era lo que te decía, de acercarse a las pequeñas empresas y que si puedes de alguna forma tú proponer diseño ellos perfectamente lo pueden hacer. Como esta pieza – señalando al Erizo, un porta lápices que se encuentra colocado sobre el escritorio- el Erizo, ahí se hace y este digamos que son los manojos que hay de fibra que tienen de colores y lo único que yo le pedí a Don Samuel es póngame este alambre muy apretado y no quiero que salga la fibra y una propuesta de él que al final así fue, es vamos quemándolas por abajo, para que las fibras se fundan y queden pegadas. Y bueno para, vamos quemándolo, lo queman en el mismo comal donde queman sus tortillas. O sea, tras, -sobre un comal imaginario- ya se fundió, listo vámonos. O sea y si esto –señalando al Erizo- lo expones en Alemania o en Holanda, la gente se maravilla y **aquí en México... esto para mí es el diseño mexicano. O sea si tratamos de hacer “acá” un embutido de no sé qué, te vas a ir a otros costos, estás como necesitando otro tipo de infraestructura. Y en este sentido, volviendo a la pregunta del sentido del humor, es como tratar de divertirte con lo que tú haces pero que la gente también lo perciba y el uso del Erizo sea como esto –juega con los lápices sobre el Erizo- ay que padre, entra aquí muy bien muy fácil. La lámpara mira con la luz como sale, etc. Entonces es como comunicarte con el usuario, sin decirle por qué o cómo pero te comunicas en otro nivel de comunicación quizás (a nivel cognitivo) en esta parte de la sensibilidad, del humor de la ironía, también. ¿Cepillos para garrafonas? ¡Sorprendido!**

PAP: Ahora tocaste un punto que me parece muy importante, que tú nunca pensaste: el objeto de diseño como tal.

MLE: No –tajante-.

PAP: Sin embargo, ahora la lámpara gallina la Imelda o el Erizo, puede verse en otros países como el objeto de diseño (esto se puede decir que se da en consenso por la sociedad o en otros casos impuesto a partir de análisis de “críticos” o curadores de diseño)

MLE: Así es.

PAP: En una publicación, que me hubiera gustado tener el dato ahora, que fue donde saqué los elementos de sarcasmo, ironía y humor –La revista es Loop- preguntaban, ¿Cuándo los diseñadores mexicanos van a salir de las galerías para empezar a poblar el mercado nacional y dejar de venderlo a precios, la verdad es que no se cuanto cueste la Imelda, pero digamos a precios estratosféricos, para la mayoría. Pero me parece

muy interesante que tú no lo pensaste así y la mejor es la estructura –el sistema económico imperante- la que está haciendo, o que está **generando que se vuelva un objeto de “diseño”**.

MLE: Así, es. En un principio cuando empezamos Edith –su esposa- y yo queríamos hacer nuestros propios diseños porque, veíamos que había una carencia enorme de esto. Cuando te casas, y dices voy a decorar mi departamento y no tengo los recursos para comprar los muebles **“ve tu a saber qué –marca-“**Y tampoco tengo la posibilidad de yo fabricarme todo, aquí, cuando menos en Guadalajara una opción que se utiliza porque es una **alternativa económica, son los equipales...** entonces todo con equipal, y le das el carácter rústico. Esto no va con lo que nosotros queríamos, entonces dijimos, hay que empezar a hacer nuestras cosas y el diseño no tiene por qué ser caro. El diseño tiene que tener la posibilidad que pueda comprarlo o un recién casado, un estudiante a precios decentes. O a precios que si **pagas “diseño”,** si pagas el producto pero creo que el problema o la característica son los que están en medio entre el diseñador y el cliente final, que los **precios... obviamente tienen otros costos ellos, mantenimiento, renta, empleados etc.** Sin embargo, hay muchos casos, te digo porque esto lo hicimos seis o siete años, venderle a tiendas y a galerías que incrementan los precios tres veces. Entonces tú tenías el precio mayoreo de una pieza, vamos a poner un ejemplo, en 100 pesos y en la tienda esa lámpara valía 750 pesos, y entonces –las tiendas dicen- oye no se están vendiendo y es que están caras –y tu contestas- no, no están caras, tú –tienda- estas siendo muy caro porque perfectamente podrías ganar bien, sin subir tanto para que se muevan porque al final lo que me interesa a mí –diseñador- es que tu vendas y a mí me interesa vender y en ese sentido acercar mis piezas a la gente que es lo que más me va a dar satisfacción, **más que “hay una pieza en el mundo en un museo”**. No pues no, o sea la idea o la filosofía que en un principio pensamos arrancar esto es que fueran muy accesibles las piezas con mucha calidad porque en eso si nos hemos preocupado, si va amarrado el alambre –señalando el Erizo- no señor, no va así, póngale acá, ponga el alambre nuevo, después hay que poner una tapita, es decir, ¿Cómo me gusta a mí recibir un producto? Y ¿Cómo me gusta a mí que la gente lo reciba? Entonces era pensar en la caja, en el empaque, en una pequeña leyenda que decía de quién era la pieza, **(cuidado de la experiencia de compra)** especificar que materiales tenía, cómo darle un poquito más, acompañar al objeto de un protocolo de un empaque, de **abrir, de una... experiencia.** Que abro mi florero que encuentro que hay un papel de china que está doblado de una manera especial, lo desenvuelvo encuentro la etiqueta. La leo o no pero bueno, ahí está la

etiqueta, después cómo lo tomo, tiene un instructivo, es decir, buscamos que el proyecto, el producto fuera completo. Que no se limitaba a en cajas vamos a mandar lámparas. Porque también ese **objeto se comercializaba en tiendas de “diseño” con comillas todo, pero** si yo voy a una tienda de diseño y me van a cobrar una pieza que quizás con el productor o con el diseñador me cuesta una cosa y ahí me cuesta tres veces, yo tengo que tomar en cuenta que mi producto tiene que verse tres veces más caro. Digo, de alguna manera creo que esta cadena que está en medio es la que está complicando que el diseño de los que producimos llegue a todo mundo, digo a todo mundo que tenga ese gusto y esa sensibilidad. Tampoco es que me interese hacer tapabocas en este momento – en este momento de contingencia sanitaria debida a la influenza A H1N1- Tampoco veo que el diseño tenga por qué ser eso, podría ser, pero no es lo que yo manejaría.

Pregunta 6

PAP: La siguiente pregunta va también en función de la lámpara Imelda a lo mejor ya esta contestada, déjame leértela: De acuerdo a la lectura que hago de este proyecto, el usuario responderá emotivamente al interactuar con el objeto ¿Tuviste alguna consideración especial para generar en el usuario una respuesta emotiva? Si es que sí ¿cuál?

MLE: No, fue mucho más intuitiva, iba como más en el rollo de la experimentación de cómo hacer la disposición de los cepillos, cómo proyectaba la luz en los muros, pero no hubo reflexión, así específica de ver cómo va a interactuar con el usuario. Fue más bien un proyecto muy experimental que también con ese sentido del humor lo llevamos a la Expo, o sea si ya había aparecido la Gallina y había sido un éxito, pues –pensamos- la Imelda también, ¿por qué no? Y también fue muy exitosa esa pieza, menos que la gallina, pero porque también es una pieza más grande, más difícil de acomodarla en una decoración ya puesta en una casa, los colores, pero –regresando a la pregunta- fue esa intuición la que generó la pieza.

PAP: Ya vamos llegando a la mitad de la entrevista

MLE: Si, muy bien.

Pregunta 7

PAP: -pregunta 7- Según he observado en mi investigación, la situación actual en México ha generado que los diseñadores busquen desarrollar

sus proyectos desde la etapa de concepción, hasta la etapa de fabricación y comercialización ¿Cómo crees que esto impacta en el resultado de los proyectos?, ya me platicaste, en el costo, cómo impacta, ¿Cómo crees que impacta en el resultado general del proyecto?

MLE: Siento que ponerle un adjetivo a bien o mal sería muy complicado, yo siento que en ciertos casos ha funcionado muy bien, de hecho cuando nosotros empezamos a ir a las ferias –feria del regalo organizada por grupo Salpro- fue un momento histórico muy interesante, porque coincidimos en ese mismo sitio, parejas o socios, amigos que estaban haciendo objetos y se volvió un grupo interesantísimo (sobre autoorganización). Estaba Jorge Moreno, con su proyecto de Toulouse, estaba Mariano García con Genaro en el proyecto de Altica, estaban Roberto y Vicente con –el proyecto- Kalak, estaban Cecilia y Alfonso que son de Puebla con lo de Conceptos que eran cosas de alabastros, Kalak eran portarretratos, vaya, Mauricio Sánchez con la tienda de Idea Interior, él no diseñaba pero comercializaba productos, estaba Shanat con unas cosas de fibra de vidrio, entonces, así hacíamos las cosas todos: generabas la idea, el diseño, te ibas, veías quién te lo fabricaba, lo empacabas, lo comercializabas y lo vendías, entonces éramos muchas empresas o microempresas que hacíamos nuestros propios diseños y los vendíamos, unos con mayor o menor propuesta diferente en cuanto a la tipología del objeto, sin embargo, coincidimos en ese momento y poder evaluar si bien o mal, yo creo que es una característica que existe y en México se dio mucho en ese momento, yo no sé si ahora se siga dando, yo considero que sí, como nosotros ya decidimos ya no hacerlo, pues no sé, pero de todas estas empresas, creo que ninguno continúa, -todos- se fueron orientando a otro tipo de actividades, siempre de diseño, pero ya no en esto, sino de alguna forma fuimos como los primeros que empezamos en la Feria, después nos organizamos en un pequeño pabellón de diseño, **de “alto diseño” que se llamaba ahí en grupo Salpro, con el Señor Augusto Morales “Guti” que él fue un gran impulsor de todos nosotros, de organizarnos, desgraciadamente falleció hace tres años. Pero él fue un gran impulsor del diseño mexicano en su propia Feria, la Feria del Regalo, después ya cada uno fue como teniendo su propio estilo, entonces era muy interesante porque no competías pero sí complementabas, entonces –podrías decirle a algún cliente en función de lo que observabas qué buscaba- cómprale a ellos y te pasabas al cliente, luego al proveedor y era un momento increíble, ir a la feria era muy divertido, era ir a ver a tus colegas y además amigos y a convivir una semana muy divertida y**

además vendías, entonces yo creo que no es que sea bueno o malo sino que es una característica que se da aquí en este país, yo no sé si ahora tú como diseñador tengas un proyecto con una empresa, te lo producen y ellos lo comercializan, yo no sé si ya se esté dando así. Hay ciertos destellos por ahí de colegas que sé que han hecho esto nada menos que Jorge Moreno, Hector Esrawe con piezas de Cristal, Emiliano Godoy también lo ha hecho con ciertas empresas que o que compran el diseño, ellos comercializan y producen y el diseñador lleva una regalía, no es la constante pero ya se está haciendo, que eso es muy bueno porque ya no tienes que andar tu mismo diseñando, produciendo, empackando, comercializando, cobrando. Puedes estar realizando tu actividad – diseño- y alguien se encarga de eso y tú recibes una regalía.

Pregunta 8

PAP: -la siguiente pregunta- 8. Comparando la formación educativa que obtuviste en México ¿Sabes si existe alguna diferencia en cuanto al enfoque de formación de diseñadores en el extranjero?

MLE: Yo creo que por la experiencia que tenemos en el estudio de haber convivido con estudiantes de otros lugares, siento que en México es mucho más compleja y mucho más completa la preparación. En el caso por ejemplo de esta chica que vino de Alemania, ella estudiaba diseño pero el diseño que veían era como muy en la parte de generar una idea y estudiaba diseño, pero ellos se quedaban sólo en la idea entonces, el conocimiento del material, del proceso y tal, pues no lo tenían. La persona que vino **de Italia “Francesco”, él de hecho vino** porque estaba haciendo su tesis de la carrera sobre EOS, fue una tesis – desarrollada- específicamente sobre el diseño de EOS en México, entonces fue, a parte de padrísimo porque alguien se preocupe por lo que tú haces, pero también él lo que quería era ver cómo puedes en México hacer diseño, y estaba fascinado yendo a ver a nuestros proveedores al taller pequeño de herrería, al carpintero y a partir de esos pequeños talleres generar algo, entonces la educación que yo siento que tenemos en México es mucho más completa, te preocupas más porque el estudiante conozca el material (**dos posibles extremos en la actividad materializar o pensar-conceptualizar**) los procesos, acabados, la teoría, la capacidad de representación, el modelaje, etc. O sea, aquí es mucho más completa o compleja que quizás allá –en Europa- y eso tal vez tiene que ver mucho con cómo funcionan allá, a lo mejor el diseñador se integra en una parte muy específica y lo demás que lo resuelva alguien más.

PAP: **Será, ahora me vino a la mente, será que ellos “evolucionaron”** a partir de la idea de la Bauhaus de los talleres y todo, y llegaron a un punto diferente y nosotros nos quedamos con esta estructura, de los talleres básicos, digo no sé.

MLE: -Con cara de ¿quien sabe?- **Podría ser... puede ser que sea el futuro de lo que suceda en México, pero obviamente nos llevan 500 años de avance, sin embargo...**

PAP: Eso no necesariamente es lo que nos tocaría aquí...

MLE: No, no, no. Tienes que responder a tu propia cultura. Pero si veo de gente que estuvo en Europa que llega y cuenta en las escuelas: es que estos cuates – alumno en escuelas europeas- sabían hacer tal cosa y **ya son diseñadores y no sabían... yo que sé, y en cambio acá te enseñan** a hacer esto y esto y esto y esto. Por eso te digo, -aquí- es más completa dentro de la experiencia -que tengo- y las personas que yo conozco. No sé si en todos lados sea lo mismo, pero eso es lo que yo tengo de información.

Pregunta 9

PAP: Bueno la pregunta número nueve. Uno de los aspectos que se considera en el desarrollo de proyectos de diseño es la estrategia de negocio, hay diseñadores que le dan a este aspecto gran importancia ¿Qué opinas de esto?

MLE: Pues yo creo que es algo que deberíamos de tener todos, -creo- que carecemos a nivel país y a nivel académico de esta parte. En la preparación de los diseñadores, los académicos nos preocupamos mucho por el concepto, por el material, por la usabilidad, por el objeto, pero descuidamos mucho la parte de ¿qué va a pasar con el producto después? ¿Cómo se va a comercializar? Y deja tú la parte de ¿Cómo se va a comercializar? Después qué va a pasar con este objeto cuando ya **sea desechado, el tema de la... el tema sustentable y comercial, o sea,** viable y tal creo que lo tenemos muy, muy, muy descuidado a nivel académico y por lo tanto en la vida profesional se ve. No llevamos materias, no sé si ahora ya las lleven, hasta donde yo sé no tanto o no con el profesionalismo o el alcance que debería de tener esto. Que tenga que ver cómo comercializo mis productos, cómo los puedo registrar, cómo los puedo vender, ¿Cuánto debo cobrar por un proyecto? Entonces la parte de hacer negocio la tenemos en México muy descuidada y vas aprendiendo en función de la práctica y de **aprender en... quizás en golpes de que chin... Debía de haber vendido**

más caro o es que si le hubiera dado el descuento que pedía me hubiera comprado, pero carecemos de todo este conocimiento de ¿Cómo hacer realmente un negocio de nuestra profesión?

PAP: Como comentaste en la respuesta anterior, a lo mejor en Alemania o en Italia tampoco es tan necesario, en función de que existe una estructura clara donde se insertan la mayoría de los diseñadores, pero en el contexto mexicano tal vez si sea importante.

MLE: Así es, es muy importante. Porque, se pueden estar generando diseñadores cada semestre, podemos estar lanzando a la calle diseñadores pero a la hora de la hora si no se integran a una empresa, pues difícilmente pueden empezar a tener éxito de manera independiente, que cuesta mucho trabajo, o sea, que tengas tu pieza – viendo a la lámpara gallina- luego cómo la valoras y en qué precio la vendes y qué estrategias puede lograr con tu cliente de te doy crédito o no te doy crédito, te doy consignación o no, vaya, la estrategia de negocio es un como dicen por ahí, un factor de oportunidad. Es decir, vamos tratando que los diseñadores entiendan que su trabajo vale, que se debe pagar, pero que también tiene que ser un negocio, porque si no es un negocio, volvemos al tema de somos artistas todos (**existen muchos más elementos o características que hacen valioso al diseño y no sólo el hecho de la comercialización, aunque el diseño haya surgido dentro del sistema capitalista fundado bajo el esquema en el que lo valioso es el dinero, el diseño es una actividad humana y es en la relación que existe entre los humanos que se le puede valorar como parte de un “patrimonio” de la humanidad**) y no importa que no venda, -yo (PAP) interrumpo diciendo claro- mientras yo haga mis cosas,-con ironía- **me voy a divertir...**

PAP: Siempre que hago algo –como diseñador- se debe de **comercializar...**

MLE: Cien por ciento, porque si no te quedas en eso ¿no? En ser artista y hacer una pieza que nadie compró, entonces el factor negocio tiene que ser ya y a lo mejor estar, que es lo que te platicaba de estos casos, que conozco como interesados en el tema de regalías, porque puede funcionar muy bien para una empresa: sabes que yo – diseñador- te diseño tu nueva línea y a mí me vas a pagar equis regalía, y tu produces, entonces la empresa –dice- muy bien entonces recibo un diseño, lo empiezo a comercializar, veo que funciona y empieza a pagar, entonces su inversión no es tanta en un principio y puede acceder a contratar diseñadores, porque no va a desembolsar nada, sino que en

función de lo que se venda yo te voy a pagar, por lo tanto, de alguna forma estoy esperando que lo que tu diseñes tengas la capacidad de saber que se va a vender, con obviamente un trabajo en conjunto entre la empresa y el diseñador, -es decir- que no esperen que el diseñador tenga su bola mágica y haga esto –moviendo la mano como sobando la bola- y diga esto si se va a vender, esto no se va a vender, o sea, si dependes como diseñador de un trabajo multidisciplinario y de un trabajo en grupo (la interdisciplina está en la conciencia de los diseñadores y se realiza de manera intuitiva).

Pregunta 10

PAP: -la que sigue- 10. Aceptar que las acciones del ser humano impactan directamente en el entorno natural, ha generado que el diseño se desarrolle desde una perspectiva más compleja ¿Cuál es tu postura ante el diseño que considera la relación humano-entorno natural?

MLE: Si, bueno, la respeto muchísimo, o sea respeto muchísimo el tema de diseñadores digamos como Emiliano Godoy que están preocupados por ese tema, los respeto mucho, yo en algún momento lo he hecho, diseño de objetos para separar la basura, (¿existe una visión parcial de lo que supondría considerar el medio ambiente en el impacto de la actividad de diseño? Dentro del proceso de diseño y no acciones separadas en la vida cotidiana) para hacer composta, lo he hecho, los he producido, incluso en algún tiempo estuve dando pláticas de cómo separar la basura de todo el tema como ecología, de lo reciclable, etc. Sin embargo, no es un tema que a mí me quite el sueño, es decir, yo podría generarlo, puedo generar un proyecto donde en un producto hay un proceso donde quizás no es lo más limpio posible, entonces, lo hago, o sea, tampoco es que sea el “Ecoloco”. Con Emiliano bromeamos con ese tema... a mí no me preocupa, o sea si voy a necesitar hacer tal proceso no me voy a poner a investigar si la madera viene certificada y entonces bla, bla, bla, yo la utilizo –la madera- . Me parece y lo respeto mucho, me parece muy importante que haya quienes los hagan y sin embargo, yo no lo hago de esa forma porque tampoco considero que en mi actividad profesional tenga mucha relación, es decir, mis clientes me lo exijan o yo mismo me lo autoimponga, sin embargo, lo reconozco como un acierto y como parte de una tendencia inclusive de moda, del diseño verde y de que nosotros no contaminamos y cuidamos a las focas bebés y *green peace* y todo este asunto, pero también lo entiendo como una tendencia de moda que en este momento se da, entonces, lo digo así porque hay muchos alumnos que comentan, a mí me interesa

el diseño verde. Y hablar de un tema de diseño así me parece que tiene que ver con una tendencia (¿no será que la tendencia es el tratamiento que hacemos como diseñadores del tema, más que el tema sea una moda? Algo que igual puede darse con el tema del diseño emocional) Que quizás es moda, pero que es una moda positiva, ecológicamente hablando o de manera sustentable (los diseñadores tenemos confusión en los términos) al mundo le va a ir muy bien que todos los diseñadores pensemos en esta parte.

Pregunta 11

PAP: Ok, -la pregunta once- La difusión de la disciplina de diseño industrial, es una gran herramienta para introducirla en la consciencia popular, ¿has realizado alguna labor que vaya en este sentido?

MLE: Yo creo que de manera específica, así de voy a hacer tal cosa, no. Siento que el hecho de haber producido muchas piezas, comercializado muchas piezas, pues de alguna forma si empieza a permear el diseño y **en la sociedad se empieza a ver. Eh... en algún momento era muy interesante y muy emocionante de repente estar viendo la tele y no sé, en un programa y estaba un producto tuyo, entonces la gente que no sabe que lo diseñaste tú, que no sabe... empieza de alguna forma a percibir que hay diseño, en las novelas, sobretodo de TV Azteca de grupo Argos, en sus escenografías metían muchos productos de diseñadores mexicanos, la mecedora de Jorge Moreno, este, cosas de Mariano y de Genaro de Kalak, perdón de Altika, en anuncios de televisión los revisteros de ellos, en películas, el florero MIKE de nosotros, de Sebastián en una entrega de los MTV estaba en la escenografía, entonces lo haces –difundir el diseño- y no con la intención de hacerlo –es decir- yo no sé los vendí directamente sino que tú lo vendías y estas personas de producción llegaban y escogían productos y luego los ponían, entonces eso empieza a permear la idea de que hay objetos diferentes y que lo puedes ver tan comunes como lo puedes ver en un programa de televisión, entonces eso nos ha ayudado mucho como diseñadores porque quizá el parámetro de la señora – acerca- del mueble de sala de madera tallada floreado que tenía Silvia Pinal en sus novelas ahora ya es un mueble mucho más sencillo en **colores... yo que sé...** Que tienen que ver, vuelvo a lo mismo, en el tema tendencia moda pero que empieza a permear y que empieza a verse de esa forma.**

Otro acercamiento que fue en un ejercicio que hicimos en el colectivo de ETZPRIME que tenemos aquí en Guadalajara fue hacer un proyecto de una intervención de una silla plegable de lámina, cada uno de

nosotros nos pusimos el ejercicio de intervenirla de manera libre experimental y vamos a hacer la pieza y una vez que hicimos las piezas, aquí hicimos una comida y pusimos las piezas, a mí se me ocurrió por qué no la llevamos a la plaza tapatía, que es como decir, vamos a la Alameda, pues el domingo vamos, -en forma de diálogo- oye pero y si llega la policía, pues qué nos va a decir la policía, oiga usted no puede traer una silla, no, eso no está en la ley, seguramente si podemos, vamos y entonces nos fuimos un domingo fue muy padre, fue como un asalto urbano, sin permiso, sin nada llegar, enfrente del Hospicio Cabañas y pusimos nuestras sillas, creo que eran quince o diecisiete sillas, las pusimos en una disposición circular por ahí de las 10 u 11 de la mañana que había muy poca gente a esa hora y nos alejamos, a ver qué sucedía, cuál era la respuesta de la gente que veía estas piezas. Primero llegaron unos cholos de la banda sur trece con sus bicis súper *choper*, cromadas, con calacas, ¡increíble!-preguntando- ¿Y esto qué? Estas sillas, oye que padre, entonces acomodaron sus bicicletas (que cada uno interviene de manera libre) entre cada una de nuestras sillas, entonces la demás gente veía que era como una exposición de sillas y bicicletas pero 100% **experimental y así...**

PAP: y se organizaron...

MLE: en ese momento y claro llego la policía y bueno –entre nosotros nos decíamos- pues habla tú ¿no? Yo llegué con el poli y me dijo: oye ¿y esto qué? ¿Esto es una exposición o qué? Le dije: sí, -el policía contestó- ah pues aquí estamos por lo que se les ofrezca, -nosotros contestamos- gracias y no hubo ningún problema, la gente se acercaba y le decíamos siéntense, la idea es que se use, no es una pieza de museo, es diseño pero es una pieza para que se use, entonces fue muy interesante, a la silla mamona los niñitos le arrancaron cuatro o cinco chupones, o extranjeros que venían de paseo al museo con su cámara filmaban las piezas, nos filmaban a nosotros. Yo me subí a una de las bicis me di unas vueltas fue una convivencia padrísima de acercar a la gente el diseño sin decirles que era diseño (**ahora se habla de diseño en otro sentido dentro de la “dualidad” comercial vs artístico**) Y es pon tu propuesta y ve que reacción hay. Y había gente que llegaba y se sentaban y ahí se quedaban sentados mientras los niños corrían y jugaban, se quedaban sentados en las piezas, entonces, digo de alguna **forma lo hice o lo hemos hecho, pero no así con esa...**

PAP: vamos a tratar de difundir...

MLE: Ándale vamos a tratar de difundirlo...

Pregunta 12

PAP: que a lo mejor es lo más valioso, bueno eso ya de cada quién. Bueno, la siguiente pregunta. Pasamos a la cuarta etapa de la entrevista, que es sobre autoorganización, complejidad y diseño; que en respuestas anteriores me has dejado ver que la autoorganización está presente. 12. ¿A qué atribuyes la postura que toman algunos diseñadores para desarrollarse profesionalmente de manera independiente, es decir, no insertarse en un estudio o empresa establecida?

MLE: ¿A que lo atribuyo yo? A lo que platicábamos, a las salidas profesionales que tenemos en este país, sales de la universidad y buscas llegar a trabajar en lo que para ti o en lo que para tus maestros cuando estudiaste, te decían que era lo que tenías que hacer que era integrarte a un súper despacho de diseño en donde ibas a tener las mejores condiciones para diseñar, que te iban a pagar una lana para estar ahí. Y cuando sales la vida real es otra, entonces, ¿a qué lo atribuyo? A una necesidad de hacer tus cosas y tratar de hacer lo que a ti te gusta hacer, que es diseño y comercializar y etc. De tus propias piezas. Es muy válido, los diseñadores que se integran a las empresas, pero son pocos porque tampoco hay tantas empresas, si hay muchas pero no las que estén: bienvenidos diseñadores, aquí está, hagan de esta empresa un negocio, eso se da muy poco, es muy complicado, entonces yo creo que tiene que ver más con el tema económico o con él, pues sí económico de este país. Quizás en Alemania es más difícil que alguien empiece con su autogestión a generar sus productos, sino que hay más posibilidad de integrarse a empresas o formar estos pequeños colectivos que trabajan para empresas –que funcionan como consultores de diseño- Yo creo que tiene que ver mucho con la economía del país (todos los aspectos están relacionados) que se dan este tipo de situaciones

Pregunta 13

PAP: -siguiente pregunta, 13- y ¿Cual podría ser la diferencia de esta postura y tú “aventarte” como diseñador para desarrollar tus propias piezas o proyectos o productos con la tradicional en otros países?

MLE: Pienso que es el resultado de hacerlo, es decir, la experiencia que puedes adquirir en una o en otra, pienso que si te integras a trabajar a un despacho o a una empresa o una fábrica, tu labor va a ser muy específica sobre ese tema y tu aprendizaje va a ser muy específico sobre ese tema, de la otra manera tienes a lo mejor otras características

laborales, otras características económicas, te tienes que preocupar porque alguien coma, le tienes que pagar a alguien, en cambio acá –en la empresa –cada quincena o cada semana recibes y que otro se preocupe porque lo que tú vas a cobrar, entonces el aprendizaje es diferente y eso puede ser la gran diferencia, sin embargo, si considero las dos son muy válidas. Las dos son muy, muy importantes, quizás hay diseñadores que tienen un carácter para trabajar más bien integrados a un sistema y hay otros diseñadores que no, yo creo que tiene que ver **con el carácter de cada uno y sin ningún tipo de estigma... a no es que** tu vas a ser empleado, y yo voy a ser el patrón, esas son puras tonterías, hay diseñadores que funcionan muy bien en un sistema y que hacen diseño y que son grandes diseñadores y que quizás no son los que brillan en las revistas o en los libros en que fulano de tal, a si claro! Es gente muy valiosa que están muy bien integrados a las empresas y que hacen unas cosas que quizás gente que esta fuera no hacemos, o sea diseño industrial de hombres –Risas- por ponerle un nombre –más risas- Pero si los que diseñan por ejemplo en MABE o en Black & Decker **ese tipo de cosas que es como “el diseño industrial”, la pieza** que se tiene que troquelar, que tiene tolerancias, que tiene ingenierías, que tiene no se qué bla, bla, bla, y los de afuera que hacemos la gallina digo, esa creo que puede ser la diferencia pero en realidad yo creo que las dos son súper validas, muy reconfortantes para quien las hace.

Pregunta 14

PAP: La penúltima pregunta: 14. La horizontalidad de la organización en colectivos, laboratorios, etc. de diseño, permite romper con un esquema vertical de jerarquías ¿cuáles pueden ser las ventajas y desventajas de una organización de este tipo?

MLE: A ver, las ventajas son la posibilidad de libertad creativa que puede generar un colectivo de diseñadores, es decir, que como no hay una línea, cada quien puede estar generando propuestas y propuestas, sin embargo, sin una organización los proyectos sólo se limitan a creaciones, y creaciones experimentales y creo que ahí es donde podría estar el secreto. Con el colectivo de ETZPRIME, que a nosotros nos invitaron, lo fundaron Matías Medina y Héctor Navarro con otros amigos de ellos que son compañeros de la universidad de Guadalajara, ellos formaron este colectivo con la intención de hacer piezas que ningún cliente te va a pedir y que es hacerla por el gusto de hacerlas, entonces a nosotros nos invitan, yo me integro con ellos pero yo si veía la parte y siempre se los dije, esta increíble lo que estamos haciendo pero nadie lo ve, o sea tenemos que, deja tú que se lo vendas a alguien,

vamos a llevarlo a la plaza tapatía como aquella vez, o vamos a llevar un **periódico que saque un reportaje o vamos... hay que cacarear el huevo**, o sea, si tu no promueves lo que haces pues nadie se va a enterar de lo que haces, eh y que por ahí puede surgir cosas importantes, en esta exposición de las sillas, en el proyecto que expusimos sillas uno de los visitantes que fue a pasear era gente que venía de la UNAM y nos invitó a llevarlo a la UNAM que al final no se concretó **por cuestiones de... yo** qué sé, presupuesto, de tiempo, lo que haya sido, pero que era una cosa **que surgió ahí y que si no sales la gente no te ve, hacemos un... y digo** hacemos porque hace mucho que no lo hacemos, pero que está en los **proyectos de siempre hacerlo la Expoluz... creo que ustedes** participaron en una.

PAP: Si en una ocasión cuando todavía formábamos CALA.

MLE: Exacto, increíble la pieza que mandaron, pero bueno, era una noche en este lugar que es un sitio maravilloso el estudio del papá de Matías, que se llama igual Matías Medina, **pintor, escultor... a un lado** de la barranca del buen titán y bueno se hacía esta fiesta que se llamaba Expoluz y era llegar y poner todas las piezas una noche, llevar un DJ, fiesta, trago, y decíamos, bueno está increíble pero no será que vale la pena que alguien más lo vea, o sea, porque quienes vienen, si venía mucha gente, pero claro eran tus amigos, tus conocidos, pero que quizá dándole un poquito más de promoción podíamos... puedes llegar a trascender un poquito más pensando en el diseño como negocio porque puedes llevar una pieza, porque después se entera alguien y dice esa pieza está buena o quién hizo esa pieza, me interesaría otra cosa que no tiene nada que ver con eso. Entonces esa parte se carece en esa parte de proyectos, en ese tipo de estructuras horizontales en las cuales no hay un líder, entonces todo va como consensuado, todo va como –habla como dialogando- no, yo creo que no y sí y tal, pero en otro tipo de estructuras lineal lo que dice este y es eso y ya está, entonces aquí la combinación debería de ser como de ambas, o de respetar ambos proyecto, este no es para eso, que es un poco que es ETZPRIME y si quieres promoverte pues hazlo de otra forma, sin embargo, hay muchas propuestas de los integrantes que se quedan perdidas y que son increíbles, y que si alguien las puede ver podría haber una oportunidad de negocio o una oportunidad más del diseño, que era lo que hablábamos hace rato ¿Cómo promueves el diseño de México? Esa puede ser una herramienta.

Pregunta 15

PAP: ya para cerrar la pregunta número 15. Para concluir, la teoría del caos y la teoría de los sistemas plantean a grandes rasgos que lo importante en un sistema no es la descripción de sus partes sino la relación que existe entre ellas al ser parte de un todo, ¿crees que el diseño pueda ser visto desde esta perspectiva?

MLE: Yo creo que sí, en ese sentido, yo creo que sí, en el cual el diseño es parte de algo, en el cual se forma un todo me parece que sí, tú – diseñador- no puedes limitarte a que todo tiene que ser diseño, el diseño tiene que ver con algo que decíamos hace rato, con el factor humano, con el factor económico, con el factor productivo, con el factor comercial, con el factor de comunicación, si estás como metido en un mundo totalmente global en el que tu eres parte de algo y en ese **sentido según lo que acabas de leer si, bajo mi punto de vista, si...**

PAP: Y podría ser, porque eso que me estás diciendo es como a un nivel de transdisciplina, yo tengo contacto con el ingeniero, no sé, con el de mercadotecnia y vamos haciendo un proyecto pero para dentro de la disciplina del diseño industrial como tal en el desarrollo de proyectos, ¿crees que se pueda ver no sólo como... **bueno voy a tener estos factores** que se tomaban cuando estudiaba –los maestros- decían tienes que ver **producción, ergonomía, función y estética... y eran los cuatro únicos** factores básicos te decían pero hasta ahí se quedaban y en esos tenías que concentrarte.

MLE: No, como lo planteas ahora, no –sólo considerar producción, ergonomía, función y estética- Yo lo que creo es que el diseño tiene que, un poco lo que platicamos en un principio, tiene que ser holístico, tienen que ver muchísimos factores que no sólo se limitan a eso, entonces la educación del diseño en ese sentido, hacia adentro del diseño tiene que tener la posibilidad de moverse hacia diversos ramos, no sólo quedarse en esos cuatro que mencionaste, sino el factor humano, el factor de la emoción, el de la percepción del objeto, cuestiones de psicología **(todos estos entran en la ergonomía, sin embargo, en una de sus respuestas anteriores comentaba que los alumnos deben considerar no sólo estudiar cuestiones de diseño sino intentar ampliar su cultura)** a pesar de que yo estudié diseño industrial, es una actividad de diseño integral, mi desarrollo profesional tiene que ver con muchísimas disciplinas, entonces, siento que sí debe haber el acercamiento a muchas dentro de la misma carrera, porque quizás cuando la Bauhaus y todos este asunto todo era produces, produces,

produces, de manera industrial se va a repetir cuatro mil millones de veces –exagera- y ya está, hasta ahí, y ahora no, por ejemplo, el objeto personalizable que es una tendencia que hay del objeto ya no masificado, y si es masificado está personalizado, es una de las tendencias que están en el diseño, que el usuario, la persona haga propio el objeto y sea su objeto, aunque sea otro igualito al de enfrente, pero este es mío, o sea, el mejor ejemplo es un iPod, no sé cuantos se hagan en el mundo al día, y se comercializan en todo el mundo, pero desde mi punto de vista cuál es el acierto de ese objeto, que es un objeto personalizable con el carácter individual de quien lo compra, que además comprarlo es una experiencia, abrirlo, el empaque lo que huele cuando lo abres, dices este es mío, y es increíble y bueno el caso de uno de los que tengo, es brillante, el acero, el primer dedo que le pones es tu huella y ya se nota que tú lo tocaste pero viene inmaculado, perfecto, claro, pones un dedo y se le ve, pero es tu dedo, después qué pasa, los protectores de los audífonos, vienen sellados y tú los abres y tú eres como el que está inaugurándolos, el tema del olor, huele a nuevo. Y es alta tecnología y es precioso el equipo y la caja, yo no **conozco a nadie que haya tirado su caja a la basura...**

PAP: si ahí la tengo.

MLE: ...yo guardo incluso todas las cajas de todos los productos que compro que tengan que ver con diseño, porque me parece que el empaque también es parte de la propuesta del diseñador, digo ahí está la caja del perro, del Súper Dog etc. Pero es toda una experiencia abrirlo, y después, qué pasa, ese objeto que se hizo diez millones de veces bueno es mío porque yo voy a ponerle mí música y mis videos y lo voy a escuchar yo, entonces, ya también hay quienes han hecho cosas para personalizarlos, ya más bien como en una onda del *tuning*, ponerle cosas horribles encima, a mí no me gusta pero bueno, es un objeto que va más allá y que de alguna forma podríamos decir que es el diseño industrial ideal bajo los cánones de la alta producción, porque va hacia el tema de la producción y de la economía, la comercialización, pero además también trasciende al tema de las emociones y además que es único, mi iPod y el tuyo son muy diferentes, porque yo tengo un gusto de música diferente, a lo mejor me gusta la misma pero no tengo tal canción o no tengo tal video y es como un objeto que cargo y es el mío y se me pierde ese iPod y es chin! Puedo remplazarlo y sincronizarlo pero ya es diferente y en ese punto de vista esa tendencia de que el objeto lo haga yo propio tiene que ver con que cuando se estudió ese proyecto se pensó en eso también, seguramente se pensó, una empresa como esa no saca cosas así por casualidad, está

perfectamente planeado, el acabado que lo ves feo y se mancha, está pensado para que los rayones sean tus rayones, si fueran acabados mate y tal a lo mejor no envejece contigo, no se le notan los golpes de la guerra. Yo soy muy cuidadoso con ese que tengo y de repente ves otros **que dices... yo que lo cuidó así** –indicando con mucho cuidado- y otros son guerreros, lo traen rayado, golpeado y están jalando y es el de él y tiene su música, sus videos, sus fotos, entonces es mucho el objeto de quién lo compra, de cómo lo hace propio, y que el diseñador industrial que lo planeó para una alta producción pero que al final el uso es 100 por ciento personal, digo no sé si por ahí se responde tu pregunta. (Al final aunque el curso de la entrevista se fue por un tema aparentemente ajeno a la pregunta planteada, a lo largo de toda la plática se pueden apreciar elementos de la teoría de la complejidad presente en la forma de pensar del diseñador al ejercer su disciplina, y podría llegar a pensar que el planteamiento que hago acercando la teoría de la complejidad al diseño industrial aún es ajeno a lo conocido por esta disciplina)

PAP: Sí, si de hecho ya metiendo mi cuchara y creo que tu también lo has venido diciendo a lo largo de la entrevista es que cada proyecto tiene su punto de entrada, no todos los proyectos tienen el mismo camino.

MLE: por supuesto

PAP: Para concluir, me gustaría saber si tienes algún otro comentario que te gustaría agregar.

MLE: No, realmente no, me parece que el tema de la tesis es muy **interesante...**

-En ese momento suena el teléfono y aprovecho para darle las gracias por su participación-

PAP: Agradezco tu colaboración, justo entró la llamada al terminar. Muchas gracias.