

EDUCACIÓN Y DISEÑO

por IAM

LA HISTORIA DEL DISEÑO ES RECIENTE Y ACELERADA. A DIFERENCIA DE HACE UNOS AÑOS, CUANDO SE ENTENDÍA DESDE UN LUGAR MÁS ACADÉMICO, HOY EL DISEÑO SE PRESENTA COMO UN ESPACIO DE ENCUENTRO ENTRE DISCIPLINAS, DE ORGANIZACIÓN DE PROCESOS Y DE CREACIÓN PROYECTUAL.



MIT Media Lab, *EmotiveModeler*, proyecto que busca integrar la percepción inconsciente y emotiva de las formas proponiendo que los diseñadores utilicen únicamente adjetivos descriptivos y emociones para diseñar objetos. Proyecto del MIT Media Lab, liderado por Philippa Mothersill. Cortesía de MIT Media Lab. emotivemodeler.media.mit.edu/

Design Intelligence

En los años noventa, el diseño se encontraba en crisis. El desmantelamiento del sector público bajo las políticas neoliberales lo había dejado sin su cliente más grande: el Estado. Con el temor de caer en la irrelevancia cultural y pugnando por ser viable, teóricos y practicantes viraron hacia lo que consideraban un modelo exitoso de subsistencia: los negocios.

En 2002 Michael Speaks, en su ensayo "Design Intelligence", declaraba que los arquitectos debían dejar atrás la negatividad de la crítica, la teoría y la historia para adoptar un modelo más flexible y oportuno. En lugar de depender de las grandes teorías generadas desde las torres de marfil de la academia, la profesión debía seguir las pequeñas verdades cotidianas. Asimismo, los profesionistas debían usar la producción como una forma de pensamiento, mientras adoptaban las herramientas generadas por la administración y los negocios. La noción de prototipado veloz (*rapid prototyping*) propuesta por Speaks se deriva directamente del uso de hojas de cálculo empleadas en la metodología *Scenario-Based Planning*. De manera similar, los arquitectos debían acostumbrarse a generar propuestas diferentes en lo que se conoce como *versioning* para calibrar mejor su respuesta a los requerimientos del mercado.

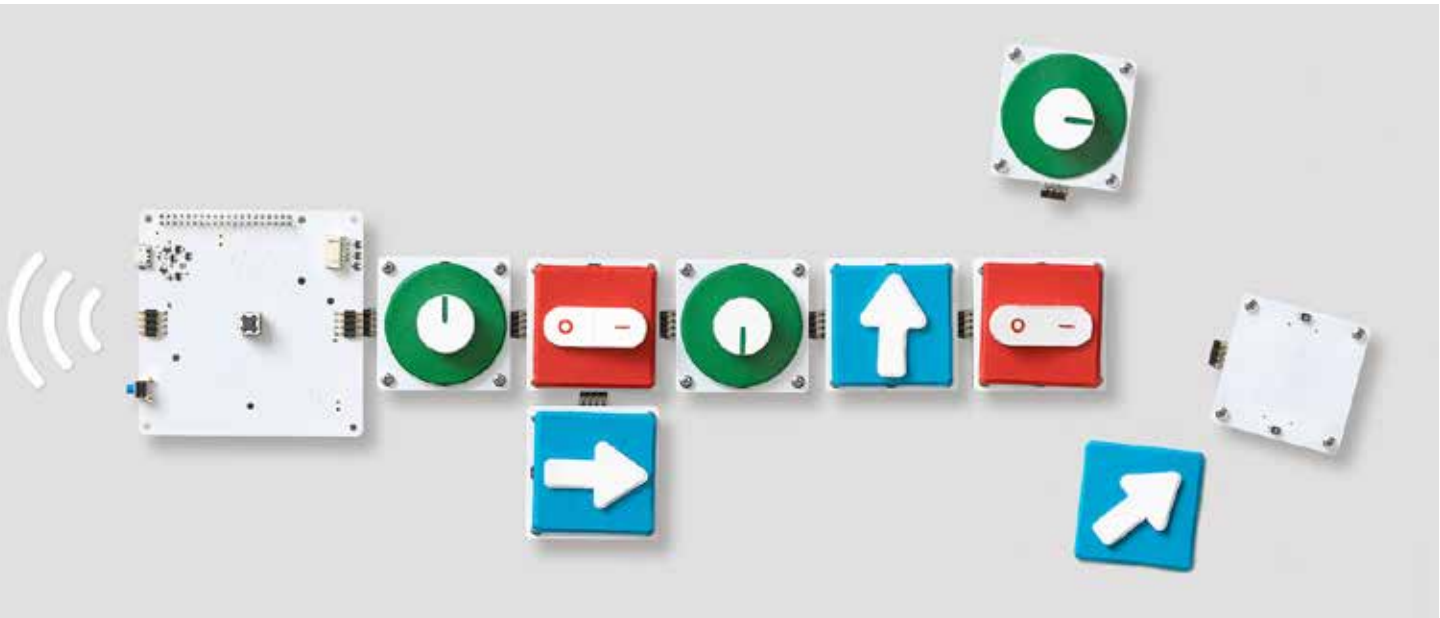


"[...] se espera del diseño no sólo la presentación sino la creación de ideas".

MIT Media Lab, *EmotiveModeler*, proyecto que busca integrar la percepción inconsciente y emotiva de las formas proponiendo que los diseñadores utilicen únicamente adjetivos descriptivos y emociones para diseñar objetos. Proyecto del MIT Media Lab, liderado por Philippa Mothersill. Cortesía de MIT Media Lab. emotivemodeler.media.mit.edu/



“[...] el objetivo del Design Thinking es humanizar y simplificar cada parte del proceso involucrado en la resolución de un problema [...]”.



Google + IDEO, *Project Blocks* es un sistema modular de programación tangible para niños que permite mandar instrucciones a artefactos cuando son conectados. Cortesía de IDEO. projectbloks.withgoogle.com/

A la voz de Speaks se sumaron muchas otras, aunque hubo oposición. Muchos diseñadores temieron que este cambio representara una abdicación política y social a favor de los intereses privados y las presiones del mercado. Sin embargo, la década que va de 1997 con la inauguración del Museo Guggenheim en Bilbao (el inicio del efecto Bilbao) a 2007, el año de la caída de los mercados financieros, fue acaso la más febril de producción arquitectónica. La mayoría de los arquitectos estaban más preocupados por servirse una rebanada del pastel.

Design Thinking

En un giro irónico, tras 2008, el mundo de los negocios buscó reinventarse y miró al mundo del diseño. En un famoso ensayo titulado “Design Thinking” en la *Harvard Business Review*, Tim Brown, director de Ideo, exponía un nuevo paradigma en la industria. Si en el pasado el diseño era uno de los pasos finales del proceso de producción de una compañía o institución pública, hoy, su terreno se amplía para abarcar el proceso de desarrollo

mismo. En otras palabras, se espera de él no sólo la presentación sino la creación de ideas.

Design Thinking no trata sobre la estética sino sobre poner en práctica principios de diseño a la forma de trabajar. *Design Thinking* surge como respuesta a los retos de cómo actuar en el mundo contemporáneo: es más difícil diseñar un sistema de salud pública que un zapato. El *Design Thinking* (empatía con el usuario, tolerancia al fracaso y una cultura de prototipado, como la describía Speaks), es la mejor respuesta para generar estructuras organizacionales responsivas y flexibles. *Design Thinking* busca humanizar y simplificar cada parte del proceso. El mejor ejemplo es el portafolio de proyectos de Ideo, una empresa de diseño que ha inspirado una revolución en el área de la consultoría.

Design as Research

Tras la caída del sector financiero, el diseño buscó posicionarse culturalmente. Sintiendo excluida

de la iniciativa del *Design Thinking* de la Escuela de Negocios, pero buscando aprovechar el interés generado por la misma, la Escuela de Diseño de Harvard se enfocó en articular un nuevo enfoque hacia el diseño. En este sentido, la agenda de *Design as Research* puede interpretarse, por un lado, como una forma de redefinir la agenda cultural de la disciplina, y por otro, aprovechar el interés en el diseño sin asociarse a tendencias provenientes de otros campos.

Design as Research es un enfoque que desdibuja los límites entre la teoría y la práctica, aunque también es una filosofía que busca liberar al conocimiento de rigidez de las disciplinas. En tiempos en que términos como *trans-* o *interdisciplinar* están en boga, tal vez el ejemplo más claro sea el del Media Lab del MIT (Instituto Tecnológico de Massachusetts), que se define a sí mismo como un laboratorio expresamente *antidisciplinar*.

Como parte del MIT, su modelo educativo se centra en proyectos específicos que pertenecen a uno o más de los grupos que conforman el laboratorio. Por ejemplo, el de Medios cívicos, Diseño ficción, Biomecatrónica, entre otros. Un investigador principal dirige cada grupo, pero la jerarquía pretende

ser horizontal, flexible e interconectada. Todos los investigadores son estudiantes del instituto e incluyen ingenieros, científicos, artistas, filósofos, sociólogos, y programadores, entre otros.

La arquitectura abierta y transparente del edificio, diseñado por Fumihiko Maki, ganador del Pritzker, promueve la colaboración entre los grupos. El Media Lab es reconocido internacionalmente por esto y otras universidades y compañías han intentado reproducir su modelo. Entre los inventos más notorios se encuentra el proyecto *Sexto sentido* que dio pie al Google Glass, a la tinta electrónica y a la tecnología de reconocimiento de video que eventualmente ayudó a mejorar el *Google Street View*.

Aunque la producción de conocimiento especializado es crucial, el diseño como metáfora organizacional ayuda a promover el encuentro y la síntesis entre disciplinas. El diseño puede jugar este papel en vista de la complejidad de los retos que presenta un mundo cada vez más embrollado. **T**

IAM es un colectivo de individuos interesados en la arquitectura y el diseño que conducen actividades profesionales y académicas en México y los Estados Unidos.



IDEO, Rediseño de Innova Schools en Perú, proyecto en el que IDEO trabajó con maestros, alumnos y directivos para hacer un co-diseño de los espacios. Cortesía de IDEO. ideo.com