

Dicotomía en México: diseñador e industria

Por Kassim Vera

¿Cuál es el estado actual de la separación del diseño industrial y la industria misma en México? ¿Es necesaria una reconciliación?

Si existe algo notorio en México es la poca relación que la industria tiene con la profesión del Diseño Industrial. Como sucede con las relaciones entre las personas, el amor puede complicar las cosas. Stendhal plantea que dos personas que conforman la pareja pueden «cristalizar» al ser amado; es decir, asignarle cualidades y atributos que aquél no tiene realmente. Eso mismo es lo que le sucede al estudiante de diseño industrial, que también «cristaliza» a la industria mexicana, que la idealiza a partir de su formación como «diseñador de producto», y espera de ella una apertura que no existe y una tecnología que finalmente resulta escasa.

Al mismo tiempo, la industria suele «cristalizar» al diseñador en México al creer que es un individuo cuasi-robot con posibilidad de manejar seis programas diferentes durante ocho horas seguidas; ve en el diseñador a una persona capaz de mejorar/optimizar la producción (en algunos casos, simple maquila) con «sencillos» cambios que no deben alterar la cadena productiva y deben tener un resultado económico inmediato. La industria ve al diseño como un gasto, un lujo que solo empresas de gran capital con mercados de poder adquisitivo alto pagan.

Las dos partes, diseñadores e industria, se «cristalizaron» mutuamente para luego darse cuenta de que en realidad el otro no tenía las cualidades imaginadas, dando lugar a una suerte de separación; que es el tema de este ensayo.

Habría que conocer las causas de esta separación que hoy continúa, pero que a los dos involucrados poco importan, pues han seguido caminos distintos. Arturo Treviño, en *Globalización y escuelas de diseño industrial*,¹ ayuda a comprender el porqué de la ruptura al mencionar que en la década de los sesenta, el gobierno mexicano limitó la importación de productos pero la industria nacional no se desarrolló, al notar que el mercado mexicano tenía los productos nacionales como única opción de compra. La industria vio aquello como oportunidad de negocio a corto plazo y con miras al desarrollo únicamente económico. En el momento en el que el mercado nacional requirió de productos más avanzados y de mejor calidad (como los extranjeros), la industria mexicana se había quedado atrás, lo que obligó al gobierno a abrirse de nuevo a la importación. A los grandes capitales nacionales les resultó más sencillo volverse distribuidores y dejar de ser productores, continuando así con la generación de ganancias fáciles. El diseño industrial, una disciplina que gira en torno a la innovación, se las ha visto difíciles desde entonces en un país con una industria que no ve como negocio la innovación y el desarrollo de nuevos productos.

El diseño industrial nacional actual

El diseñador industrial mexicano se ve forzado prácticamente a elegir entre dos caminos:

1. Trabajar con la industria siguiendo los lineamientos que se le indican, que la mayoría de las veces no obedecen a los principios que al diseñador le enseñaron en la Universidad.
2. Generar su propio empleo.

Al elegir generar su propio empleo el diseñador se ubica en el ámbito del diseño independiente. Si bien existen hoy muchos despachos independientes de diseño, el modelo se replica sin tener la misma calidad, alcance o capital, por lo que termina siendo un despacho con poco trabajo y miras a la quiebra. El modelo del diseño independiente, emergente y autónomo es un modelo que por el exceso de su réplica se convierte en obsoleto. El diseñador no está listo para trabajar con la industria productiva de gran escala, pues ha colaborado poco con ella. El modelo de diseño independiente resulta ser conflictivo, porque la producción autónoma de objetos requiere de una inversión sustanciosa que sobrepasa la manufactura y llega hasta la vinculación, la difusión y la venta. A esto se debe agregar que el modelo se replica de tal modo que el diseñador mismo no es partícipe activo de la innovación misma de su profesión, pues sigue atrapado en el diseño y comercialización de bienes materiales que por lo general son: mobiliario doméstico, calzado, accesorios (de vestido) y objetos decorativos.

Debo aceptar que no había tenido preocupación por el diseño independiente hasta que en noviembre tuve la oportunidad de visitar el Distrito Federal. Al caminar por el centro histórico escuché una voz de mujer por un altavoz que invitaba a «comprar, apoyar y consumir diseño independiente y emergente», con música de Pitbull de fondo como si de vender piratería se tratase —el verbo «apoyar» causa conflicto, pues comprar diseño no debe ser una acción de beneficencia del consumidor al diseñador, sino una elección libre que obedezca a un aliciente que debe ofrecer el objeto de diseño—. Al entrar me encontré con un exceso de corte láser aplicado a accesorios, indumentaria, poco mobiliario y de fabricación artesanal. Me resultó curioso ver esa escena a unas cuantas cuerdas del MUMEDI (Museo Mexicano de Diseño), que comercializa una propuesta similar (independiente, emergente y autónoma), pero mejor fabricada y de mayor costo, pero sin vocearla.

El diseñador debe darse cuenta que la fabricación de productos no es el único ni el mejor negocio que puede generar si quiere estar fuera de la industria a gran escala, pues la producción es lo más complejo y costoso del proceso de diseño.

La industria nacional actual

Gran parte de la industria de la producción en México se encuentra «en pañales» a nivel tecnológico y mantiene, salvo contadas excepciones, un modelo lineal de trabajo lleno de

departamentos (de mercadotecnia, de diseño, de ingeniería) que trabajan en forma aislada. Este modelo es viejo e inútil en pequeñas, medianas y grandes empresas que hoy son exitosas al ofrecer bienes y servicios útiles, inteligentes y asequibles para el mercado al que se enfocan. Lo multidisciplinar, la concurrencia y la comunicación son claves en las estrategias de la nueva industria productiva para generar bienes que satisfagan a un consumidor que dejó de ser pasivo.

¿Reconciliación?

No parece necesaria una reconciliación que convierta a la industria mexicana en la nueva industria del diseño a la Milán o que democratice los bienes de uso, a la IKEA. El diseñador industrial mexicano debe buscar la «democratización del diseño», no sólo los objetos. El diseño es una disciplina capaz de aportar más allá del objeto, viendo en su materialidad un medio y no un fin. El diseñador actual debe prescindir de figurar en escenas que no generan beneficio social ni valor cultural (lo mismo que se critica de la industria masiva). Debe ahondar en los alcances y fines del diseño para volver más útil el entorno artificial (bienes y servicios). Debe, más que buscar una reconciliación con la industria, conocer, generar y proponer nuevos esquemas de trabajo con diversos entes —no sólo con la industria de la manufactura—, ampliar el campo de estudio y generar conocimiento, «contextualizar» el diseño para beneficiar a quien de verdad debe servir nuestra actividad: la sociedad.

Publicado el 15/03/2014

-
1. TREVIÑO, Arizmendi Arturo. Globalización y escuelas de diseño industrial. *Diseño Industrial: formación ropósitos y acciones*. Colección Textos FA, Universidad Nacional Autónoma de México-Facultad de Arquitectura, 2013. Ciudad de México.

FOROALFA

ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/dicotomia-en-mexico-disenador-e-industria>

