

Mesa de Trabajo

FSWD – FROM SPAIN WITH DESIGN

Heredando trabajos previos desarrollados en otros encuentros y con el fin de encontrar fórmulas de promoción internacional del diseño español contemporáneo, queremos compartir con el sector la presente iniciativa.

Introducción

Una vez analizadas algunas de las exposiciones desarrolladas en los últimos años sobre diseño nacional en diferentes países (diseño español, diseño nórdico, diseño francés, diseño italiano), observamos que presentan algunas características compartidas que tienen bastante lógica, al menos desde nuestro punto de vista. La primera de estas tiene que ver con la elección de los actores principales: los protagonistas de las diferentes muestras son los diseñadores y los trabajos/productos/objetos creados por ellos; la segunda coincidencia estriba en que en el origen de las diferentes iniciativas participan y/o apoyan, en mayor o menor medida, instituciones o entidades con soporte público (Embajada de Francia en España, Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, Triennale Design Museum,...)

También –en todos los casos– hay un equipo responsable del análisis, evaluación y la selección de los diseñadores y los objetos que configuran la exposición: comisarios, *curators*, comités, etc.

Para la composición de estos equipos responsables se suele contar con profesionales del diseño, historiadores, teóricos y críticos del diseño,...

La celebración de estas exposiciones, ha requerido un extenso trabajo previo de búsqueda, análisis y selección de contenidos para la configuración de las bases de datos. Actualmente, la obtención de la información necesaria para llevar a cabo este tipo de iniciativas se puede conseguir de modo colaborativo y las herramientas digitales disponibles permitirían diferentes tratamientos, en cuanto a formatos y niveles de información a trasladar a los diferentes públicos.

En muchos de los casos, las exposiciones han sido la cara visible de las iniciativas llevadas a cabo, siempre complementadas con otras actividades tales como conferencias, mesas redondas, talleres, publicaciones, etc.

READ asume el reto de poner en marcha este proyecto al considerarlo estratégico para el colectivo al que representa y, sobre todo, ante la falta de iniciativa de otros agentes y la evidente necesidad de búsqueda de recursos económicos y apoyo público-privado para su desarrollo.

En la mesa de trabajo que se celebrará en septiembre de 2016 trabajaremos, junto con otros aspectos que se acuerden en la propia mesa, los siguientes:

1. Definición de los objetivos que persigue el proyecto.
2. Concreción de los ámbitos y sectores de actividad a integrar (diseño de producto, diseño gráfico, diseño de interior, investigación y experimentación en diseño,...)
3. Enfoque y tratamiento de la información relativa a los protagonistas y contenidos: proyectos-diseñadores-empresas.
4. Proceso de desarrollo de las diferentes etapas de desarrollo, desde el trabajo previo a la concreción de los diferentes formatos de comunicación.
5. Participación y distribución de tareas entre las asociaciones que componen READ y otros colaboradores.
6. Definición de los criterios de selección más apropiados en función de los objetivos marcados. A la hora de seleccionar los proyectos-diseñadores-empresas, se ha de disponer de una serie de criterios que faciliten la labor de selección. A modo de ejemplo pudieran ser: calidad del proyecto, relevancia creativa, social, cultural, económica,...
7. Análisis y valoración de la necesidad y posibles características de una plataforma *on line* para la recogida y tratamiento de la información.
8. Características y funciones del equipo-comité de selección, perfiles de sus miembros y pautas operativas: en principio, se considera necesaria la constitución de un comité de selección capaz y con autoridad para asumir las tareas de selección de proyectos-diseñadores-empresas con la ayuda de los criterios establecidos previamente.
9. Elección de los formatos FSWD a desarrollar, condicionantes de formalización e integración en el proyecto: plataforma web, documental, documental interactivo, proyecto expositivo *responsive* y otras comunicaciones.
10. Estrategias de comunicación, temporalización de las mismas y difusión del proyecto.