

CONCLUSIONES M3.

From Spain With Design (FSWD)

Coordinadores: Ángel Martínez (ADCV) y Juan Lázaro (Cuenca Diseño)-

Durante el 7º Encuentro Nacional de Diseño celebrado el pasado mes de septiembre en el Centro Párraga de Murcia tuvo lugar la Mesa de Trabajo del proyecto "From Spain With Design (FSWD)", cuyas conclusiones presentamos en el presente documento.

Se trabajaron los siguientes puntos:

1. Configuración Comité de Selección para FSWD
2. Definición de Indicadores para selección
3. Comunicación y difusión del proyecto

Adelantamos aquí un breve resumen de lo acontecido, pero añadimos al final los docs relativos a estos temas y que han sido desarrollados con posterioridad y en base al trabajo desarrollado en el ENAD por el Grupo de Trabajo y que están dirigiendo las tareas de esta anualidad.

1. Configuración Comité de Selección para FSWD

Partíamos de una premisa de configuración de comité que durante el ENAD modificamos, pues los miembros del comité de selección que asistieron, y otros participantes inciden en la necesidad de tener grupos de selección diferenciados por categorías de diseño, de manera que pueda realizarse un reparto de trabajo más coherente, seguro y eficaz.

De igual manera, se decide que los comités de cada categoría deberán estar formados por una mayor número de profesionales, de manera que se obtenga un resultado más objetivo y el proceso sea más enriquecedor. Además que así se permite la entrada de profesionales y empresas, para tener la doble visión en la evaluación de las candidaturas.

Otra conclusión que se adopta sobre los criterios de selección del jurado, es que tiene que intentar buscar la paridad de género, algo que consideramos posible dada la calidad del diseño nacional, y procurar incluir en el comité el diseño periférico, de manera que sea todo el territorio nacional el que se vea representado.

2. Definición de Indicadores para Selección

En este punto cabe destacar la aportación de todos los asistentes, en una muy fructífera discusión sobre parámetros de medición de la calidad y excelencia del diseño.

Fueron tratados muchos aspectos, con más o menos amplitud, y el grupo de trabajo se llevó el encargo de definir y pulir totalmente este tema.

Entre algunos de ellos cabe destacar:

- cómo tener en cuenta la trayectoria sin caer en lo histórico
- cómo mostrar lo emergente
- cómo valorar la excelencia
- qué prevalece: puntuaciones numéricas (muy objetivas pero frías) vs acercamientos más intuitivos y emocionales.
- escala de puntuación
- valen los mismos indicadores para cada categoría

Hubo más elementos de debate, pero en este proceso, lo que se tenía claro es que el proyecto debía mostrar la excelencia que se realiza en nuestro país a día de hoy, y realizar esto con una mirada lo más abierta posible.

3. Comunicación y difusión del proyecto

Se afrontaron en la sesión las posibilidades y necesidades de la comunicación del proyecto, y se abordó desde la comunicación dentro de nuestro país y sobre todo, hacia fuera, hacia la internacionalización.

a. Promoción Nacional

Para asegurar el éxito del proyecto la comunicación dentro de nuestro país debe de estar programada y tener un papel principal, sobre todo en dos aspectos:

1. Participación de agentes del diseño: es fundamental que el proyecto se divulgue dentro del ecosistema diseño para que la participación sea la adecuada.
2. Partners y colaboradores: siendo un proyecto de largo recorrido, es necesario contar con la participación de entidades públicas y privadas para garantizar la sostenibilidad y calidad del mismo.

b. Promoción Internacional

El proyecto es básicamente internacional, por lo que hubo lugar también en el 7ENAD debate sobre tener un primer acercamiento sobre las acciones a realizar

para conseguir la promoción internacional del proyecto, aspecto que será clave en el corto plazo, pues es realmente la razón de ser de FSWD.

Entre las conclusiones más interesantes a las que se llegó y que se adoptaron por parte del grupo de trabajo: la necesidad de ir de la mano de la administración para salir al exterior, a través de sus entidades de promoción internacional, tanto de imagen como económicas y comerciales, pero también de la mano de las empresas y las organizaciones empresariales que ya han recorrido el camino de la internacionalización y tienen experiencia.



Trabajos grupales en el CENDEAC.