

UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

DEPARTAMENTO DE DIBUJO



**EXPOSICIONES DE DISEÑO INDUSTRIAL EN ESPAÑA
(1960-2010). TENDENCIAS Y POSIBLES ESCENARIOS**

RESUMEN DE LA TESIS DOCTORAL

**Presentada por:
Marcelo Leslabay Martínez**

**Dirigida por:
Dr. Manuel Martínez Torán**

Valencia, julio de 2015

Resumen

A lo largo de la reciente historia del Diseño Industrial Español, las exposiciones han sido un reflejo de la sociedad, de su economía, industria y hábitos de consumo, pero también de la evolución de la propia disciplina, que ha quedado documentada en catálogos y reseñas de prensa que ahora nos permiten conocer los proyectos de cientos de diseñadores y empresas. En este sentido, un objetivo de esta tesis doctoral ha sido realizar el primer estudio cronológico que reúne y analiza las exposiciones más importantes en su contexto histórico, político, social y tecnológico, para entender las razones por las que se produjeron.

Por otra parte, para el ejercicio profesional del comisariado y organización de exposiciones de Diseño Industrial, nos encontramos con un vacío doctrinal, prácticamente total. Esta situación define el segundo objetivo de la tesis: aportar una serie de conocimientos y experiencias personales para desarrollar una metodología que se pueda aplicar en la gestión, comisariado y comunicación de una exposición.

Pero además los comisarios –como los diseñadores– necesitan mirar al futuro, por eso actúan como sismógrafos que detectan los más sutiles cambios que se producen en la sociedad, y para ello necesitan herramientas que reduzcan el alto grado de incertidumbre. El tercer objetivo de la tesis ha sido utilizar una metodología científica para definir una serie de tendencias y posibles escenarios en los que se moverá la sociedad y la profesión durante los próximos 25 años.

Son muchas las conclusiones a las que hemos llegado tras estos años de trabajo, la más evidente es que las exposiciones de Diseño Industrial son necesarias y van a seguir existiendo, porque la sociedad las necesita para entender lo que ha pasado, para interpretar lo que sucede en la actualidad y para imaginarse el futuro que vendrá. Sean del tema que sean.

La finalidad del diseño es mejorar la calidad de vida de las personas; la de las exposiciones dejar constancia de ello y ayudar a comprender la función del diseño, es lo que hacen las cientos de muestras que pueden verse en museos de todo el mundo, *on line* y en nuevas plataformas que están revolucionando el concepto expositivo.

Introducción general

Las exposiciones de diseño, a diferencia de otras muestras como las de arte, ciencia o tecnología, reflejan los intereses e ilusiones de las personas en los objetos de uso cotidiano. Es decir, se organizan espacios con elementos que pertenecen a la realidad de su vida, por lo que además permiten entender el contexto social, político, industrial y económico de una sociedad en un momento determinado.

A través de las exposiciones se reconstruyen escenarios donde habitan las personas, se traducen los valores simbólicos de los objetos, se definen los lenguajes de los estilos de vida y se crean referentes imaginarios para el futuro. Ante estos desafíos la responsabilidad que asumen los comisarios es la de prescriptores de objetos.

Esta función la podemos comprobar en la Historia del Diseño Industrial a través de cientos de exposiciones que se han convertido en una potente herramienta para dar visibilidad al trabajo de distintas generaciones de diseñadores, y conservar la memoria proyectual de empresas e instituciones.

Una memoria que se mantiene viva gracias a decenas de Museos de Diseño alrededor de todo el mundo, con exposiciones temporales y permanentes. Porque la sociedad necesita las exposiciones para entender el pasado, para comprender el presente y para imaginar el futuro.

Entendemos el diseño como agente de transformación social que ha contribuido, a lo largo de la historia, a mejorar la calidad de vida de millones de personas, con proyectos que van desde un cuchara hasta una ciudad, pasando por todos los elementos que conforman nuestro entorno objetual.

Motivación profesional

Durante más de veinte años de ejercicio profesional vinculados a la comunicación y al comisariado de exposiciones de Diseño Industrial, hemos seguido las directrices marcadas por un método heurístico, basado en ensayo y error. A esa situación llegamos por un vacío doctrinal –casi total– en este campo, que ha generado la inexistencia de formación específica y la falta de investigación científica.

Así surge este trabajo, con la voluntad de cubrir una serie de necesidades, como son: sistematizar los procesos de comunicación, desarrollar una metodología para aplicar en el comisariado y prever los posibles escenarios de futuro que deberán afrontar las exposiciones de Diseño Industrial.

Consideramos que los métodos tradicionales para proyectar exposiciones están experimentando profundas transformaciones, esto lo podemos comprobar en los nuevos discursos expositivos, en los contenidos y en la manera de presentarlos, pero por encima de todo, está cambiando el visitante, a un ritmo –muchas veces– más rápido que nuestra capacidad de conceptualizar. Ante estas circunstancias, la práctica del comisariado requiere desarrollar modelos completamente nuevos.

En la actualidad, los aspectos sociológicos y educativos conforman uno de los tres pilares, junto a las nuevas tecnologías y los nuevos modelos de gestión cultural, donde se asientan las bases teóricas de las exposiciones de diseño, más allá de la museística, del diseño expositivo o de la propia cultura del diseño.

Las exposiciones son necesarias para la sociedad, actúan como un instrumento que permite visualizar los mensajes y comprender el discurso que se quiere comunicar a través de los objetos y el espacio expositivo. Pero no podemos olvidarnos que las exposiciones son además un aglutinador social, un punto de encuentro entre quienes piensan, quienes producen y quienes utilizan los objetos. Una magnífica oportunidad para entrar en contacto con las personas de nuestra sociedad, que no tienen porque compartir con nosotros la pasión que nos enciende en el ejercicio profesional.

Observamos que en los últimos años se han generado grandes cambios sociales y tecnológicos, ahora existen nuevas maneras de entender y comunicar el diseño, por lo que nuestro propósito ha sido realizar una investigación que nos permita descubrir esos nuevos caminos, pero para ello ha sido necesario crear mapas y nuevos instrumentos de navegación.

Fases de la Investigación

PROPUESTA METODOLÓGICA			
FASE	CAPÍTULO	OBJETIVOS	RESULTADO
FASE ORGANIZATIVA	CAPÍTULO 1. <i>Introducción al mundo de las exposiciones y los objetos.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer el tema de la investigación. • Analizar el mundo de las exposiciones y encontrar los vínculos entre los objetos y las personas. • Definir los límites del trabajo y su justificación. 	• Definición del tema de estudio: <i>Exposiciones de Diseño Industrial en España (1960-2010). Tendencias y posibles escenarios.</i>
FASE INVESTIGATIVA	CAPÍTULO 2. <i>La exposición como herramienta de investigación histórica.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Estudiar la evolución cronológica de las exposiciones de Diseño en España. • Estudiar la plataforma creada para promover a jóvenes diseñadores (2000-2010). 	• Sentar las bases para la creación de un <i>Museo Virtual del Diseño Español</i> y de un <i>Museo del Diseño Español</i> .
	CAPÍTULO 3. <i>La exposición como medio de comunicación.</i>	• Estudiar las exposiciones como un sistema de comunicación que vincula el lenguaje escrito con el lenguaje expositivo.	• Establecer los fundamentos básicos de la <i>Teoría del Exponer</i> .
	CAPÍTULO 4. <i>La exposición como vehículo de promoción cultural, económica y política.</i>	• Analizar distintas tipologías, estrategias y lenguajes expositivos, desde la visión del organizador, del visitante y del comisario.	• Creación de un <i>Sistema Clasificador</i> para analizar exposiciones.
FASE APLICADA	CAPÍTULO 5. <i>Propuesta metodológica y definición de escenarios.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Organizar el Método Delphi, sobre un estudio PESTEL. • Utilizar las herramientas: 30 entrevistas y más de 100 exposiciones visitadas. 	• Definir las tendencias y 18 posibles escenarios para las exposiciones de Diseño, en base al estudio PESTEL.
	CAPÍTULO 6. <i>Encuesta de tendencias y análisis de datos</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar una encuesta a 100 personas de 25 países de distintas profesiones. • Organizar y analizar más de 5.000 datos. 	• Sintetizar en 10 escenarios dentro de tres horizontes temporales 2015-2020, 2020-2025 y 2025-2030+
	CAPÍTULO 7. <i>Conclusiones de tendencias y posibles escenarios</i>	• Estudiar la convergencia entre las tendencias de las exposiciones y las megatendencias globales para 2035.	• Plantear los seis escenarios finales, como resultado de las tendencias del Diseño y las megatendencias globales.
FASE DE INTEGRACIÓN	CAPÍTULO 8. <i>Conclusiones generales</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Analizar los seis escenarios: Virtuales y Transversales (2020); Sensorium y Cooperativas (2025); Interactivas (2030) y Eco Design for all (2030+). • Resultados inesperados • Líneas para futuras investigaciones. 	• Descripción de las conclusiones generales, los objetivos alcanzados y las aportaciones al sector de las exposiciones de Diseño Industrial en España.

Fase Organizativa

El primer objetivo de esta fase ha sido analizar el mundo de las exposiciones y encontrar los vínculos entre los objetos y las personas; un trabajo que nos permita definir y limitar el tema de estudio a las “Exposiciones de Diseño Industrial”.

Capítulo 1. Introducción al mundo de las exposiciones y los objetos

Son innumerables los enfoques que admite el mundo de las exposiciones de Diseño Industrial, por ese motivo comenzamos esta investigación centrándonos en dos perspectivas: la del objeto y la de los visitantes. Consideramos que estos son los componentes básicos que permiten que exista cualquier tipo de exposición, pero, además, en el caso del Diseño Industrial los objetos son el resultado de la actividad de la propia disciplina.

De la infinidad de informaciones que contienen los objetos, nosotros nos vamos a fijar en su aspecto semiótico, para comprender su significado dentro de la sociedad y las relaciones que establecen con los demás objetos; y para analizar la carga ideológica que transmiten como referentes sociales.

Respecto a los visitantes, analizamos cómo se activan los mecanismos del aprendizaje desde la *metacognición* y cómo se deben transmitir los mensajes para que sean comprendidos por los receptores. En este punto, y para entender la percepción como fenómeno de la comunicación recurrimos, por un lado, a la entropía, un principio de la termodinámica que mide el grado de desorden de un sistema y lo aplicamos al diseño; y por otro, a la Teoría de la Gestalt, una rama de la psicología que estudia cómo comprendemos los estímulos sensoriales que nos llegan al cerebro.

Por último, la relación que se genera entre los usuarios y los objetos se enmarca en distintos ámbitos, pero el afectivo es el que engloba a todos los demás, y el que determina la aceptación o rechazo de un determinado objeto. Un fenómeno profundamente estudiado desde el diseño emocional, y que ha dado paso al diseño de experiencias, una nueva dimensión que supone colocar a las personas en el centro del proyecto, y contemplar el espacio expositivo a través de sus ojos y de sus sentimientos.

Fase Investigativa

Esta fase la hemos dividido en tres partes, la primera corresponde al Capítulo 2, con un estudio cronológico sobre la evolución que han experimentado las exposiciones a lo largo del tiempo hasta la actualidad. Centrándonos en las exposiciones de Diseño Industrial en España, y acotando la investigación al periodo 1960 – 2010; y en analizar las estrategias personales para crear una nueva plataforma para promover a una generación de jóvenes diseñadores (2000-2010). En este Capítulo proponemos la creación de un Museo Virtual del Diseño Español, un proyecto que servirá como primer paso para un futuro Museo del Diseño Español.

Capítulo 2. La exposición como herramienta de investigación histórica.

Con el objetivo de comprender la evolución que han sufrido las exposiciones a lo largo del tiempo, iniciamos un recorrido desde las primeras colecciones de la Antigüedad hasta llegar a la creación de los museos europeos en el Renacimiento y su máximo esplendor alcanzado durante los siglos XIX y XX.

Luego estudiamos los distintos lenguajes expositivos que se han implantado en los museos, y que han ido estrechamente ligados a la manera de concebirlos y a la ideología que querían transmitir. Para ver después cómo se ha pasado de dos acciones cotidianas: coleccionar y exponer, a la creación de museos especializados, como los de Diseño Industrial, que ya se reparten por todo el mundo. Concebidos como nuevos espacios para la creación contemporánea, compiten por captar todos los movimientos y cambios que experimenta la profesión, y transformarlos en exposiciones.

Finalmente analizamos el Diseño Español a través de las exposiciones, en un amplio estudio cronológico en el cual se van presentando las distintas muestras dentro de su contexto histórico, desde principios del siglo XX hasta la actualidad, centrándonos en el periodo 1960-2010, en las que se puede comprobar cómo repercute en la creación la situación política, económica y social que vive el país.

Analizamos en particular el periodo 2000-2010, con la creación de una plataforma para promover a una nueva generación de jóvenes diseñadores. Con la aplicación de una estrategia personal que pivotaba sobre tres pilares: un medio de comunicación –la revista *Experimenta*–, las exposiciones internacionales –para el Ministerio de Asuntos Exteriores de España, la Sociedad Estatal DDI y la creación de la Bienal Iberoamericana de Diseño–

y la asesoría de concursos y premios –Instituto de la Juventud y Valencia Crea.

Terminamos con un recorrido cronológico por las exposiciones de Diseño Industrial en España, con el objetivo de crear una herramienta de investigación, abierta a la colaboración de historiadores que podrán aportar información y compartir los conocimientos, un camino que abre las puertas a la creación de un futuro *Museo Virtual del Diseño Español*, que estará en continua actualización y disponible para futuras investigaciones, que luego podrá materializarse en un *Museo del Diseño Español*.

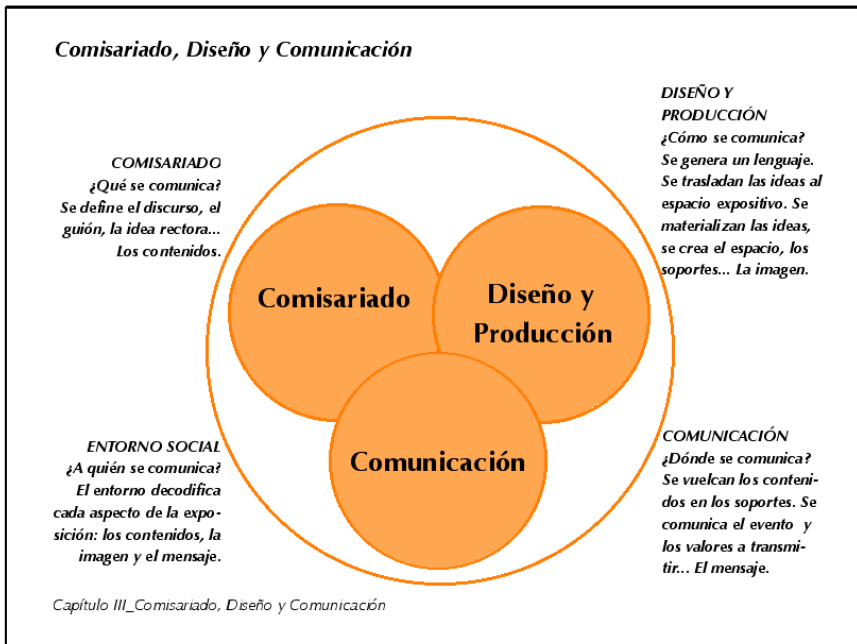
Consideramos que para proyectar y comunicar los eventos expositivos del futuro necesitamos conocer su pasado, historia y estructura. Aquí planteamos hacerlo a través de las propias exposiciones, porque ellas aportan una gran información de la evolución del Diseño Industrial y, porque además, en muchos casos, son la única referencia que nos ha quedado.

La segunda parte de la Fase Investigativa corresponde al Capítulo 3, aquí estudiamos las exposiciones como un medio de comunicación, que refleja los criterios de selección, la ideología que promueve y la información que transmite. Como aporte a esta situación elaboramos un Decálogo del comisario con las posiciones éticas que consideramos se deben asumir. En este contexto entendemos las exposiciones como un sistema de comunicación en el que se vincula el lenguaje escrito con el lenguaje expositivo; un estudio que en este Capítulo nos permite formular las bases de la Teoría del Exponer y abre una puerta a futuras investigaciones.

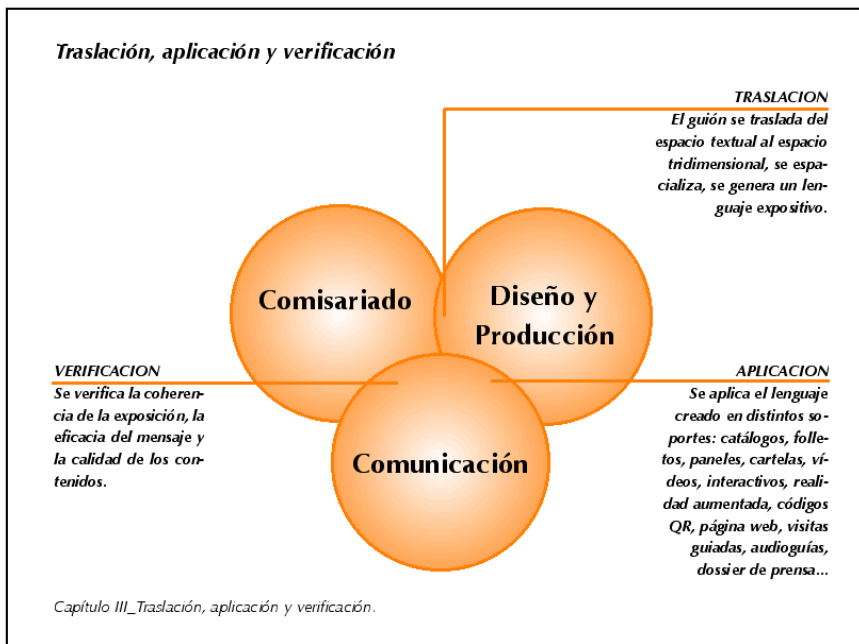
Capítulo 3. La exposición como medio de comunicación.

Comisariado, diseño y comunicación

Partimos de la idea de que al organizar una exposición los objetos que la componen son portadores de un lenguaje que, por una parte, contienen una dimensión semántica y, por otra, responden a una sintaxis que genera la propia exposición para articular la construcción del discurso expositivo. Es decir, podríamos plantear que los objetos son equivalentes a palabras, que al vincularse con otras palabras, bajo determinadas reglas y principios gramaticales, generan una construcción lingüística que definimos como discurso o guión expositivo. Desde este punto de vista entendemos que los comisarios, además de crear los mensajes, también crean su propia audiencia.



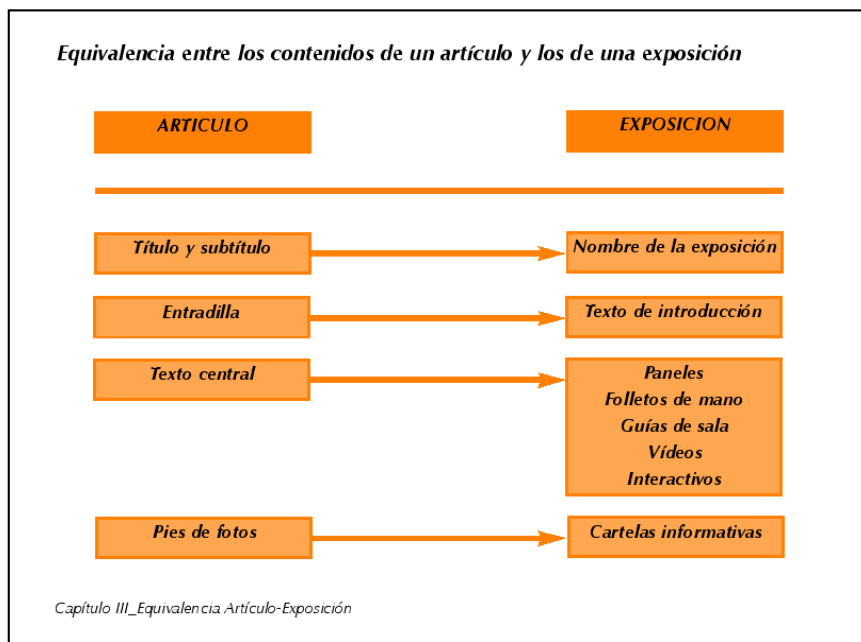
Esquema de las exposiciones entendidas como un medio de comunicación dentro de un entorno social.



Zonas de intersección entre Comisariado, Diseño y Comunicación.

Por otra parte, consideramos que el diseño se ha convertido en el lenguaje que da forma a los objetos que nos representan a lo largo de la vida, y elabora los mensajes que transmitimos con ellos. Utilizamos los objetos para emitir mensajes sobre quiénes somos, cómo vivimos, cómo nos vestimos, en definitiva cómo nos relacionamos con el entorno social al que pertenecemos o queremos pertenecer. Por lo que consideramos que el diseño, en su esencia, es comunicación.

Pero además, al formar parte de una exposición, los objetos incorporan un discurso en relación con un marco teórico, se los dota de significado, se los interrelaciona con otros objetos, adquieren otro espesor, en definitiva, se crea con ellos un nuevo sistema de comunicación que es el lenguaje de la propia exposición y que nos permite formular la *Teoría del Exponer*.



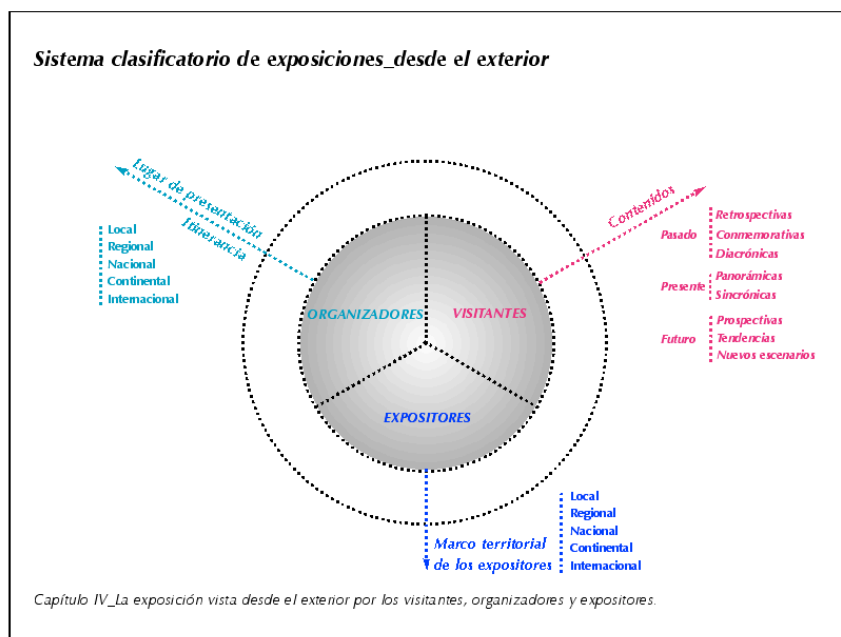
Equivalencia entre las distintas partes que estructuran un artículo y los contenidos que componen una exposición.

La tercera y última parte de la Fase Investigativa corresponde al Capítulo 4, en donde analizamos distintas tipologías, estrategias y lenguajes expositivos. Como resultado de este Capítulo creamos un Sistema Clasificador, una herramienta de análisis realizada desde la visión del organizador, del visitante y del comisario; que luego verificamos en 24 exposiciones.

Capítulo 4. La exposición como vehículo de promoción cultural, económica y política. Tipologías, estrategias y lenguajes expositivos.

En el trabajo de comisariado y diseño de exposiciones realizado en los últimos años hemos comprobado que una exposición tiene significados muy distintos dependiendo de quién la analice. Así hemos visto que mientras para el público significa una cosa, para quien la organiza significa otra, y para quienes participan exponiendo sus trabajos, otra muy distinta. Pero todos coinciden en un punto en común, las exposiciones de diseño industrial son un vehículo de promoción cultural, económica y política muy potente para un país, con las que se transmiten infinidad de valores de la sociedad a la que representan y, a su vez, son portadoras de mensajes que influyen en quienes las reciben.

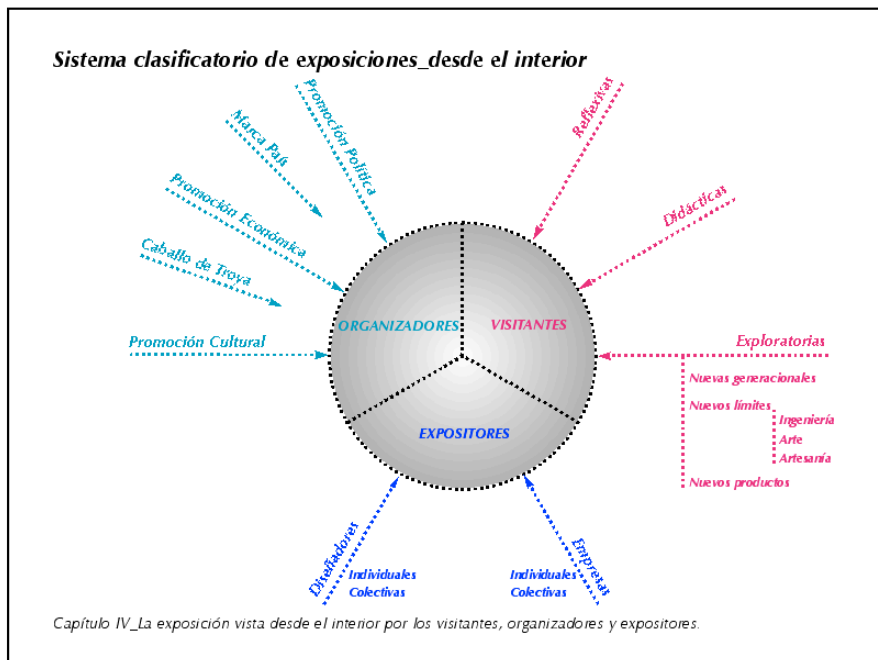
Ante la falta de antecedentes y para analizar las exposiciones hemos desarrollado un *Sistema Clasificador* en el que hemos sintetizado la multiplicidad de actores que entran en juego en tres grandes grupos formados por visitantes, organizadores y expositores. El objetivo ha sido generar un sistema que nos permita comprender los intereses de cada una de las partes y crear una herramienta para analizar exposiciones con una mirada crítica, desde el interior y desde el exterior de la propia exposición.



Esquema del *Sistema clasificador de exposiciones*, con la visión desde el exterior de los tres actores principales: visitantes, organizadores y expositores.

Uno de los motivos se debe al gran volumen de información que se genera alrededor de una muestra, concentrado en muy poco tiempo, esto produce un efecto inmediato que se refleja en los medios de comunicación y en la motivación del público que acude a visitarla en masa. Un efecto combinado de información y visitantes que la mayoría de las veces no permite ver con claridad los verdaderos objetivos que se persiguen. Pero como veremos estos objetivos siempre responden a determinadas estrategias de quien organiza las exposiciones, donde esos objetivos son ejecutados intelectualmente por el discurso del comisario y materializados por el diseñador del espacio expositivo.

Finalmente para comprobar el funcionamiento del *Sistema clasificatorio*, en la última parte del capítulo, analizamos una serie de exposiciones presentadas en distintas partes del mundo en los últimos años que, dependiendo del punto de vista con que se analicen –ya sea del visitante, del organizador o del expositor–, determinan la tipología a la que pertenecen, para concluir con el estudio de las estrategias y lenguajes expositivos aplicados.



Esquema del *Sistema clasificatorio de exposiciones*, con la visión desde el interior de los tres actores principales: visitantes, organizadores y expositores.

Fase Aplicada

La Fase Aplicada está enfocada en definir cómo será el futuro de las exposiciones de Diseño Industrial, para eso hemos dividido la investigación en tres partes, en la primera definimos la propuesta metodológica y los posibles escenarios, en la segunda realizamos una encuesta y analizamos los resultados y, en la tercera, sintetizamos los escenarios más probables. Respecto a la propuesta metodológica está basada en el Método Delphi, vinculado a un estudio PESTEL, con factores: Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos y Medioambientales. Las herramientas utilizadas para definir los escenarios han sido treinta entrevistas personales a comisarios, diseñadores y emprendedores; la visita y análisis de más de cien exposiciones y la propia experiencia personal de organizar exposiciones durante quince años. Con ese material proponemos dieciocho posibles escenarios, agrupados en las cinco áreas del estudio PESTEL. para los próximos veinte años.

Capítulo 5. Propuesta metodológica y definición de escenarios.

Las exposiciones de Diseño Industrial reflejan los cambios políticos, económicos, sociales y tecnológicos, que experimenta una determinada sociedad a través del tiempo. Podemos decir que las exposiciones son un espejo en donde se miran las personas, se reflejan sus estilos de vida y también un medio para conocer sus deseos y ambiciones.

Pero lo que realmente necesitamos conocer es cuál será el futuro de las exposiciones de Diseño Industrial, primero si seguirán existiendo y, si eso sucede, cómo se harán, para qué servirán, en dónde se presentarán, qué contenidos tendrán..., muchas variables que debemos acotar para poder comprenderlas.

Los comisarios de Diseño Industrial necesitan anticiparse a los cambios, poder detectar pequeñas variaciones de la sociedad antes de que se conviertan en tendencias, comprender los cambios antes de que sucedan, conocer con antelación qué tendencias se consolidarán... para conseguir esto –en general– se dispone de intuición, capacidad de observación y de sensibilidad para analizar. Pero existe otra disciplina, con herramientas propias y una metodología científica que permite definir posibles escenarios de futuro: la prospectiva.

A priori, podría pensarse que es necesario recurrir a la prospectiva para organizar aquellas exposiciones que requieran una mirada sobre el futu-

ro, pero no solo cambian los escenarios por los contenidos, también lo hacen por la manera de mostrar esos contenidos, por la forma de narrar los acontecimientos, por los recursos tecnológicos que se utilizan para proyectar, por las estrategias de comunicación de los espacios expositivos y por las costumbres de los visitantes, entre otros aspectos.

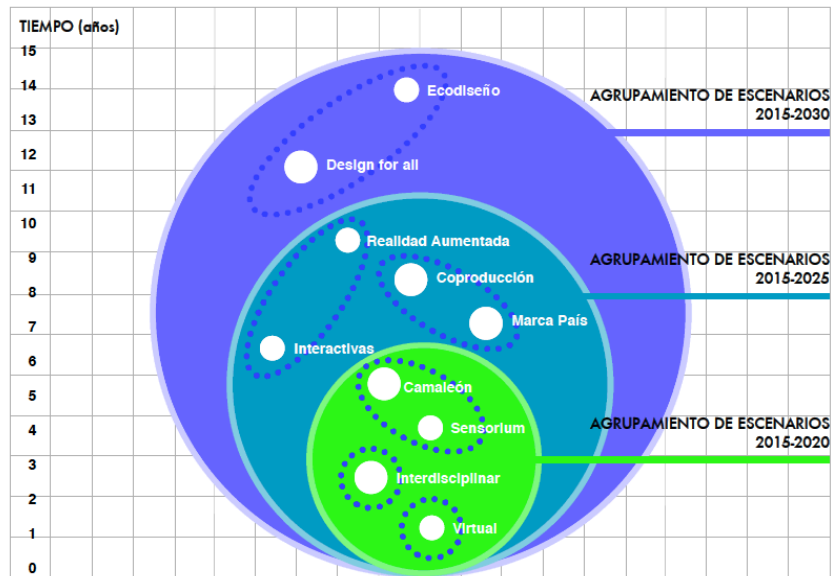
Por estos motivos consideramos que tanto los comisarios como los organizadores deben tener una visión global y conocer hacia dónde se dirige el mundo del Diseño Industrial para prever las necesidades que tendrá la sociedad en los próximos años y volcarlas en nuevas exposiciones.

En la segunda parte de la Fase Aplicada realizamos una encuesta a 100 personas de 25 países, de distintas profesiones: sociólogos, politólogos, gestores culturales, periodistas, comisarios, diseñadores, economistas, consultores, historiadores y arquitectos, entre otros.

Capítulo 6. Encuesta de tendencias y análisis de datos

La herramienta utilizada para realizar la encuesta ha sido *Google Forms* que, además, nos ha permitido gestionar, organizar y analizar más de 5.000 datos generados. Cada uno de los 18 escenarios planteados en el Capítulo 5, ha sido analizado en profundidad y se acompaña con una serie de comentarios ofrecidos por los encuestados. Con los datos obtenidos en la encuesta realizamos distintos mapas y agrupamos los diez posibles escenarios más probables en función de su Viabilidad e Importancia, dentro de tres horizontes temporales 2015-2020, 2020-2025 y 2025-2030⁺.

Viabilidad y agrupamiento de escenarios en el período 2015-2030



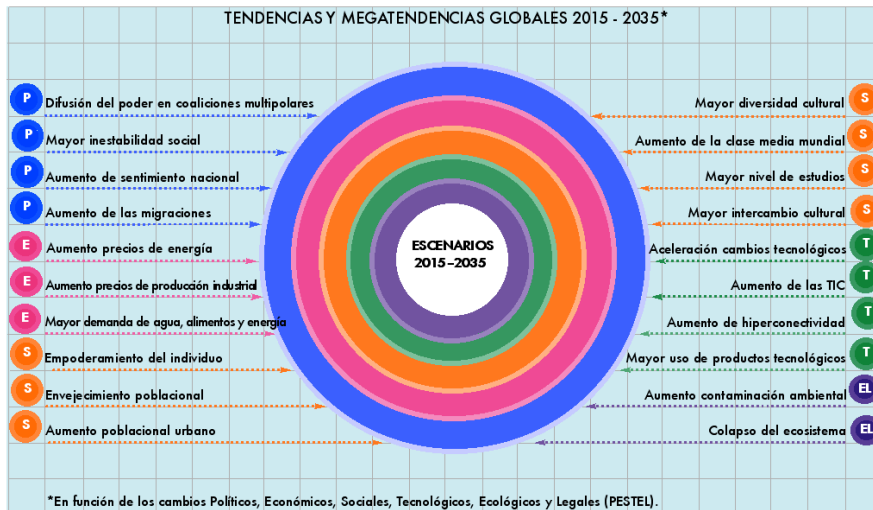
Agrupamiento de los seis escenarios más importantes, y con alta probabilidad de producirse en los periodos 2015-2020, 2020-2025 y 2025-2030.

En la tercera parte de la Fase Aplicada, estudiamos la convergencia entre las tendencias que se presentan como más probables para el sector de las exposiciones y las megatendencias globales que distintos centros de investigación consideran que se consolidarán en el horizonte temporal de 2035. Los vectores coincidentes de los dos sistemas se sintetizan para crear los seis escenarios finales para las exposiciones de Diseño Industrial, que son: Virtuales, Transversales, Sensorium, Cooperativas, Interactivas y Eco-Design for all.

Capítulo 7. Conclusiones de tendencias y posibles escenarios

La primera acción ha sido analizar las diez tendencias más relevantes que habíamos creado con la encuesta del Método Delphi y agruparlas en los espacios temporales que proponían los encuestados: 2015-2020, 2020-2025 y 2025-2030⁺. Con estos escenarios definidos temporalmente estudiamos los puntos en común y las relaciones dentro de cada grupo con el objetivo de sintetizarlos nuevamente. En paralelo analizamos distintos informes de megatendencias globales elaborados por Observatorios de Tendencias de

Europa y EE.UU. con distintos horizontes temporales y temáticas, pero todos organizados bajo una matriz PESTEL. La coincidencia entre los resultados de los dos estudios –megatendencias globales y los propios sobre exposiciones– fue prácticamente total, reforzando en casi todos los casos las conclusiones planteadas.

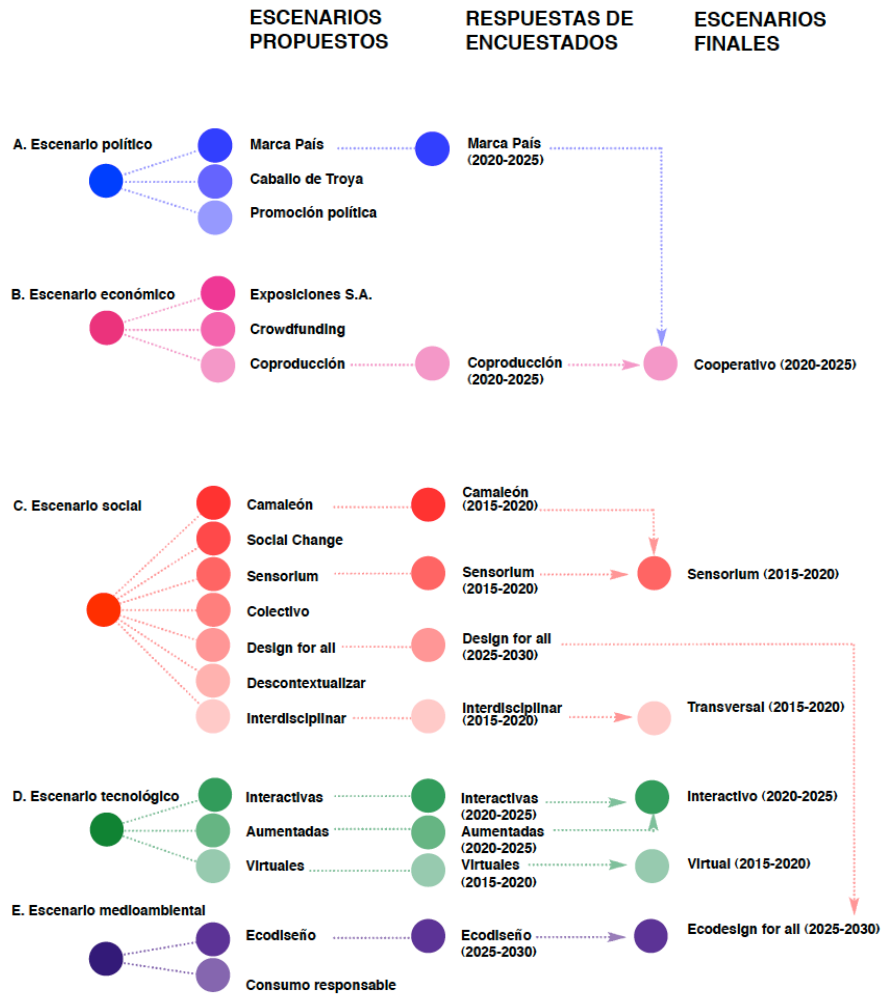


Selección de las 20 tendencias y megatendencias globales más importantes para el periodo 2015-2035, organizadas en función de un estudio PESTEL. Generado a partir de los informes realizados por World Economic Forum, European Environment Agency y National Intelligence Council.

Sobre esta base, el siguiente paso ha sido centrar los conceptos planteados para crear los seis escenarios finales, y analizar en cada uno de ellos, por una parte, las influencias que tendrán las megatendencias globales y, por otra, las repercusiones que generará en el campo del Diseño y en el de los organizadores.

Por último, comprobamos los seis escenarios finales con las respuestas obtenidas sobre los 18 escenarios planteados al inicio de la encuesta, para verificar el grado de acierto o desviación que habíamos tenido.

ESQUEMA DE ESCENARIOS DEL MÉTODO DELPHI



Buscamos hacer una segunda síntesis de escenarios para llegar a la menor cantidad posible. Para eso recurrimos a estudiar informes elaborados por Observatorios de Europa y EE.UU. de distintos temas (medioambiente, economía, migraciones, envejecimiento poblacional, seguridad, nuevas tecnologías...), en este punto nos encontramos con una maraña de tendencias, *megatendencias* y *contratendencias*, tanto de organismos públicos como privados de distintas áreas del conocimiento que dificultaron el trabajo. Pe-

ro, aunque estaban realizados con distintos métodos de prospectiva, encontramos un factor común: el estudio PESTEL, y eso fue lo que nos permitió analizarlos, compararlos y llegar a los seis escenarios finales. En síntesis podemos decir que el resultado obtenido por nuestro estudio coincide, en líneas generales, con los macro estudios analizados y, en la mayoría de los casos, se pudo ver cómo influirán en el mundo de las exposiciones sectores aparentemente muy distantes, en una relación de causa-efecto. Los seis escenarios resultantes de la convergencia de los dos estudios han sido los siguientes:

2015-2020	<i>Virtual Transversal Sensorium</i>
2020-2025	<i>Cooperativo Interactivo</i>
2025-2030	<i>EcoDesign for all</i>

Respecto a los resultados alcanzados en nuestra encuesta, queremos remarcar el nuevo rumbo que tomaron las conclusiones del Método Delphi, donde ha prevalecido el sentido común de la mayoría, hacia cambios mucho más moderados a los planteados, en mayores plazos de tiempo y con una posición más conservadora y realista de lo que preveíamos al inicio de la investigación, una confirmación de la frase que expresa: “*La inteligencia colectiva es mucho más que la suma de individualidades*”.

Fase de Integración

En esta fase, correspondiente al Capítulo 8, describimos las conclusiones generales, los objetivos alcanzados en la investigación y las aportaciones al sector de las exposiciones de Diseño Industrial en España.

Capítulo 8. Conclusiones generales

Los principales objetivos alcanzados con esta investigación han sido:

1. Comprender a través de las exposiciones la evolución de la profesión y los cambios culturales, económicos y tecnológicos de la sociedad española.

2. Demostrar que las exposiciones de Diseño son una herramienta de investigación, un medio de comunicación y un vehículo de promoción cultural, económica y política.

3. Crear una herramienta de prospección para prever las tendencias y los posibles escenarios de futuro en la manera de exponer el Diseño para los próximos 25 años, que, como continuación de este trabajo, aplicaremos a las futuras exposiciones que podamos comisariar.

4. Sistematizar veinte años de gestión cultural en la promoción del Diseño, y en especial de los jóvenes diseñadores, como un aporte personal a la profesión en España.

5. Contribuir a formar un corpus profesional del comisariado y del diseño expositivo del Diseño Español, para cubrir el vacío doctrinal de nuestra especialidad.

6. Confirmar que ante la necesidad de ordenar, sistematizar y buscar una metodología propia para aplicar al campo de las exposiciones de Diseño, el resultado de la tesis ha sido crear las bases para el Museo Virtual del Diseño Español, el Sistema Clasificadorio y la Teoría del Exponer.

7. Realizar un estudio retrospectivo que permita comprender el pasado y el presente del Diseño Español a través de sus exposiciones, con la posibilidad de ampliar, completar y continuar el proyecto con la ayuda de distintas asociaciones, comisarios y diseñadores, ya que requiere de un trabajo colaborativo de distintos colectivos, que es posible realizar mediante las redes sociales. Porque para mirar al futuro hace falta tener una base sólida del pasado, como han hecho otros países europeos, donde el Diseño se ha convertido en un factor estratégico de su cultura y economía, como en Italia, Alemania y Reino Unido, que cuentan con importantes museos para recordar su historia.

8. Dar el primer paso para crear el Museo Virtual del Diseño Español, que luego se podrá materializar en un futuro Museo Nacional de Diseño. Sin duda será una herramienta para potenciar a nuestras empresas y profesionales, necesaria para visualizar el potencial de este sector con exposiciones permanentes y temporales. Ahora tenemos los medios para organizar un Museo Virtual de Diseño Español, como paso previo a la creación de un Museo Nacional de Diseño, que consideramos debería ser la lógica actualización del Museo Nacional de Artes Decorativas (Madrid), como ya ha sucedido con el Museu del Disseny de Barcelona. Si aplicáramos las mismas

conclusiones a las que llegamos para las exposiciones a un futuro Museo de Diseño, este debería ser:

***Virtual y Transversal
Sensorium y Cooperativo
Interactivo y EcoDesign for all***

9. Comprobar que lo que diferencia a un buen comisario no es la naturaleza del espacio en el que opera, sino la capacidad para descubrir y elaborar nuevos discursos, y eso es independiente de si lo hace en un espacio físico o digital. Por eso los futuros comisarios seguramente provengan de plataformas digitales con miles de seguidores en redes sociales que esperan ansiosos su visión.

10. Verificar que los aspectos sociológicos y educativos de las exposiciones de Diseño, forman uno de los tres pilares, junto a las nuevas tecnologías y las formas de gestionar la cultura, donde se asientan las bases teóricas más allá de la museística, del diseño de espacios expositivos o de la propia cultura del diseño.

11. Afirmar que las exposiciones de Diseño van a seguir existiendo, porque son necesarias para que toda la sociedad pueda visualizar, comprender e interiorizar un determinado fenómeno, que ha pasado, que está pasando o que va a pasar. Porque las exposiciones son un medio de comunicación que reúne, organiza y comunica; tres pilares básicos que necesita la sociedad para entender cualquier fenómeno.

12. Entender este proceso de maduración que experimenta la profesión, donde el Diseño ha pasado de ocuparse de la estética de productos y servicios, a tener una posición crítica sobre el consumo de esos productos y servicios; y a defender los valores éticos de la sociedad. Porque concebimos al Diseño como un agente de cambio social, que puede aplicar sus metodologías para transformar a toda la comunidad, no solo en los aspectos vinculados al Diseño como disciplina, sino a todos los estamentos de la sociedad.

