

Apuesta por el diseño

En la década de los ochenta fue una **moda**. Se banalizó tanto que, tras los Juegos Olímpicos de 1992, se utilizó como un **apelativo negativo**. Hoy, las empresas españolas que más lejos llegan lo hacen de la mano del **buen diseño**. Por algo será. Por **Karelia Vázquez**.

¿Quién manda en una empresa? ¿Los números, los gerentes, el consejo de dirección? Según Tom Peters, considerado por *The Economist* "el gurú de los gurús", la dictadura de las cifras ha terminado. Ahora mandan otros: "Esa cosa del diseño, cada vez tiene más valor económico... ¡un grandísimo valor económico!", aseguró recientemente por videoconferencia desde Phoenix (Arizona). Su último libro, que acabó llamándose *Diseño* (Pearson, 2005), anima a las empresas en un tono apocalíptico a sentar al diseñador y al creativo a la derecha del presidente y, si fuera necesario, mandar al resto de los directivos a tomar un café. Peters sostiene que la última fuente de competitividad está en vender "productos *cool* que todo el mundo quiera tener". Para conseguirlo, toda la empresa tiene que estar orientada al diseño. "Es la actitud de Apple y BMW", remata.

MADRID. BARRIO DE CHUECA

A pocos metros de la Gran Vía, en un edificio antiguo protegido por un frontón de acero, se tejen los hilos de *Pocoyo*, uno de los tres programas preescolares más vistos en el Reino Unido. Pocoyo es un niño inquieto que se dispone a conocer mundo. Sus aventuras han cautivado incluso a adolescentes y a adultos, algo que no estaba en los planes de Zinkia, la empresa española que produce la serie. En el Reino Unido, en un solo fin de semana se vendieron 1.800 juguetes de *Pocoyo*, y en un mes, 25.000 DVD, el récord de ventas infantiles en ese país. El *blog* de la serie, publicado originalmente en inglés, es traducido casi simultáneamente al japonés y al árabe por espontáneos seguidores, y en You Tube arrasa el baile de Pocoyo. En este momento, la serie puede verse en cien países, incluido España (se emite en La 2). >



En la sangre

Las creaciones del restaurante El Bulli (a la izquierda) o Camper (a la derecha, un zapato y una de sus últimas tiendas) conjugan la calidad con una estética muy cuidada. El diseño, más que un añadido, forma parte de su identidad.

