

NOTA DE PRENSA

LEXUS DESIGN AWARDS: 'REVOLUCIÓN DE LAS IDEAS' PARA EL FUTURO DEL DISEÑO DE AUTOMÓVILES



Más información: <https://www.lexusauto.es/estilo-lexus-news/lexus-design-awards-revolucion-de-las-ideas-para-el-futuro-del-diseno-de-automoviles/>

Ver galería de imágenes

- Simon Humphries, jefe de diseño global de Toyota y Lexus, ha participado en el jurado del Premio de diseño Lexus, un certamen anual internacional de diseño.
- En palabras de Simon Humphries, "El aspecto más importante del diseño es tener en cuenta los sentimientos del usuario".
- La respuesta a cómo serán los automóviles del futuro radica, sin duda, en cómo respondemos al anhelo humano de moverse con libertad.
- El Premio de diseño Lexus ofrece a todos los participantes igualdad de oportunidades, independientemente de si son profesionales o estudiantes.

- Convencido del poder del diseño, Humphries opina que el sector de la automoción debe adoptar una mentalidad más amplia que nunca respecto a la fabricación de automóviles.

El mundo de la automoción ha cambiado sustancialmente en los últimos años, del mismo modo que los estilos de vida y los valores de las personas se han ido diversificando. ¿Cómo debería responder el diseño de automóviles? Simon Humphries es jefe de diseño global de Toyota y Lexus, y dirige las operaciones de diseño de ambas marcas. Desde 2020, ha participado en el jurado del Premio de diseño Lexus, un certamen anual internacional de diseño. En el contexto de la confusión originada en el mundo a raíz de la pandemia de COVID-19, habla del papel de los diseñadores y de su filosofía personal sobre el diseño.

“EL ASPECTO MÁS IMPORTANTE DEL DISEÑO ES TENER EN CUENTA LOS SENTIMIENTOS DEL USUARIO”

Desde que llegó a la compañía en 1994, Simon Humphries, de origen británico, ha trabajado en una amplia variedad de diseños de vehículos. Actualmente, lidera sus equipos de diseño con ingenio y una gran capacidad de trasladar las ideas a la realidad.

“ En Reino Unido estudié Diseño industrial, así que hasta que entré en la compañía no había trabajado nunca en diseño de automóviles”, recuerda Humphries. “A pesar de mi falta de experiencia, el equipo me acogió con los brazos abiertos por mi experiencia en otros campos. Ese tipo de flexibilidad será central para convertirse en ‘compañía de movilidad’”.

Prosigue explicando su filosofía de diseño: “El aspecto más importante del diseño es tener en cuenta los sentimientos del usuario. Después, tras concebir un diseño que incorpore esas consideraciones, tienes que poder explicarlo claramente y enmarcarlo en una narrativa. Por eso es esencial que los diseñadores tengan habilidades comunicativas. Siempre intento explicar lo que nuestros clientes necesitan, y cómo mi diseño refleja esas necesidades. Si enseñamos un diseño, sea cual sea, a cinco personas distintas, cada uno se centrará en un aspecto diferente. Dicho de otro modo, la comunicación es la clave para transmitir la intención del diseñador.”

“En el estudio de diseño donde trabajaba antes de entrar en la compañía, era el único responsable de explicar el proyecto y de convencer a los clientes, y esa experiencia sigue guiando la forma en que trabajo hoy en día”.

¿CÓMO VA A EVOLUCIONAR EL DISEÑO DE AUTOMÓVILES EN EL FUTURO?

Los diseños que crea Humphries no son simples ilustraciones, sino que contienen palabras y conceptos: “¿Cómo van a ser los automóviles del futuro? La respuesta radica sin duda en cómo respondemos al anhelo humano de moverse con libertad. A diferencia de los animales, cuyos movimientos tienen su origen en necesidades básicas como buscar alimento o refugio, los seres humanos tienen la libertad de seguir su curiosidad e ir en busca de aprendizajes. Por eso, el deseo humano de moverse es muy profundo”, explica.

“Hay quienes temen que, si la conducción automatizada se generaliza, el diseño de los automóviles dejará de tener importancia. Pero yo discrepo; de hecho, creo que será más bien al revés”.

“Ningún usuario quiere lo mismo de su vehículo en todo momento. Por ejemplo, es posible que quieran ir en coche a trabajar por su cuenta; luego, en otro momento, quizás quieran ir de compras con el coche, o de viaje con la familia. Así pues, lo mejor es que el vehículo pueda responder a las necesidades de cada cual de la mejor forma posible”.

Sin embargo, Humphries añade: “Pero el mundo de hoy es distinto del de antes. No se pueden desarrollar vehículos aplicando la misma mentalidad que antes. Visto desde la perspectiva del mercado, el diseño de automóviles necesita una revolución de las ideas”.

“Mucho tiempo atrás, el diseño de los automóviles seguía ‘tendencias’ identificables. Pero eso ya no es así, ahora los consumidores son increíblemente más diversos, y los mercados cambian a gran velocidad. El quid de la cuestión es: ¿con qué velocidad podemos incorporar las necesidades de los usuarios en nuestros productos?”

“LO BUENO DEL PREMIO DE DISEÑO LEXUS ES QUE OFRECE A TODOS LOS PARTICIPANTES IGUALDAD DE OPORTUNIDADES”.

En 2020, Humphries fue designado miembro del jurado del Premio de diseño Lexus, un certamen internacional de diseño organizado por Lexus todos los años desde 2013. El galardón aspira a descubrir, impulsar y apoyar a diseñadores y creadores incipientes que traten de “Diseñar para crear un futuro mejor”.

“Lo bueno del Premio de diseño Lexus es que ofrece a todos los participantes igualdad de oportunidades, independientemente de si son profesionales o estudiantes, o del lugar del mundo donde se encuentren. Hoy en día, los diseñadores profesionales están probando constantemente cosas nuevas para hacerse oír. Este es un premio público, de manera que los diseños ganadores gozan de un amplio reconocimiento, así que es una gran oportunidad para ellos”.

Se selecciona a seis finalistas para el premio entre las propuestas de diseño recibidas de todo el mundo, y todos tienen la oportunidad de desarrollar sus ideas con la orientación de creadores de prestigio mundial durante un periodo de seis meses. Tradicionalmente, el anuncio del ganador final del Gran Premio tiene lugar en una ceremonia especial organizada durante la Semana del Diseño de Milán, en abril. Sin embargo, habida cuenta de la cancelación de la edición de este año, el resultado se anunció en un acto virtual, en el que también se presentó el trabajo de los seis finalistas.

Humphries comenta: "Para los finalistas, tiene que haber sido una experiencia difícil. Sin embargo, a menudo un momento de crisis puede despertar la creatividad". Para ilustrar ese extremo, se refiere a la experiencia de los abuelos: "Durante los recientes confinamientos, los abuelos se pasaron mucho tiempo sin poder ver a sus seres queridos. Cuando me enteré de lo que estaba pasando, me pregunté si alguien podía desarrollar aplicaciones móviles que, por ejemplo, aprovecharan el uso de sensores táctiles para que, al tocar las imágenes de personas en tu tableta, sintieras como si realmente estuvieras acariciándoles la cara en la pantalla. Ese tipo de ideas novedosas para satisfacer los deseos de la gente, es lo que necesitamos ahora. En lo que se refiere a los automóviles, pasa lo mismo: es vital que no nos centremos demasiado en los coches del pasado. Estamos entrando en una nueva era en la que tenemos que dejar atrás las nociones preconcebidas –como que un coche sea simplemente un medio de transporte– y avanzar hacia un futuro más innovador".

Según Humphries, el sector de la automoción debe adoptar una mentalidad más amplia que nunca respecto a la fabricación de automóviles. Está convencido del poder del diseño, y su convicción está inspirando a otros a hacer lo mismo.

Acerca de Lexus

Lanzada en 1989, Lexus se ha convertido en una marca de referencia en todo el mundo por su búsqueda de la perfección, la excelente calidad de sus productos y una tecnología muy sofisticada como es la tecnología Lexus Hybrid Drive y por su concepto único de servicio al cliente excepcional. Reforzando aún más los valores tradicionales de Lexus como son su incomparable calidad de fabricación, lujo interior y tecnología de última generación, la filosofía de diseño L-finesse, que representa un factor muy importante en el posicionamiento de Lexus como una marca global única y deseable.

Hoy en día, Lexus sigue siendo el primer -y único- fabricante de automóviles Premium del mundo en ofrecer una gama completa de vehículos híbridos que comprende la gama de modelos CT 200h, IS 300h, RC 300h, NX 300h, RX 450h, LC 500h y los nuevos LS 500h, RX 450h L, ES 300h, UX 250h y UX 300e. En España la gama híbrida de Lexus ya representa el 100% de las ventas totales de la marca.