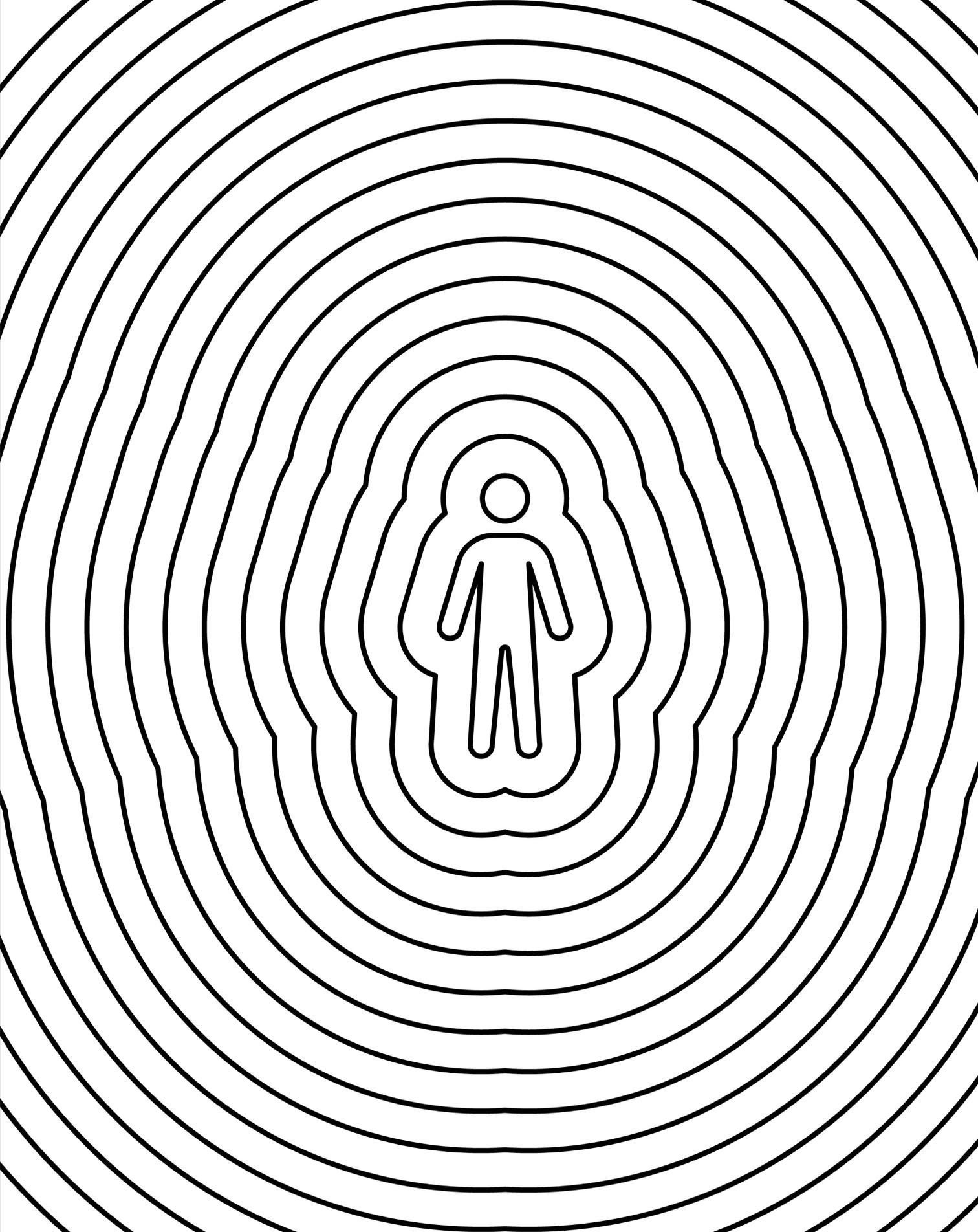


INVESTIGACIÓN

**DISEÑO PARA EL CAMBIO O LA INNOVACIÓN SOCIAL:
ANTECEDENTES Y POSTURAS.
UNA PERSPECTIVA DE DISEÑO SOCIAL APLICADA
A PROYECTOS DE CÁTEDRA EN LA ESCUELA DE
COMUNICACIÓN MÓNICA HERRERA**

Marisela Ávalos



DISEÑO PARA EL CAMBIO O LA INNOVACIÓN SOCIAL: ANTECEDENTES Y POSTURAS. UNA PERSPECTIVA DE DISEÑO SOCIAL APLICADA A PROYECTOS DE CÁTEDRA EN LA ESCUELA DE COMUNICACIÓN MÓNICA HERRERA

AUTORA: Marisela Ávalos ¹
mavalos@monicaherrera.edu.sv

Fecha de recepción: 13/12/19

Fecha de aprobación: 23/01/20

Resumen

Este artículo tiene como objetivo exponer diversas perspectivas y posturas que determinan el diseño social desde su concepción hasta la definición de una profesión centrada en lo humano y enfocada en actuar sobre diversas problemáticas que aquejan a la sociedad. El escrito se ha estructurado en tres partes. La primera aborda, desde un punto de vista histórico, la evolución del diseño social a través de diversos movimientos, autores y referencias. En la segunda se hace una propuesta de diferentes conceptos sobre diseño social planteados por autores referentes para contrastar diversas posturas y perspectivas. En la tercera parte se hace una recopilación de cómo estas posturas se aplican a la formación del diseñador estratégico de la Escuela de Comunicación Mónica Herrera, a partir de la

visualización de proyectos de estudiantes de la cátedra de Estudio Independiente y Proyectos de Graduación. Para finalizar, se plantean una serie de conclusiones y recomendaciones.

Palabras clave: Diseño social, diseño estratégico, proyectos de cátedra, Escuela de Comunicación Mónica Herrera.

Abstract

This article aims to expose various perspectives which define social design, from its conception, to the definition of a profession focused on the human being and the problems which afflict society. The article is structured in three parts: the first one addresses, from a historical point of view, the evolution of social design, through various movements, authors and design references. In the second part, different definitions on social design from different authors are exposed, in order to contrast their various positions and perspectives. The third part, is a compilation of how these positions are applied to a Strategic Designer's training, at Mónica Herrera School of Communications. This can be visualized throughout the different assignment projects from Independent Study Course and Graduate Projects, which include a social design perspective. Finally, a series of conclusions and recommendations are presented.

Key words: Social Design, Strategic Design, Course Assignment Projects, Mónica Herrera Communications School.

¹ Directora de la Licenciatura en Diseño Estratégico de la Escuela de Comunicación Mónica Herrera, de la que también es catedrática. Tiene una Licenciatura en Diseño Gráfico de la Universidad Dr. José Matías Delgado de El Salvador, una Maestría en Diseño Gráfico de la University of Illinois at Chicago como becaria Fulbright y una Maestría en Diseño Gráfico y Nuevas Tecnologías de la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona y la Universidad Don Bosco de El Salvador. Cuenta con una especialización internacional en Diseño Estratégico y una especialización en procesos de innovación de IED, Barcelona. Se ha desempeñado como docente desde el año 1996 y ha trabajado en el área académica, co-creando programas de estudio para las licenciaturas de Diseño Gráfico y Diseño Estratégico. Su área de experticia se centra en proyectos en el diseño editorial de libros de lujo, diseño de identidad corporativa y diseño de programas señaléticos. Desde el 2010, es miembro del equipo asesor por El Salvador de la Bienal Iberoamericana de Diseño y del comité rector del Encuentro BID de Enseñanza del Diseño con sede en Madrid, España.

I. Antecedentes

“El diseño social pretende resolver –como fin último– problemas de una comunidad en su conjunto. Busca no solo la innovación social sobre un problema determinado en el presente, sino la extrapolación gradual de las experiencias hacia el resto del colectivo y hacia el futuro, mejorando globalmente la calidad de vida de los ciudadanos o, en otras palabras, produciendo impacto social. El centro de la innovación, en este caso, es la realidad social y el destinatario último es la sociedad” (Barzola, 2018)

Desde pequeña creí que debía aportar a la sociedad desde una perspectiva más humana y social. Pensaba en lo fácil que lo tienen los médicos que salvan vidas, y siempre quise hacer algo similar, aunque pareciera una utopía. Pero Dios me permitió poder hacerlo desde otra trinchera: la educación. La educación en el diseño. Siempre pienso en la gran responsabilidad que tenemos los diseñadores, no solo de enseñar lo que debemos enseñar de nuestra profesión, sino de enseñar a los futuros líderes sobre la importancia de “para quién estamos diseñando”, “a dónde irá a parar nuestro diseño”, “cuáles son las consecuencias y el impacto de nuestro quehacer”, y que el diseño debe dejar de ser algo superficial para convertirse en una herramienta poderosa de cambios. Moholy-Nagy, representante innegable de la utopía de la Bauhaus, nos sirve de ejemplo desde su intensa curiosidad, su flexibilidad para desplazarse entre los medios artísticos, su transitar entre los límites del arte y el diseño y, sobre todo, su convicción de que los seres humanos poseen pozos profundos de energía creativa que se puede utilizar para transformarse ellos mismos y a sus culturas (Margolin, 2017). Desde su trinchera del arte y la educación, Moholy-Nagy siempre buscó contribuir a una sociedad más igualitaria y humana a partir de su quehacer, sus valores y acciones.

Esta investigación abordará la importancia del diseño como una contribución al bien común y el cambio social; para ello se hará un recorrido por diversas definiciones de lo que implica el “diseño social” y de cómo, a través del tiempo, las interpretaciones del diseño como algo “superfluo y estético” han ido

transformándose hacia un mundo más amplio de soluciones a problemáticas complejas del entorno.

Uno de los fines primordiales de esta investigación es indagar si los planteamientos de diseño para el cambio social, desde la perspectiva de los diversos autores y movimientos que se definirán en los antecedentes, han logrado permear en las ideas y proyectos de estudiantes de la carrera de Diseño Estratégico de la Escuela de Comunicación Mónica Herrera, a partir de la inclusión de este concepto en las asignaturas e instancias pedagógicas.

Desde hace algunos años se ha visto al diseño intervenir en la mejora social desde un enfoque más profesional y menos empírico, determinado por las circunstancias y necesidades recientes que incluyen desastres medioambientales, colapsos económicos y desigualdad social. El amplio espectro en el que un diseñador puede incidir se vuelve infinito y las perspectivas de solucionar problemas de contextos específicos se vuelve una hazaña. Junto a un equipo interdisciplinario, el diseñador puede gestionar nuevas formas de abordar un problema y a la vez afrontar nuevas necesidades a los problemas que van surgiendo en la marcha. Es difícil plantear una sola postura y definición sobre el “diseño para el cambio social”, sin embargo hay que entender que los cambios de paradigma del diseño y sus diversos enfoques en las últimas décadas han ido moldeando lo que ahora conocemos como diseño social y que, como Richard Buchanan (1999) enfatizaba en su oportunidad, “para ser eficaz, el diseño debe servir a la humanidad, no a la expresión personal. El diseñador debe tener en cuenta componentes psicológicos, artísticos, sociales y económicos, y debe emplear más conocimiento y menos intuición en sus trabajos”.

Antes de entrar a una definición acotada y actual sobre el diseño para el cambio social, creo pertinente hacer un recorrido breve por la reciente historia del diseño y destacar algunos autores, movimientos y pensamientos que ayuden a perfilar los antecedentes de esta investigación y el enfoque de la misma, y enfatizar sobre la constante búsqueda por producir diseños para el bien común y bienestar de las sociedades.

1.1 Movimientos de finales del siglo XIX y principios del siglo XX

a) El Arts and Crafts, el movimiento de la utopía de Ruskin y Morris

En Inglaterra, a finales del siglo XIX, se gestó el movimiento Arts and Crafts (artes y oficios), el cual buscaba elevar el valor de la artesanía sobre lo producido industrialmente, reestableciendo la adhesión al trabajo manual y destacando la función social del arte. John Ruskin, escritor y artista, inspiró la filosofía del movimiento, insistiendo en la unión del arte con el trabajo para servicio de la sociedad. La industrialización separó el arte de la sociedad, dando lugar al declive de la creatividad, la deshumanización y desmoralización de las condiciones laborales, que a la vez eran monótonas y carecían de expresión artística y de autonomía. En su publicación *Unto this Last: Four Essays on the Principles of Political Economy*, Ruskin describió a la sociedad industrial británica como una fuerza destructiva que estaba llevando a la clase trabajadora a hundirse más en la pobreza y la depresión.

A partir de la filosofía del arte, Ruskin se preocupó por la justicia social, abogando por mejores viviendas para los trabajadores industriales, un sistema de educación nacional y beneficios de retiro para los de avanzada edad (Meggs, 1998). Desde ese entonces, el interés social de los artistas y diseñadores por la mejora de la calidad de los entornos laborales y de los derechos de los trabajadores, desde la perspectiva del arte y el diseño, se vio manifestada.

Inspirado en la teoría de Ruskin, William Morris se convirtió en el líder de este movimiento, junto a Walter Crane y Lewis Day, desarrollando una tendencia a destinar el arte y la artesanía no solo a una élite, sino también a un sector más amplio de la población. Los arquitectos procuraron hacer “arte comunitario” para integrar la arquitectura y las artes visuales a la sociedad (Fernández, 2008). Morris demandaba una reconsideración de los propósitos, valorar la naturaleza de los materiales y métodos de producción, así como las manifestaciones individuales tanto del diseñador como del trabajador (Meggs, 2016). Morris,

a pesar de venir de una familia acomodada, siempre veló por integrar los derechos de los trabajadores a sus proyectos y por integrar el arte a un lenguaje igualitario, evitando las ideas mercantilistas y abogando por el arte hecho “por las personas para las personas, y por la felicidad tanto para el hacedor como para el usuario.” Como consecuencia, él y otros diseñadores se convirtieron en artesanos, diseñadores y productores de textiles, tapices, libros, mobiliario, haciéndose cargo de todo el proceso desde la concepción, el diseño y proceso de producción.

Como crítico de la industrialización, Morris encontraba inspiración en la naturaleza y los productos que realizaba marcaron una gran diferencia entre los producidos industrialmente de menor calidad. Las consecuencias de la industrialización marcaron el quehacer de los diseñadores y artistas de la época, quienes liderados por Morris buscaron en el arte y el diseño un oasis para que los trabajadores pudieran impregnar con creatividad y orgullo las piezas que diseñaban y producían. Tal como Ruskin lo visualizó, el trabajo creativo, que canalizaba las capacidades intelectuales y físicas, era la base saludable para una sociedad verdaderamente satisfactoria, llamando a líderes empresariales a asumir la responsabilidad de sus trabajadores al “moldear el mercado” con menos productos bien hechos que fueran diseñados para perdurar en el tiempo (Lesso, 2019).

Entre sus escritos, Morris nos presenta su famosa obra *News from Nowhere*, un testamento ético-político en el que se condensan las principales ideas y proyectos sociales que mantuvo a lo largo de su existencia. Sin embargo, su ideal de una sociedad equiparada, basada en la pertenencia compartida, el intercambio y el desarrollo de oportunidades para todos, se contradecía con los productos de lujo que se producían en sus talleres, los cuales eran accesibles a círculos reducidos de entusiastas acaudalados amantes del arte y, por ende, inaccesible a las masas a las que Morris deseaba impactar.

Las ideas de Morris se expandieron en Europa y en especial en Holanda, donde arquitectos, diseñadores y artistas como H. P. Berlage trajeron a colación la función social del arte y la arquitectura. Berlage diseñó, por ejemplo, una calefacción central, la cual generaría un

cambio total en toda la vida social: “una vida de todos para todos”. Se trataba de una gran chimenea familiar donde ardería un gran fuego que irradiaría su calor a cada punto de la ciudad (igual que el corazón en el cuerpo humano) (Fernández, 2008). Las ideas que rodeaban a estos diseñadores de este tiempo incluían la importancia del derecho a votar, el de las viviendas populares y la necesidad de que las municipalidades asumieran la dirección de las compañías privadas.

Durante las décadas de 1880 y 1890, el movimiento de las artes y oficios fue defendido por cierto número de sociedades y gremios que buscaban establecer comunidades artísticas democráticas, unidas por el bien común, que iban desde cooperativas de exhibición hasta comunidades basadas en los ideales sociales y religiosos (Meggs, 1998). Esto demuestra el constante deseo por mejorar la calidad de vida de las personas a partir de la exaltación del arte y el diseño, democratizando el acceso de piezas diseñadas “del pueblo y para el pueblo”, elevando la moral de la clase obrera sumergida en una sociedad industrializada y desmoralizada. Puede que esto último no se haya logrado en su totalidad, pero la reflexión sobre la importancia de tener mejores condiciones de trabajo, la exaltación del proceso creativo y la atención a los detalles en el diseño y en la producción de objetos de uso cotidiano permitieron a este movimiento posicionarse como uno de impacto social.

b) Los ideales de la vanguardia artística del siglo XX

Las primeras dos décadas del siglo XX fueron años de cambios extraordinarios que alteraron radicalmente la vida social, política, económica y cultural en países de Europa. Se gestaron movimientos y líneas de pensamiento impulsados por artistas inquietos por definir una función social del arte y cómo desde sus ideales podrían dotar al arte con el poder para transformar la cultura (Margolin, 2017). Surgieron los denominados movimientos de vanguardia: el cubismo, el futurismo, el dadá, el surrealismo, la escuela de Stijl, el suprematismo y el constructivismo ruso, cuyos ideales y manifestaciones tuvieron un impacto directo sobre el lenguaje gráfico de la forma y la comunicación visual de este siglo (Meggs, 1998). Artistas como Marinetti con su manifiesto futurista en contra de la

guerra, los collage dadaístas y las expresiones gráficas que definieron la comunicación visual del siglo XX son contribuciones válidas de los nuevos intereses del arte y el incipiente mundo del diseño.

Estos movimientos artísticos perfilaron una nueva perspectiva disruptiva que dejó huella y abrió nuevos horizontes para el desarrollo del diseño y sus diversas manifestaciones. Artistas inconformes con el statu quo plantearon nuevas maneras de expresión como poesías tipográficas, el collage de protesta y lo absurdo, la crítica a la industrialización y la guerra y la creación de un nuevo lenguaje visual opuesto al arte al que se estaba acostumbrado. Algunos de estos artistas asumieron fuertes convicciones políticas y revolucionarias y orientaron gran parte de sus actividades artísticas hacia la comunicación visual para elevar la conciencia pública y promover el cambio social (Meggs, 1998).

Es en este momento que, según Calvera (2005), aparecen los primeros diseñadores de producto como Peter Behrens; la enseñanza razonada de las artes no llegó a su máxima sistematización hasta la década de los años veinte con la fundación de la Bauhaus en Alemania, la cual venía a unirse a los cursos sobre diseño que ya se impartían desde 1902 en Inglaterra.

1.2 El diseño social desde la perspectiva académica: la Bauhaus y la escuela de Ulm

a) La Bauhaus y el diseño social

“Entenderemos diseño como la organización de procesos intuitivos racionales y operativos que integran requisitos técnicos, sociales, económicos, necesidades biológicas, materiales, forma, color, etc., para el acto de crear objetos de uso diario y comunicar ideas”
(Lazlo Moholy-Nagy)

Das Staatliches Bauhaus, como la denominó Walter Gropius, abrió sus puertas el 12 de abril de 1919, posterior a la Primera Guerra Mundial, en un momento de efervescencia en Alemania, en el que se buscaba un nuevo orden. Considerada como la influencia más grande en las bases metodológicas de la educación

del diseño en el siglo XX, la Bauhaus y la ambición de sus miembros era crear un nuevo propósito social para el arte, uno que asegurara al artista un papel importante en la organización y la construcción de la vida social.

Los profesores que participaron activamente con aportes novedosos han recibido el reconocimiento internacional, entre ellos Wassily Kandinsky, Lyonel Feininger, Paul Klee, Moholy-Nagy, Walter Gropius, Mies van der Rohe o Marcel Breuer, entre los más destacados. El sistema pedagógico de la escuela partía con el curso preliminar y la enseñanza aplicada en talleres instaurados por Johannes Itten, László Moholy-Nagy o Josef Albers, mismo que ha sido adoptado en multitud de escuelas en todo el mundo. Los productos diseñados en este periodo han llegado a identificarse como "estilo Bauhaus", respondiendo a un diseño estilizado, funcional y moderno.

Gropius, el primer director de la Bauhaus, buscaba una nueva unidad entre el arte y la tecnología, reconociendo las raíces comunes tanto de las bellas artes como de las artes aplicadas, ya que él se adhirió a la generación de artistas con el fin de resolver problemas de diseño visual creados por el industrialismo (Meggs, 1998). Mucho se ha escrito sobre la visión utópica de la Bauhaus y el querer, a partir del arte, la arquitectura y el diseño, transformar las sociedades y mejorar la calidad de vida de las personas. En su manifiesto publicado en los periódicos alemanes, se estableció una nueva filosofía: los arquitectos, pintores y escultores deben estudiar de nuevo el carácter compositivo del edificio como una entidad. El artista es un artesano enaltecido. En los escasos momentos de inspiración, la gracia divina motivará que su trabajo florezca como arte, trascendiendo su voluntad consciente (Meggs, 1998). Nuevamente, el arte y el trabajo del artesano se exaltaban y definían una labor casi perfecta. El primer manifiesto de la Bauhaus cerraba con la siguiente frase: "Esforcémonos por concebir y crear el nuevo edificio del futuro que unirá cada disciplina, arquitectura, escultura y pintura, y que algún día se elevará al cielo de los millones de manos de artesanos como un claro símbolo de una nueva creencia por venir" (Sachs, 2018).

La Bauhaus evolucionó desde una visión más bien utópica en sus inicios a enfrentar realidades desde los ámbitos políticos, sociales y económicos en el periodo entre guerras, potenciando el trabajo interdisciplinario entre los estudiantes y trabajando con diversos materiales y técnicas en la fabricación de lámparas, jarras, teteras, candelabros, mobiliario y la utilización de recursos y técnicas como cerámica, textiles y metal. Los diseños funcionales con escasa ornamentación fueron el rasgo principal de sus productos, en el que también se buscaba enaltecer el valor del arte y dar sentido a la "buena forma", la "calidad" y el "sentido práctico". Desde la perspectiva arquitectónica, el diseño de casas de bajo costo en la colonia Törten, obra de Walter Gropius y promovida por el ayuntamiento, fue un ejemplo concreto. Construida entre 1926 y 1928, se llevó a cabo en tres etapas y de ella surgieron 316 viviendas con las que el ayuntamiento esperaba una ayuda rápida para resolver el problema de la escasez de viviendas sociales. Gropius perseguía el objetivo programático de "bajar el precio de los alquileres de las viviendas mediante la aplicación de todas las formas de racionalización posibles"; y con la implementación de la misma, a Gropius se le dio la primera oportunidad de poner a prueba, empíricamente y a gran escala, sus ideas sobre la construcción racionalizada y estandarizada de viviendas.

Un segundo periodo crucial en esta escuela se dio bajo la dirección de Hannes Meyer, etapa que se desarrolla de 1928 a 1930. Es en esta fase que el enfoque de responsabilidad social vuelve a cobrar vigencia, y muchos proyectos arquitectónicos y de producto toman un rumbo diferente al de la experimentación y producción en masa.

Por su parte, el húngaro Lazlo Moholy-Nagy, influenciado por la vanguardia de principios de siglo, significó un gran aporte a la escuela con sus ideas sobre el rol de los artistas, quienes debían convertirse en diseñadores y, a partir de la especialización y experimentación, responder a las necesidades humanas. Desde su visión apasionada por la igualdad social y a pesar de su utilización de terminología política izquierdista para caracterizar la sociedad del futuro, nunca se unió ni al partido socialista de Alemania, Inglaterra o los Estados Unidos, tal vez

porque su defensa de una cultura colectiva fue siempre paralela a su creencia en la primacía del individuo como un actor social (Margolin, 2017). Moholy-Nagy tenía tres creencias que animaron su práctica como diseñador:

- Los artistas pertenecen a la vanguardia del cambio social y deben esforzarse por hacer visibles las características de una sociedad utópica a través de la práctica material.
- El arte no es una práctica discursiva aislada en su propio terreno estético.
- Las formas e imágenes podrían basarse en una percepción universal compartida.

Gropius y Moholy-Nagy comprendían “lo social” como una dimensión que el diseño debía abarcar mediante la fabricación en serie de productos que enriquecieran la vida cotidiana, fundamentalmente el entorno del proletariado. En la Bauhaus se le otorgaba al diseño el rol liberador del hombre, de sus necesidades materiales, mediante la formulación de objetos estandarizados, económicamente accesibles (Caló, 2012). “Casas y objetos de uso doméstico corresponden a las necesidades de la masa, su producción es más objeto del raciocinio que del sentimiento” (Gropius, citado por Bonsiepe, 1978, p. 140). El objetivo de la actividad proyectual de la Bauhaus era el de crear productos que tuviesen un alto grado de funcionalidad tomando en consideración el problema de “las necesidades de las masas” y entendiendo la funcionalidad bajo dos aspectos importantes a la hora de diseñar: diseñar objetos tomando en cuenta aspectos de producción industrial (técnica, realización y materias primas) y las condiciones sociales (como por ejemplo las necesidades de la mayoría de la población y los requerimientos de la planificación social) (Caló, 2012).

La Bauhaus ha marcado profundamente el mundo académico y profesional del diseño a nivel mundial; a cien años de su fundación, sus enseñanzas siguen vigentes como un marco de referencia que ha permeado en varias generaciones. La racionalización de la producción industrial originada en la Bauhaus se continuó en la escuela de Ulm, como veremos a continuación.

b) Escuela de Ulm

Años más tarde, en 1953, surge la Hochschule für Gestaltung (HfG) de Ulm, fundada por Otl Aicher, Inge Aicher-Scholl y Max Bill. Una escuela que influyó en la educación del diseño y el diseño de productos industriales. Desde sus inicios, la escuela que dirigió Max Bill se planteó un programa de estudios que seguía el modelo de la Bauhaus, acentuando una estrecha relación entre diseño y tecnología por medio de la inclusión de materias científicas. Bajo la dirección de Tomás Maldonado en 1956, se modificó por completo la estructura que había implementado Bill, aboliendo los talleres artesanales para orientar la educación hacia procesos científicos y tecnológicos para la producción en masa. En Ulm es donde comenzamos a ver el diseño funcionalista basado en estudios analíticos, tratando de darle un giro de acuerdo con el científicismo del proyecto moderno.

La escuela de Ulm separó completamente la profesión del diseñador del mundo del arte, tal como se había venido integrando anteriormente, y creó el binomio industria-tecnología, enfatizando en la funcionalidad y practicidad de cada proyecto en cuestión y de los objetos mismos. Aquí se desarrollaron las primeras metodologías de diseño y la integración de una labor interdisciplinaria destinada a apoyar a la industria. Entre las asignaturas que se impartían se encontraba la ergonomía, las ciencias sociales, la investigación operacional y la tecnología como apoyo para el desarrollo de proyectos. Podemos decir que la escuela de Ulm introdujo conceptos y metodologías que se utilizaron para desarrollar proyectos para la industria, que ahora cobran relevancia en el desarrollo de soluciones para el diseño social desde una perspectiva proyectual, integrando diversas disciplinas y ciencias sociales, tal y como fue planteado en esta escuela de vanguardia.

Uno de los pilares ideológicos de la escuela de Ulm fue el compromiso que se transfirió a la propuesta pedagógica: el futuro diseñador debía asumir la responsabilidad que le compete frente a la sociedad, orientarse en los rasgos de una nueva cultura industrial, rechazando -según sus docentes- el conformismo burgués. Y debía conocer el mundo para transformarlo intencionalmente a través

del diseño fundamentado científicamente, tendiente al mejoramiento colectivo, dado que, al cambiar el entorno físico del hombre, se transforma la sociedad y su cultura material (Bozzano, 1998).

Los compromisos asumidos por directores y docentes como Tomás Maldonado y Gui Bonsiepe se traducen a una vocación de cambio social que ellos denominarán “la función irritante del diseño”. Para Maldonado, el diseño industrial significaba “una fuerza productiva que contribuye a la organización (y por lo tanto a la socialización) de las demás fuerzas productivas con las que entra en contacto” y “emerge como fenómeno social total” (Maldonado, 1993, pp. 16-17; citado por Caló, J., 2012). En ese sentido, Bonsiepe señala que el carácter instrumental del diseño industrial es considerado como una fuerza productiva en tanto permite un incremento de la productividad, vinculando al diseño con la estructura material de la sociedad (Bonsiepe, 1978, p. 22). El diseño, a su vez, es parte de un proceso más amplio de cambio tecnológico, el cual está relacionado directamente con el cambio social. En este contexto, el cambio social implica una transformación en las formas, estructuras, niveles perceptuales, sociales y culturales.

Algunos de los productos de enorme impacto en el mundo de las artes gráficas de esa época salieron de los laboratorios de la escuela de Ulm. Otl Aicher desarrolló en sus clases de Construcción Visual ejercicios tan importantes como el logotipo de Braun, el de Lufthansa y la mascota de los juegos olímpicos de Múnich 1972. La relación con la empresa fue uno de los pilares fundamentales de esta escuela, desarrollando no solo marcas sino prototipos de productos con alumnos de años avanzados de la escuela, guiados por el profesor Hans Gugelot. La importancia de la dimensión social del diseño se abordó como objetivo central, a la vez que “se pretendía buscar el perfeccionamiento técnico, organizado y planificador, en donde el enfoque analítico y la historia ocuparán un lugar importante. Se explicita la necesidad de llenar un vacío existente entre ‘inteligencia y cultura’, de colaborar con la industria creando productos útiles para la sociedad, de asumir un compromiso tendiente a enriquecer la vida cotidiana” (Bozzano, 1998, p. 11; citado por Caló, 2012). Si bien la escuela de Ulm

atravesó distintos períodos, entre los objetivos más estables se encontraba atender a las necesidades reales de la sociedad y formar diseñadores conscientes de las implicancias culturales y sociales de sus trabajos, con conocimientos científicos y tecnológicos que atendieran a las “necesidades efectivas” (Bonsiepe, 1978, p. 20).

Al igual que la Bauhaus, la escuela de Ulm fue un proyecto incómodo para el estado, por lo que fue difícil que prevaleciera en el tiempo. Sus fundadores tuvieron desavenencias en cuanto al concepto pedagógico y esto supuso el cierre de la escuela en 1968. A pesar de su desaparición, su huella fue crucial para el futuro del diseño: movimientos como el pop, la psicodelia y el futurismo utilizaron sus códigos visuales.

1.3 Diseño social en los años sesenta

Luego de la reconstrucción de la postguerra, un nuevo hito en el desarrollo del diseño social se empieza a gestar. Esta década marca un momento importante de la historia, pues más y más diseñadores empiezan a desvelar el rol transformador del diseño desde una postura más tangible a través de escritos, manifiestos y congresos alrededor del mundo para cuestionar lo que el diseño representaba en esos momentos y formular propuestas osadas para la época.

A mediados de los años sesenta, diseñadores y arquitectos, como el estadounidense Richard Buckminster Fuller, se preocupaban del impacto que el diseño debe tener y sobre el rol del diseñador: el diseño podía resolver los problemas del mundo si se preocupara por los problemas reales, más que de los deseos y falsos sueños de los productores capitalistas y sus “sirvientes” (Whiteley, 1993). Buckminster Fuller –diseñador, autor, inventor, futurista y alguien muy crítico y propositivo– estaba convencido de que una parte vital para que el mundo funcionara de manera correcta se centraba en el diseño y su iniciativa de invención, y no en una responsabilidad política. Proponía una “revolución del diseño” conducida por estudiantes de todo el mundo, con el auspicio de universidades y con el apoyo de juntas de acreditación profesional y comités visitantes de las áreas científicas, arquitectura, ingeniería (Whiteley, 1993). Aunque

esto parecía descabellado en los años sesenta, es una idea brillante para nuestros tiempos, dado que la colaboración en equipos multidisciplinarios es lo común en procesos de diseño centrados en el usuario en la actualidad. El rasgo que llama la atención es el de involucrar a los estudiantes y las universidades como entes auspiciadores y rectores del proceso de la revolución del diseño, es algo que no deja de sorprender. Hay que destacar la valentía de los textos de Buckminster Fuller y la clarividencia de sus ideas que hace que frases como la que sigue continúen teniendo sentido en la actualidad: “La cuestión de la ecología como una prioridad de base social pide que el diseño y la planificación consideren la sostenibilidad y la justicia social como condiciones recíprocas, que salvar el planeta y salvar la comunidad se conviertan en uno, sean inseparables” (Pelta, 2011).

Los sesenta fue denominada como “la década de la ciencia del diseño” por Fuller, quien llamaba a la “revolución de la ciencia del diseño” basado en la ciencia, la tecnología y el racionalismo para sobrellevar los problemas humanos y medio ambientales, que él creía no se podían resolver por la política o la economía (Cross, 2001).

Por otro lado, los editores de la revista *The Designer*, que posteriormente se convertiría en el *Chartered Society of Designers (CSD)* en el Reino Unido, mostraban su preocupación por el quehacer del diseño y escribieron: los diseñadores deber ser más abiertos y ponderar la relación del diseño y la sociedad, su rol y propósito. Lo que está en juego es nada menos que la calidad de vida en sí misma; no en cien años, sino en veinte, diez, dos años. ¡Ahora! (Whiteley, 1993).

1.4 Papanek, punto de quiebre para el diseño y la conciencia social

Aunque no muy querido por sus colegas por su capacidad de incomodar con temas directamente relacionados con el quehacer ético y social del diseño, Víctor Papanek –diseñador, antropólogo, escritor y profesor, nacido en Viena y radicado en Estados Unidos desde 1939– marcó un hito con su polémica obra *Design for the Real World. Human Ecology and Social Change*. En ella criticó a sus colegas diseñadores,

acusándoles de realizar un trabajo de mala calidad, de estar demasiado preocupados por cuestiones estilísticas, de malgastar los recursos naturales y de olvidar sus responsabilidades sociales y morales. O, como él mismo dijo: “Hoy, el diseño (industrial) ha colocado el asesinato en las bases de la producción en serie. Al diseñar automóviles criminalmente inseguros que matan o mutilan a casi un millón de personas de todo el mundo cada año, al crear nuevas especies completas de basura permanente que abarrotan el paisaje y al elegir materiales y procesos que contaminan el aire que respiramos, los diseñadores se han convertido en una raza peligrosa” (Pelta, 2011).

En su libro, dedicó un capítulo completo al diseño y el medio ambiente, en el que señaló que los diseñadores industriales, la industria y los gobiernos debían determinar el daño ecológico y social que se estaba causando a nuestras comunidades e indicó que la intervención de los profesionales del diseño tenía que ser modesta, mínima y dotada de sensibilidad, así como respetuosa con el contexto social. En la segunda edición (1984), Papanek planteó cuestiones que hoy en día nos siguen preocupando: las desastrosas consecuencias del exceso de embalaje, la creciente obsolescencia tecnológica y el papel que podían desempeñar los diseñadores gracias a que, por su capacitación, a menudo asumían posiciones clave, pues hablaban los lenguajes de diversas disciplinas y podían ayudar tanto a nivel local como internacional (Pelta, 2011).

Papanek, un inquisidor de la profesión, se alejaba en el planteamiento de sus ideas del modelo basado en el consumo, poniendo en evidencia lo necesario que era el compromiso de los diseñadores con la búsqueda de mejoras en las condiciones de vida de las personas (Aguirre Ramos, 2018). Papanek enfrenta a los diseñadores socialmente responsables contra un mercado comercial que lucha por mantener la creación de productos excesivos e inútiles, probablemente uno de los problemas que seguirá vigente por mucho tiempo, si no se concientiza duramente sobre las consecuencias que esto atrae. Mediante la dura crítica a la economía de mercado, él limita las opciones de un diseñador social argumentado que los diseñadores socialmente responsables deben organizar sus propias

intervenciones fuera del mercado convencional (Margolin, 2012). Si bien esta visión limita al diseñador a actuar en un determinado campo, es deber del diseñador entender los procesos de producción y el impacto en lo social, económico y medio ambiental de sus soluciones.

En 1995, Papanek publicó *The Green Imperative. Ecology and Ethics in Design and Architecture*. En él distinguió entre las competencias de los diseñadores, la de anticipar las consecuencias medioambientales, ecológicas, económicas y políticas de la intervención de diseño, y destacó que los diseñadores debían ser extremadamente cuidadosos con lo que diseñaban y por qué lo hacían. Papanek insistió en llamar la atención de la comunidad del diseño con mensajes categóricos y propuestas de lo que el diseño debe ser y hacer: “El diseño debe convertirse en una herramienta innovadora, altamente creativa, multidisciplinar, que responda a las verdaderas necesidades de la sociedad” (Papanek, 1984). Reiteradas veces expresó que si no aprendemos a preservar y conservar los recursos de la Tierra, y cambiar un patrón más básico de consumo, fabricación y reciclaje, no tendremos futuro (Papanek, 1995). Los pensamientos y preocupaciones ambientales y sociales a causa del crecimiento económico insostenible planteadas por Papanek siguen vigentes dos décadas más tarde. De igual forma, este visionario creía en el diseño como una actividad significativa y un puente entre las necesidades humanas, la cultura y la ecología, y estableció junto a otras iniciativas como el Club de Roma las bases de una corriente de pensamiento social del diseño, que buscaba alternativas para lograr la transición hacia un modelo de desarrollo social, ambiental y económicamente sustentable.

1.5 Tibor Kalman, la cruda realidad en un mundo superficial

Años más tarde, otro diseñador que se pasó la vida incomodando la práctica del diseño y la comunicación visual fue el húngaro Tibor Kalman, activista social caracterizado por sus publicaciones como editor en jefe en la revista *Colors*, patrocinada por la afamada marca italiana Benetton. Kalman, voz del diseño y de la responsabilidad social de la década de los noventa,

promulgaba cómo los diseñadores debían definir sus roles en la cultura y la sociedad... Por una década, él fue el compás de la moral de la profesión y su más ferviente provocador (AIGA, 1999).

Colors, conocida como la revista de carácter multicultural y como “la revista sobre el resto del mundo”, se enfocaba en proyectar la diversidad racial y las consciencias sobre temas globales como el sida, la contaminación y la pena de muerte, entre otros. Esta perspectiva se comunicaba a través de un diseño gráfico audaz, tipografía agresiva y la yuxtaposición de fotografías, muchas veces incómodas, con mensajes que llamaban a la reflexión.

En una entrevista con Moira Cullen, destacada estrategia de marcas estadounidense, Kalman no dudó en plantear que habían cosas más importantes pasando en el mundo que estar argumentando sobre las formas tipográficas: “Los argumentos sobre tipografía son aburridos y limitados, a la luz de lo que verdaderamente está pasando en el mundo y lo que debiera ser el verdadero fin y potencial de la comunicación” (Cullen, 1996). Kalman visualizaba y utilizaba el diseño para hacer una diferencia en el mundo; pensaba que el diseñador debía utilizar sus habilidades para crear cambios culturales, políticos y económicos; no solo debía servir para generar dinero, sino que debíamos ver el diseño como un lenguaje. Como editor de la revista *Colors*, Kalman no pensó en proyectar la moda, pensó en diseñar artículos editoriales que hablaran de la pobreza, la diversidad cultural, la guerra, la deforestación, el caos ecológico... aspectos que eran más importantes para el mundo en ese momento. Tomó la influencia del patrocinador Benetton como una vía para comunicar, de manera independiente y libre, temas controversiales. Kalman adjudicaba el triunfo de *Colors* a que tuvo el privilegio de concebir artículos sobre temas que encontraba importantes, y a que pudo desarrollarlos con un equipo de investigadores y diseñadores que los hacían interesantes de manera visual para la audiencia (Cullen, 1996).

Por otro lado, Kalman, a través de su firma de diseño M&Co., desarrolló varios productos para sus clientes con los que proponía un enfoque más humanitario

y reflexivo, lejos de los intereses mercantilistas de la época. En cierta ocasión para Navidad, envió a más de 300 de sus clientes y colegas un libro inundado de datos sobre la pobreza, e incluyó 20 dólares y un sobre con una estampilla con la dirección de una organización de caridad. Fue duramente criticado por este tipo de acciones, por abogar por los desplazados y migrantes como una estrategia para atraer más clientes a su compañía, aunque quizá el impulso vino desde su niñez cuando a los 7 años huyó junto a su familia de los comunistas en 1956: él y su familia fueron desplazados -virtualmente sin hogar- a una tierra desconocida (AIGA, 1999).

Kalman se veía a sí mismo como un activista social y para quien el diseño debía tener dos fines: ser "buen diseño" y ser "diseño responsable". Un "buen diseño" que implicaba comunicación masiva, la cual debía ser utilizada para incrementar la conciencia de la diversidad de problemas sociales.

1.6 *First Things First*. Manifiesto 2000

El manifiesto del año 2000 fue una versión actualizada del *First Things First*, manifiesto de 1964 escrito por el diseñador británico Ken Garland. Luego que esta versión llegara a manos de una nueva generación de diseñadores en años posteriores y viendo que su contenido aún era vigente, se publicó en *Adbusters*, *Emigré* y el *AIGA Journal* de Estados Unidos; y en *Eye Magazine* y *Blueprint* del Reino Unido, *Form* en Alemania e *Items* en Holanda. El fin era simular un nuevo diálogo internacional sobre las cambiantes relaciones entre la publicidad, el diseño gráfico, la economía, el comercio y la cultura en torno a maneras más significativas de comunicarse, hacia el bien común y menos hacia el consumismo.

La publicación del manifiesto demostró la urgente necesidad de un cambio de prioridades en la mirada del diseño. Un cambio de rumbo de unos profesionales que durante más de quince años habían concentrado su atención en cuestiones de índole estética y tecnológica, dirigiendo esta hacia formas más útiles, duraderas y democráticas de comunicación (Pelta, 2004). Una invitación a la reflexión del papel de los diseñadores, más allá de la producción de diseños

superfluos que satisfacen el ego, a orientarse a un diseño al servicio de las verdaderas necesidades de la sociedad: "Los diseñadores orientados en esta dirección, menos preocupados por la persuasión y más por la información, menos por la categoría económica y más por la filosofía, menos por la moda y más por la comodidad, están interesados en ayudar a la gente a encontrar su camino, en comprender lo que necesitan, en entender nuevos procesos y en usar los instrumentos y las máquinas más fácilmente" (citado por Rick Poyner en *First Thing First*, p. 8). El manifiesto develó una postura de compromiso que destacaba el poder y la responsabilidad de la profesión: "Los diseñadores gráficos tienen una posición privilegiada dentro de la cultura contemporánea al tratar con el arte, el comercio y la ciencia, en el medio impreso, en la pantalla o en la esfera pública. Es un papel que requiere responsabilidad", afirmaron sus firmantes.

1.7 Jorge Frascara y Ronald Shakespear, la señal del diseño social en Latinoamérica

Al igual que en otras partes del mundo, en Latinoamérica la preocupación por la definición del rol social del diseño se ha manifestado a partir de escritos y la obra de varios diseñadores en las últimas décadas. Cabe destacar la obra *Diseño para la gente* del argentino radicado en Canadá, Jorge Frascara, quien reflexiona que los diseñadores deben reconocer las situaciones sociales en que trabajan y a las que contribuyen, y tomar posiciones conscientes para definir el futuro de la profesión (Frascara, 2008). No basta con tener una perspectiva teórica, el diseñador debe aplicar sus conocimientos para desarrollar nuevas herramientas, integrarse en grupos interdisciplinarios, iniciar proyectos y actividades, generar nueva información y diseminarla.

Para Frascara, los aportes que un diseñador (gráfico) puede hacer desde la perspectiva de diseño social van desde el mejoramiento del acceso a la información para los ancianos, para las personas con problemas visuales o de aprendizaje; el diseño de materiales didácticos para la erradicación del analfabetismo total y funcional; el mejoramiento de los símbolos y las señales para la seguridad; el perfeccionamiento de las técnicas de visualización para nuevas tecnologías de

investigación y diagnóstico en medicina; el progreso en la codificación tipográfica para medios electrónicos; el mejoramiento de formularios y otros instrumentos de comunicación y organización administrativa; la producción de material de instrucción y educación tendiente a mejorar las condiciones de vida en todo el mundo en relación con la salud, la higiene, el alfabetismo, la educación primaria, la agricultura y la seguridad (Frascara, 2008), entre otras áreas de incidencia. Existe preocupación por parte de este autor por el desconocimiento del público y los gobiernos sobre las posibilidades de acción de un diseñador con relación a las diversas problemáticas como las anteriormente planteadas, dadas las concepciones erróneas del diseño ligado a aspectos estéticos o diseño de productos de consumo.

Al mismo tiempo, Frascara aclara cómo el diseño de comunicación visual apela a la producción y construcción de mensajes visuales dirigidos a afectar el conocimiento, las actitudes y el comportamiento de las personas (Frascara, 2008); no como simples ideas que se lanzan sin ningún objetivo, sino a la producción de estrategias comunicacionales que impactan las acciones y comportamientos de las personas y mejoren su entorno. En otras palabras, no se puede hablar de buen diseño si la propuesta no es buena para la sociedad (Frascara, 2018).

Por otro lado, creo importante destacar la labor y aporte de Ronald Shakespear, otro diseñador argentino reconocido por más de 40 años de trayectoria en el desarrollo de proyectos integrales de diseño de gráfica urbana, señalización e identidad visual. Shakespear declara que el diseño se ha transformado en una disciplina hiperdinámica dedicada fundamentalmente a dar respuestas apetecibles a una audiencia cada vez más insatisfecha (Shakespeare, 2009).

Destaca también que la ceguera irracional de la codicia destruye el planeta más allá de miles de honestas personas que trabajan para el bien común, en la convicción de que el diseño es una respuesta a una necesidad social, que da origen y legitimidad a su existencia (Shakespeare, 2009). Este diseñador, nacido en Rosario, siempre se ha preocupado por entender las necesidades de las personas, produciendo sistemas

de información y comunicación visual cargados de datos provenientes del usuario. Shakespeare tiene un alto grado de empatía con el usuario y lo hace parte de sus procesos: "Pienso que la 'oreja grande' es imprescindible para escuchar a la gente, sus desvelos, sus sueños. Finalmente, el diseño es para ellos. O el diseño sirve para que la gente viva mejor o no sirve para nada" (Shakespeare, 2009). Ante el cuestionamiento de si el diseño sirve para salvar el mundo, Shakespeare opina que diseña un cocinero cuando prepara su menú, diseña la maestra rural cuando organiza su día de clase, diseña un músico cuando compone una partitura. Nada que ver con dibujar. Di-segno: "la señal de Dios" (Shakespeare, 2009). Para él, entre los desafíos del diseño está el cambio de paradigma hacia definir al público como actor principal del diseño y no al diseñador y su autoexpresión.

Luego del materialismo de la década de los noventa, el discurso sobre el diseño social se ha intensificado en las últimas décadas. Además de artículos teóricos, conferencias y el surgimiento de redes de diseño, han surgido exhibiciones de diseño como *Design for the other 90%* realizada en el Cooper-Hewitt, Smithsonian Design Museum, en Nueva York, en 2007; las cinco exhibiciones del manifiesto de Utrecht: Bienal de Diseño Social (2005-2013); la 15.ª Bienal de Arquitectura de Venecia, denominada Reportando desde el Frente, curada por el chileno Alejandro Aravena. La perspectiva participativa y transcultural han marcado un cambio del diseño social "para" la sociedad hacia el diseño "con" la sociedad (Sachs, 2018).

1.8 IDEO.org

No se puede obviar, cuando hablamos de diseño para la innovación social, mencionar a la empresa estadounidense IDEO, quizá una de las firmas más reconocidas a nivel mundial por sus aportes al diseño y a la transformación de las áreas de incidencia de este. Con sedes en varias partes del mundo, IDEO ha transformado la manera que tenemos de ver los problemas y ha llevado a la práctica maneras de abordarlos para generar soluciones sostenibles. Criticados por muchos y alabados por otros, es un hecho que esta empresa ha generado varias instancias de diseño social y comercial, integrando a los usuarios

a las soluciones y abordando problemáticas complejas en entornos desfavorecidos. Su objetivo principal es mejorar la vida de las personas en zonas pobres y vulnerables a través del diseño (IDEO.org)

IDEO se fundó en 1991 como resultado de una fusión entre David Kelley Design, quien creó el primer mouse para Apple Computers en 1982, y la empresa ID Two, que diseñó la primera computadora portátil en el mismo año. IDEO inició con un enfoque más de diseño industrial, pero a medida que sus clientes fueron solicitando la resolución de problemas diversos, fueron alejándose de la práctica habitual del diseño de productos de consumo hacia el diseño de experiencias del usuario. Inicialmente, este enfoque se refirió como “diseño con d minúscula”, y posteriormente se transformó en el tan afamado Design Thinking, dado que Kelley siempre terminaba insertando la palabra thinking para explicar de mejor manera el rol del diseñador.

El abordaje desde el Design Thinking toma al usuario como centro del proceso para el desarrollo de soluciones de productos y servicios basados en sus necesidades. Esta mirada se basa en la habilidad del diseñador para reconocer patrones, en construir ideas con un significado emocional y funcional, y en crear soluciones que se basan tanto en la intuición como en la viabilidad de las mismas. El proceso no es lineal como muchos otros, sino es la superposición de etapas iterativas que incluyen: **inspiración, ideación e implementación**. La inspiración es la detección de oportunidades y que motivan las soluciones, la ideación es el proceso de generación y desarrollo y testeo de las mismas y la implementación es el paso de la etapa del proyecto a la vida de las personas.

Según Tim Brown, socio importante de la firma, los diseñadores tradicionalmente se han enfocado en elevar la estética y la funcionalidad de los productos. Recientemente, han comenzado a utilizar las herramientas de diseño para abordar problemas más complejos tales como mejorar los servicios de salud alrededor del mundo. Las empresas fueron las primeras en abrazar este enfoque –llamado Design Thinking– y actualmente entidades no gubernamentales han empezado a adoptarlo de igual forma (Brown y Wyatt, 2010).

Partiendo desde una mirada holística del diseño, IDEO aborda la innovación de productos y servicios para hacer de la vida del usuario algo más confortable y accesible. Por otro lado, aborda el sector social con una vasta red de ONG, fundaciones y empresarios dedicados a mejorar la calidad de vida de las personas, buscando oportunidades para que la creatividad, la experimentación, la colaboración y la empatía tomen protagonismo para dar solución a problemas que afectan a la mayoría de la población del mundo. IDEO considera el diseño como una disciplina que siempre ha tenido que ver con el “impacto”, el producir una mejor versión de la vida gracias a las diversas soluciones de productos, servicios o experiencias en las que trabaja.

En agosto de 2010, IDEO introdujo OpenIDEO, una plataforma colaborativa para el proceso de diseño. En principio fue diseñado como una plataforma interna de trabajo para la colaboración con sus clientes, pero ahora es una plataforma y herramienta de uso para el público en general. Esta herramienta ha tenido mucha incidencia, pues su propósito principal es orientar el proceso creativo para solventar problemas sociales, permitiendo a personas de diferentes disciplinas colaborar para solventar necesidades de un público en específico. Ejemplo de ello son proyectos con la WWF y el proyecto de reconocido chef Jamie Oliver, Food Revolution Movement.

Al mismo tiempo, IDEO se ha encargado de brindar al entorno educativo y profesional manuales gratuitos de sus metodologías de diseño para poder ser utilizadas por estudiantes, docentes y profesionales. En 2017 crearon IDEO U, un programa educativo en línea en el que los participantes son instruidos sobre metodologías de diseño centradas en las personas.

1.9 Alejandro Aravena, visión del diseño social del siglo XXI

Cabe destacar en esta investigación el trabajo del arquitecto chileno Alejandro Aravena, ganador del premio Pritzker de Arquitectura en 2016, quien, con un pensamiento centrado en las personas, ha diseñado varios proyectos sociales de infraestructura, transporte, espacio público y vivienda bajo la empresa Elemental,

la cual fundó en 2001. “Cuanto más complejo el problema, mayor la necesidad de simplicidad”, es la frase que pone de manifiesto el poder de síntesis que tiene el diseño para Aravena. La empatía, el sentido común y el diseño participativo son la clave para poder encontrar una solución acertada y resolver con éxito los problemas de diseño a los que se enfrenta.

Aravena y su equipo han desarrollado varios proyectos icónicos, entre ellos el de la Quinta Monroy, proyecto que nace por la necesidad de reubicar a 100 familias que por 30 años habían estado ocupando ilegalmente un terreno de 0.5 hectáreas en el centro de la ciudad de Iquique. Se estableció desde el principio que cada unidad de este edificio ofreciese la oportunidad de ampliación del espacio, de tal manera que lo más difícil de construir para las familias (cocina, baño, escaleras) estuviese bien hecho y proyectado de manera estratégica, de modo que pudieran, paulatinamente y con medios propios, ampliar los espacios habitacionales. El punto fuerte de este proyecto es la posibilidad que tienen los usuarios de ampliar sus viviendas tomando en cuenta sus necesidades. Toda la estructura de las viviendas está planeada para soportar futuras ampliaciones, presentando un prototipo de vivienda que se puede replicar en varias partes de Latinoamérica. Lo central del concepto fue visualizar “la vivienda no solo como un fin en sí mismo, sino como un vehículo para superar la pobreza”, y esto implicaba además una preocupación especial por la ubicación de los terrenos, que permitiera una buena conexión con los espacios de trabajo, recreación, educación y redes comunitarias.

La arquitectura de Aravena “da oportunidades económicas a los menos privilegiados, mitiga los efectos de los desastres naturales, reduce el consumo de energía y brinda un espacio público acogedor”, señalando que “muestra cómo la arquitectura de óptima calidad puede mejorar la vida de las personas”. El logro de este latinoamericano, ganador del premio más prestigioso de arquitectura a escala mundial, fue el haber impuesto el interés de la “arquitectura participativa y colaborativa” al de la “arquitectura como arte”, distinguiendo propuestas que solucionan problemas sociales de las grandes ciudades con contrastes cada vez más marcados.

Luego de haber realizado un repaso por algunos hitos de la historia del diseño para extraer manifestaciones de lo social y el diseño, procederé a profundizar en el siguiente capítulo en las diversas definiciones de autores referentes que en específico han tratado este tema, tales como Victor Margolin, Ezio Manzini, Richard Buchanan, John Thakara, Gui Bonsiepe y Raquel Pelta, entre otros.

II. Diseño social

2.1. El diseño y lo social

Creo necesario definir en principio lo que implica “diseño” y lo que implica “social” como conceptos particulares. Diseño, según la Real Academia Española (RAE), es “un proyecto, un plan que configura algo; es la forma de un objeto de diseño; traza o delineación de un edificio. Proviene del verbo latino *designare* que significa trazar, describir, planear”. Christopher Jones lo denomina como “el inicio de un cambio en las cosas hechas por el hombre... además de la realización de un completo acto de fe” (Jones, 1982). Por otro lado, la RAE define social como “perteneciente o relativo a la sociedad”. Dicho esto, y a partir de algunos conceptos que se han planteado a lo largo de la investigación, debo destacar que el diseño es y siempre ha sido eminentemente social, es decir centrado en las personas, aunque por momentos el camino se haya descentrado y haya llevado a ver el diseño como algo superficial y meramente estético y funcional, perteneciente a los objetos diseñados y a los autores de los mismos. En el mejor de los casos, el diseño es una práctica de empatía, cuya tarea principal es imaginar y facilitar al “otro” (el usuario) (Clarke, 2015).

Es difícil plantear una sola postura y definición sobre el “diseño social”, sin embargo hay que entender que los cambios de paradigma del diseño y sus diversos enfoques en las últimas décadas han ido moldeando lo que ahora conocemos como diseño social, y que, como Richard Buchanan, reconocido educador en diseño enfatizaba en su oportunidad, “para ser eficaz, el diseño debe servir a la humanidad, no a la expresión personal. El diseñador debe tener en cuenta componentes psicológicos, artísticos, sociales y económicos, y debe emplear más conocimiento y menos intuición en sus trabajos” (Buchanan, 1999). Para Buchanan, la misma capacidad que tienen los

diseñadores para resolver problemas de diseño a escala de producto es aplicable para enfrentar los problemas indeterminados (*wicked problems*) a escala global, y el diseño debe centrar su interés en lo humano, impulsando la creación de productos que le sirvan a la gente (Buchanan, 2004). El hecho de detectar y atender las necesidades sociales insatisfechas, utilizando el pensamiento de diseño y métodos de análisis, es lo que hará que el diseño realmente funcione y se convierta en un factor clave en la sociedad.

Según Ezio Manzini, el problema inicia cuando se aplica un doble significado al adjetivo "social". Uno de los significados es todo aquello concerniente a la sociedad y cómo esta está construida; el otro, por su parte, indica la existencia de situaciones particularmente problemáticas tales como la extrema pobreza, enfermedades, exclusión y circunstancias posteriores a eventos catastróficos, problemas que tanto el Estado como el mercado son incapaces de abordar (Manzini, 2014). Según Manzini, cuando se utiliza de esta manera, lo "social" se convierte en sinónimo de una "condición muy problemática", que requiere una intervención urgente fuera de las modalidades usuales de abordaje de un producto o servicio. El "diseño para el impacto social" persigue un equilibrio entre las necesidades de las personas y de la comunidad en general, tomando en consideración los aspectos económicos, sociales y medioambientales. Es un diseño orientado al "impacto social", una actividad en el tejido social de una comunidad y en el bienestar de los individuos y sus familias.

a) Conceptos y perspectivas del diseño social

En años recientes, el concepto de diseño se ha explotado grandemente, a tal grado que han surgido nuevas ramas del diseño como diseño antropológico, design thinking, cultura del diseño, diseño social, etc. El diseño social en particular se ha expandido dadas sus diversas aplicaciones. El diseño no se reduce solamente a un estudio con personas produciendo ideas de autor, generando beneficios comerciales, basándose en un consumidor específico y un brief definido. Esa idea es casi obsoleta y ha evolucionado a instancias como el codiseño y métodos participativos, que sitúan al ser humano como centro del proceso.

Raquel Pelta, referente en la investigación en diseño, explica que desde comienzos de los años dos mil nos encontramos con otras denominaciones que sirven para designar nuevos enfoques y ámbitos de práctica profesional especializados. Entre los relacionados con esta investigación pueden mencionarse los de "diseño para el bien social", "diseño social", "diseño para el cambio social", "diseño para la innovación social", "diseño para el impacto social" y, como ha propuesto Carlo Vezzoli (2010), "diseño para la igualdad y la cohesión social". Todos estos conceptos lindan con otros como los de "diseño de transformación" (aplicado no solo al ámbito social) y "diseño de transición", este último desarrollado por Cameron Tonkinwise y Terry Irwin (Pelta, 2015).

Ante estas nuevas concepciones, los investigadores en diseño van definiendo nuevas áreas de aplicación del diseño de acuerdo con la práctica y las características del mismo. Especializaciones como diseño de interacción, diseño de experiencias, diseño social, diseño para la sustentabilidad no existían hace unos años. "Los antiguos proyectos de diseñar artefactos no han desaparecido, pero está creciendo el reconocimiento de que el diseño puede ser mucho más que eso" (Margolin, 2017). Por su parte, en su conferencia durante el 8.º Encuentro Iberoamericano de Diseño 2019, Gui Bonsiepe destaca una variedad de enfoques del diseño: diseño emocional, diseño inclusivo, diseño transformacional, diseño socialmente sensible, diseño sustentable, diseño postutópico, diseño radical, diseño orientado al usuario y hasta diseño "sucio" o *dirty design*.

Por otro lado, y de acuerdo a la diversidad de definiciones del enfoque social del diseño, teóricos como Armstrong, Bailey, Julier y Kimbell (citados por Aguirre, 2018) sugieren que el diseño es una profesión clave para enfrentar los desafíos complejos de la sociedad actual versus la tarea más comercial a la que había estado sujeto constantemente. De igual manera, algunos autores han considerado el diseño como una tercera cultura, un tercer modo de conocimiento y entendimiento de la realidad, de la mano de las ciencias y humanidades (Archer, 1979; Cross, 1982, 1999, 2006; Nelson y Stolterman, 2003).

A continuación, presento algunas perspectivas sobre diseño social, planteadas por autores referentes.

Muchos de los planteamientos anteriormente expuestos se refieren a una práctica social del diseño enfocada en su mayoría a brindar soluciones

sustentables y responsables a necesidades colectivas. Para Margolin, según lo mostrado en su libro *Construir para un mundo mejor*, el diseño ha evolucionado de ser una disciplina dedicada a la creación de artefactos a un diseño que incluye diversas vías en las que se pueden solventar, de manera eficiente, problemas

Cuadro 1: Perspectivas de diseño social

| | |
|-------------------------------------|--|
| Victor Papanek | Diseño socialmente consciente (Papanek, 1971) |
| Richard Buchanan | Diseño es un arte liberal capaz de servir a las necesidades de una cultura tecnológica en la que los problemas humanos son complejos. Los problemas de diseño son "perversos" (debido a su indeterminación) y el diseñador podía ofrecer una forma única de enfocarlos y de encontrarles solución |
| Victor y Silvia Margolin | Diseño social es aquel que se dirige primero y ante todo a las necesidades humanas |
| Ezio Manzini | Diseño social es una actividad ocupada en los problemas que no abordan el mercado o el Estado y donde los implicados no tienen voz (por la sencilla razón de que no tienen los medios económicos o políticos para impulsar una demanda formal) (Manzini, 2015) |
| John Thakara | Diseño social o consciente es un modo de trabajar apoyado en la idea de que la ética y la responsabilidad pueden informar las decisiones de diseño sin constreñir la innovación social y el desarrollo tecnológico que necesitamos llevar a cabo |
| Gui Bonsiepe | Diseñar racionalmente implica tomar conciencia de las variables y mantenerlas bajo control; más aún, significa desarrollar una gran sensibilidad para la percepción de los problemas socialmente relevantes (Bonsiepe, 1975) |
| Armstrong, Bailey, Julier y Kimbell | Diseño social es la práctica profesional del diseño orientada hacia fines colectivos y sociales, en lugar de perseguir objetivos esencialmente comerciales o de consumo, asociando a la categoría "diseño social" enfoques que persiguen objetivos sociales diversos como diseño para la innovación social, diseño socialmente responsable y diseño activista (Armstrong, 2015) |
| Open IDEO | El "diseño para el bien social" supone "resolver juntos problemas para el bien social colectivo" y se dirige a lograr el bienestar social, entendiendo por tal "el conjunto de factores que participan en la calidad de la vida de las personas en una sociedad y que hacen que su existencia posea todos aquellos elementos que dan lugar a la satisfacción humana" (Corbera, 2015) |

Fuente: elaboración propia a partir de las fuentes de referencia.

críticos de la sociedad. Por otro lado, Margolin cree que aunque varios profesores y profesionales como Tomás Maldonado, Gui Bonsiepe, Victor Papanek, Ezio Manzini y Tony Fry han sostenido por años que los diseñadores necesitan ser más críticos respecto de lo que hacen y las condiciones en las que trabajan, esos argumentos aún no han ganado un lugar en la conciencia profesional del diseño, donde resulten ser el eje de la práctica de cada diseñador (Margolin, 2017). Margolin ha venido reflexionado continuamente en sus escritos sobre los problemas que presentaba el modelo económico implementado desde la Revolución Industrial, hecho que según él fue detonado por el informe *The Limits to Growth*, publicado en el año de 1972. En este informe se buscaba:

[...] examinar la complejidad de los problemas que aquejan a los hombres de todos los países: la pobreza en medio de la abundancia, la degradación del medio ambiente, la pérdida de la fe en las instituciones, el crecimiento descontrolado de las ciudades, la incertidumbre provocada por el desempleo, la alienación de los jóvenes, el rechazo de los valores tradicionales y la inflación y otros desarreglos monetarios y económicos (Meadows et al., 1972, p. 10).

Todos estos problemas planteados en este informe son palpables en el presente y representaron, desde ese entonces para Margolin y otros diseñadores, una preocupación del papel activo del diseñador. Se cuestionó la tendencia del crecimiento económico, la contaminación, el consumo y explotación de los recursos naturales, advirtiendo que, si continuaba como hasta entonces, podía desencadenar una crisis mundial. A partir de estas reflexiones nacen movimientos y grupos ambientalistas que dan origen al movimiento ecologista mundial, y a organizaciones que buscaron emprender cambios en sistemas políticos, económicos y sociales.

Es evidente, cada vez más, que el papel del diseño se percibe más allá de la producción de objetos y comunicación gráfica a una extensa aplicación en servicios, experiencias y procesos; ha llegado a significar un proceso de visualización de una actividad

que conduce a un resultado específico que sea útil a alguien. Según Margolin, hoy en día la palabra diseño se utiliza para caracterizar los procesos de pensamiento detrás de la concepción y planificación, no solo de productos manufacturados y comunicación gráfica, sino también en cosas mucho menos tangibles como entidades, organizaciones corporativas, actividades sociales, ministerios del gobierno, incluso los sistemas de leyes (Margolin 2017).

En su artículo *Global Expansion or Global Equilibrium? Design and the World Situation* (1996), Margolin planteaba las tensiones desatadas en la década de los setenta entre el modelo de desarrollo basado en el consumo y el emergente modelo sustentable, enfocando, como asunto central, la complejidad del conflicto generado entre estos dos modelos y cómo esta tensión planteaba importantes retos para el diseño. En el artículo se le asignó al diseño la “responsabilidad de actuar de manera real en el planteamiento de propuestas viables que permitieran mitigar el impacto que la economía de consumo había generado a nivel social y ambiental” (Aguirre Ramos, J. A., 2018).

Victor Margolin y su esposa Silvia plantearon que el proceso que se utiliza en el trabajo social puede ser un marco de referencia idóneo para los diseñadores que quieren proponer iniciativas de impacto social, ya que este modelo se ocupa de las necesidades de las poblaciones en riesgo de exclusión o directamente marginadas. Ambos autores abogan por que los diseñadores consideren la posibilidad de colaborar con otros profesionales como, por ejemplo, trabajadores sociales, de la salud, educadores, etc..., en proyectos socialmente relevantes y, por tanto, moviéndose dentro de marcos institucionales establecidos, pero que no están dentro de las prioridades del mercado (Pelta, 2005).

Por otro lado, Ezio Manzini, profesor de origen italiano, conocido por su énfasis en la sostenibilidad ambiental y con una propuesta muy concreta acerca de la innovación social, publicó *Cuando todos diseñan* (2015), libro que propone una sociedad transformadora, en la cual pequeñas interacciones entre los individuos provocan mejoras sociales y ambientales a gran escala. Según Manzini, “el

diseño para la innovación social es todo aquello que el diseño experto hace para activar, mantener y orientar los procesos de cambio social que llevan a la sostenibilidad". Continúa aclarando que el diseño para la innovación social es considerado con frecuencia como algo similar, si no idéntico, al diseño social. A Manzini se le atribuye haber acuñado el concepto de "diseño para la innovación social", término que él mismo define como un "concepto sombrilla" que incluye todo aquello que el diseño puede hacer para detonar y apoyar la innovación social (haciendo referencia al "diseño" como la comunidad de diseño: quien quiera que esté utilizando el conocimiento de diseño de manera experta, profesionales del diseño, investigadores y teóricos, desde escuelas de diseño a periodistas de diseño y editores).

Manzini, quien es profesor del Politécnico de Milán y de la Universidad de Artes de Londres, insiste en la necesidad de que personas activas e independientes de la intervención del Estado generen proyectos de bienestar social. Manzini nos lleva a una reflexión profunda de lo que un diseñador debe ser y cómo debe actuar: "Los expertos en diseño deben ser a la vez críticos, creativos y dialógicos, es decir, deben alimentar el debate con visiones e ideas (mediante sus habilidades personales y su cultura específica), deben prestar atención a las reacciones de los otros interlocutores (y de forma más general, escuchar la opinión del entorno en que actúan) y, a continuación, a la vista de la retroalimentación que produzca, introducir en ese debate nuevas propuestas más maduras" (Manzini, 2015). Un ejemplo práctico de cómo el diseño social puede incidir con la creación de proyectos que generen soluciones a situaciones actuales es el de los grupos temáticos DESIS (www.desis-network.org), una red formada por diversos laboratorios, grupos de académicos, investigadores y estudiantes que orientan sus actividades de diseño e investigación hacia la innovación social. Los laboratorios operan a nivel local y colaboran con otros laboratorios. Una de sus principales iniciativas es trabajar en grupos temáticos (thematic clusters), creando escenarios para la discusión de proyectos en marcha, comparar herramientas y sus

resultados y proporcionar un espacio donde se pongan en marcha nuevas iniciativas conjuntas: crear entornos de investigación de diseño en los que se produzcan y acumulen conocimientos concretos, se creen herramientas conceptuales y prácticas y se desarrollen escenarios y soluciones (Manzini, 2015).

Otros diseñadores como Nigel Cross, académico e investigador británico, puntualiza en su libro *Design Thinking* cómo el diseñador hoy en día aborda los problemas desde una perspectiva más holística, integrando varias disciplinas para dar respuestas a desafíos de diseño a través de la evidencia, la observación, la experimentación, el análisis y la reflexión. Cross considera que el diseño, después de décadas de intentar encajar en marcos científicos, ahora ha encontrado su unicidad, siendo capaz de integrar lo que puede ser útil del método científico y las ciencias sociales, ya que estas otras culturas tienen una trayectoria mucho más larga de indagación, erudición e investigación de la que se tiene en diseño. Debemos ser capaces de recurrir y adaptar este legado de manera apropiada mientras construimos nuestra propia cultura intelectual, tenemos que ser capaces de demostrar que los niveles de rigor en nuestra cultura intelectual están a la altura de otras disciplinas (Cross, 2001, p. 8).

Richard Buchanan, en su ensayo *Wicked Problems in Design Thinking*, menciona que el diseño es una actividad sorprendentemente flexible, y que definiciones, ramas del diseño o prácticas profesionales como el diseño industrial o el diseño gráfico no alcanzan a cubrir adecuadamente la diversidad de ideas y métodos que se albergan bajo la etiqueta de diseño (Buchanan, 1992). El diseño como tal ha sufrido una transformación muy evidente en las últimas décadas, y continúa expandiendo su definición a medida que nuevas oportunidades y soluciones involucran su quehacer: partiendo de un diseño más de objetos, con un enfoque comercial e individualista, hacia un diseño con una visión más holística, con un proceso integrador y sistémico para abordar problemas sociales y empresariales, con aportaciones de diseño responsable, para dar soluciones sostenibles a problemáticas del entorno

global y local.

Por su lado, John Thakara, creador de *Doors of Perception* -una iniciativa que está vigente desde hace más de 20 años, cuyo eje central es promover experiencias donde innovadores sociales y diseñadores presentan proyectos sostenibles que aúnan sostenibilidad, diseño, innovación y negocios-, viene comentando desde mediados de la década de 2000 que muchas de las situaciones problemáticas que se plantean en nuestro planeta son el resultado de malas soluciones de diseño: “El ochenta por ciento del impacto medioambiental de los productos, servicios e infraestructuras que nos rodean se determina en la etapa de diseño. Las decisiones de diseño forman los procesos que hay tras los productos que usamos, los materiales y la energía requeridos para hacerlos, los modos en los que los manejamos diariamente y lo que les sucede cuando no los necesitamos más” (Thakara, 2005, p. 6). Thakara propone un enfoque de diseño con un nuevo entendimiento de nuestra situación actual, propone una perspectiva direccionada hacia un objetivo determinado: la sostenibilidad. Thakara describe los aspectos de diseño y sostenibilidad tradicionalmente no considerados en el marco del trabajo de los creativos: la ligereza de los sistemas de producto-servicio, la velocidad del estilo de vida y la movilidad, entre otros.

Este “diseño consciente”, como lo define Thakara (2005), implica tomar la determinación de:

1. Pensar en las consecuencias de las acciones de diseño antes de ponerlas en marcha, prestando especial atención a los sistemas naturales, industriales y culturales que se encuentran en el contexto donde dichas acciones tienen lugar.
2. Considerar qué materiales y energía están presentes en los sistemas que diseñamos; priorizar la entidad humana, y no tratar a la gente como un simple “factor” dentro de algo mayor.
3. Proporcionar valor a las personas, no personas al sistema (como en la mayoría de los casos hace el

marketing actual).

4. Tratar el “contenido” como algo que hacemos, no como algo que vendemos.
5. Trabajar con el lugar, el tiempo y la diferencia cultural como valores positivos, no como obstáculos; centrarse en los servicios y no en las cosas, y abstenerse de inundar el mundo con artefactos carentes de sentido (Thakara, J., 2005).

De cualquier manera, la necesidad de “impactar” en el entorno humano y mejorar su calidad de vida es lo que mantiene a muchos diseñadores enfocados en desarrollar mejores productos que suplan necesidades reales, ayudando a humanizar la tecnología y a gestionar servicios más eficientes. Todo esto tomando en cuenta el impacto de las decisiones, los costos reales de sus ideas y la evaluación de los procesos que conllevan para introducir a la sociedad a procesos más conscientes con el fin de conciliar nuestras acciones y poder vivir equilibradamente en la denominada “nave espacial Tierra”, visualizada por Buckminster Fuller.

b) La educación del diseñador para el cambio social

Para educar al diseñador a que genere un impacto social, se debe enfocar la enseñanza en aspectos clave para desarrollar las competencias idóneas para afrontar diversos desafíos, en los que los diseñadores no son expertos.

Retomando las reflexiones de Margolin (2017) en torno a la educación para el diseño social, el desafío para los educadores de diseño es preparar a los estudiantes para nuevas oportunidades aun cuando estas no lleven al éxito en términos económicos, es decir, preparar a estudiantes para el diseño social puede significar no tener un camino definido ni un resultado específico como lo puede tener un diseñador de productos o un diseñador gráfico; en su caso, el diseñador social, de servicios o procesos no puede predecir qué tipo de proyectos pueden presentarse y si estos serán de beneficio para su modo de vida. Sin embargo, para Margolin el campo de acción para el diseño social es amplio y se determina a partir de las necesidades

actuales que son, además de diversas, muy complejas.

Margolin (2017) tiene a bien definir un nuevo marco de acción para el diseñador, lo que requiere no solo un cambio de valores, sino un cambio de estrategia. Propone ocho condiciones que piden una nueva táctica de acción a escala mundial:

1. El crecimiento de la población, cada vez hay más personas en el planeta que requieren más recursos y diferentes formas de distribución.
2. Las personas mayores son cada vez más y requieren atención y apoyo financiero.
3. El cambio climático.
4. El consumo en aumento de los recursos naturales.
5. Un sistema financiero mundial que está fuera de control.
6. Una inaceptable brecha entre los ricos y los pobres en todo el mundo.
7. Una reducción de puestos de trabajo debido a la nueva tecnología robótica y sistemas expertos.
8. Las creencias religiosas fundamentalistas que dividen a la gente en todo el mundo.

Todas estas condiciones y áreas de aplicación requieren considerar la importancia de promover en las aulas el aprendizaje de nuevas metodologías de investigación, empatizar con el usuario y propiciar procesos de reflexión y aprendizaje en torno a la propia labor de los diseñadores. Esto implica establecer una relación más directa con las comunidades y sus contextos de aplicación, aprender a trabajar en equipos inter y transdisciplinarios, pasando de la figura "ególatra" del diseñador autor, a una postura del diseñador como cocreador y transformador de su entorno.

Por otro lado, la formación de competencias de las nuevas generaciones de diseñadores no puede reducirse solamente a competencias técnicas y específicas de diseño, sino que además se debe investigar sobre la diversidad de contextos culturales reales donde las comunidades habitan, permitiendo al diseñador vincularse con las necesidades de las

personas, aplicando procesos de diseño para dar soluciones sostenibles y acertadas. Esta vinculación tiene un beneficio mutuo, pues acerca al diseñador a un contexto real, generando conversaciones con diversos actores sociales para poder así visualizar sus necesidades y expectativas, en la búsqueda de la mejora de la calidad de vida. Las comunidades y sus actores, por su parte, participan del proceso de diseño, aportando desde sus conocimientos y su realidad cotidiana, siendo protagonistas de la mejora de su entorno.

Para Manzini, las escuelas de diseño podrían convertirse en nodos significativos de las redes de investigación en diseño y de los programas que resulten de ellas, convirtiéndose en un recurso social real; es decir, educar a alguien para ser diseñador significa aumentar sus habilidades para la concepción y el desarrollo de propuestas de diseño (desde visiones generales a soluciones concretas) para hacer un mundo mejor (Manzini, 2015). Asimismo, generando ideas originales e interactuando con las comunidades locales para promover proyectos de diseño "independientes", decidiendo el tipo de cliente o entidad con las que se trabaja y qué tipo de proyectos se realizan de acuerdo con las necesidades detectadas. Para Manzini, los esfuerzos de los proyectos de las escuelas de diseño deben ir más allá de ejercicios didácticos que quedan engavetados, deben ser propuestas eficaces socialmente y contribuir a solucionar problemas complejos de la sociedad contemporánea.

Lo que las escuelas de diseño debemos promover en los estudiantes es ese interés por utilizar sus capacidades para un bien social, para mejorar el entorno en que vivimos y para "reconocer su propio poder como agentes colectivos del cambio, y si pueden llevar a cabo un plan radical de cómo podríamos vivir, un replanteamiento que ellos, mejor que nadie, pueden generar; proyectos reales y diseñadores capacitados para hacer realidad la Buena Sociedad" (Margolin, 2017, pp. 72-73).

2.2 El diseño social en la carrera de Diseño Estratégico de la Escuela de Comunicación Mónica

Herrera

La carrera de Diseño Estratégico de la Escuela de Comunicación Mónica Herrera nace en 2006 con el fin de formar diseñadores comprometidos con la creación de soluciones sostenibles para contextos locales. Desde sus inicios, en la carrera de diseño los estudiantes se enfrentan a la resolución de problemas de índole comercial y social a partir de las diversas instancias de enseñanza-aprendizaje.

Desde el año 2012 se incluyó en el tercer año del p^énsum de Diseño Estratégico la asignatura de Diseño Responsable, creada con el fin de estudiar y promover proyectos de diseño social. La cátedra fue diseñada por el docente Eugenio Menjívar quien, a partir de una visión social del diseño, buscaba inculcar en los estudiantes el conocimiento sobre diversos autores referentes y animar a la reflexión de esta área del diseño. Por otro lado, a partir de los aprendizajes vertidos en esta materia y motivados por aportar desde el diseño a problemáticas sociales, surgen proyectos desarrollados por los estudiantes en la cátedra de Estudio Independiente y Proyectos de Graduación.

Posteriormente, siempre liderado por Menjívar, surge el proyecto Diseño para la Movilidad, un proyecto que busca integrar equipos interdisciplinarios de estudiantes de Diseño Gráfico e Industrial de la Universidad Don Bosco y estudiantes de Diseño Estratégico de la Escuela de Comunicación Mónica Herrera para desarrollar proyectos de diseño e innovación social. Este proyecto pone al centro del proceso a los recolectores de café y sus necesidades. Para ello se hace una investigación exhaustiva del usuario y su contexto, y se diseñan diversas soluciones para uso de los recolectores durante la corta, lo que haría su tarea más fácil. En el año 2017, y en línea con el proyecto anterior, se crea Diseño para la Vulnerabilidad, siempre con la misma dinámica interdisciplinaria, pero esta vez enfocado en comunidades vulnerables de la zona costera de El Salvador y la necesidad de proveer agua de mejor calidad a la comunidad de la playa El Majahual. Con la inmersión en el contexto y la intervención de actores clave con la ADESCO, Azure, Fusades y las

universidades, se desarrolló el prototipo de un filtro de bajo costo que ayudaría a mejorar la calidad del agua potable para la comunidad. Posteriormente, para el proyecto de graduación se desarrolló la estrategia de distribución de estos filtros y la estrategia de comunicación del proyecto para integrar más actores a la iniciativa.

El tercer proyecto en desarrollo, Diseño para la Productividad, busca fortalecer el binomio artesano-diseñador y, a su vez, documentar las técnicas y prácticas artesanales para que no pierdan vigencia en las nuevas generaciones y ante los avances tecnológicos.

Según Jorge Frascara, para la enseñanza del diseño social es vital la investigación de las necesidades de las personas, analizar las diferentes variables que están alrededor de ellos, con enfoques centrados en las personas, donde se considera a las mismas para cada una de las decisiones; todo bajo un modelo participativo, en el que se integra al usuario durante todo el proceso, en especial para la definición de la solución, concepto en estrecha relación con el diseño social; finalmente, el enfoque basado en evidencias, donde el docente debe enseñar al estudiante a identificar información confiable y, en el caso de no existir, construirla (Frascara, 2018).

2.3 Proyectos de estudiantes de Diseño Estratégico

Para esta investigación, y para poner en contexto los planteamientos sobre diseño social expuestos anteriormente, seleccioné cinco proyectos que tuve la oportunidad de guiar en la carrera de Diseño Estratégico y cuyo enfoque primordial es el diseño social. A continuación, presento los proyectos desarrollados en la cátedra de Estudio Independiente de quinto año de la carrera y Proyectos de Graduación, en los que se considera el diseño social desde diversas perspectivas.

1. El proyecto "Diseño de fuente tipográfica ecológica", diseñado por Gerardo Martínez en

la cátedra de Estudio Independiente, es una propuesta basada en la necesidad de reducir el impacto medio ambiental de las impresiones en papel. Lo que busca este diseño es reducir el uso de tinta mediante una fuente tipográfica que tenga menos mancha en el papel, haciendo que la tinta se expanda y llene aquellos vacíos de la letra sin necesidad de usar más. Según la investigación, el diseño ahorra hasta un 45% el uso de tinta. El proyecto se visualizó para la venta y distribución en empresas en las que sigue siendo crucial la impresión, pero que desean disminuir el gasto de tinta, por ejemplo, una institución bancaria. El estudiante hizo un estudio de casos análogos en torno a este tema, destacando los aspectos relevantes del diseño de una fuente tipográfica de estas características, y a la vez consultó expertos en diseño gráfico y editorial para validar la propuesta.

2. El proyecto "Diseño de material lúdico/didáctico para pacientes de 4-6 años del hospital San Rafael", diseñado por Regina Serpas en la cátedra de Estudio Independiente, tiene como fin ayudar a los más pequeños a entender aspectos básicos de los tratamientos que se les aplican durante su estadía en el hospital para disminuir el estrés y mejorar la experiencia en el hospital. Se llevó a cabo una investigación de campo para conocer el contexto y definir el mapa de recorrido de los pacientes y sus necesidades, y definir las oportunidades de mejora en la estadía en el área de pediatría. Uno de los aspectos clave a trabajar fue el entender, a través de personajes y actividades lúdicas, los diversos procedimientos por los que el paciente tenía que enfrentarse. El proyecto se validó con los pacientes en el hospital San Rafael y con los doctores y enfermeras del área de pediatría, así como también con expertos en ilustración infantil y diseño editorial.
3. El proyecto "Creación de proceso de co-diseño que fomente la participación conjunta entre diseñador y artesano en el diseño de accesorios de interiorismo", diseñado por Hugo Ramírez en la cátedra de Estudio Independiente, define el proceso de co-diseño entre estos dos actores. El estudiante tomó como sitio de estudio el taller de un artesano cerca de la escuela e investigó procesos de producción artesanal en madera. La idea de este proyecto fue crear una relación "ganar-ganar", en la que ambos actores contribuyeran al aprendizaje mutuo de procesos de creación de productos desde la perspectiva de conceptualización del diseño hasta la producción de un prototipo, aplicando la metodología de diseño centrado en el usuario. Lo valioso del proyecto fue la creación de un mapa de recorrido del proceso que siguieron tanto artesano como diseñador para lograr un fin común.
4. El proyecto de graduación "Análisis sobre la práctica de los métodos de planificación familiar en las adolescentes embarazadas que asisten a la clínica de adolescentes del hospital San Juan de Dios, Santa Ana, para prevenir siguientes embarazos", diseñado por Valeria Martínez, fue un proyecto de mucho involucramiento emocional por parte de la estudiante con sus usuarias. El proyecto inició con una investigación de campo con adolescentes embarazadas que asistían a la clínica, un público difícil de abordar por ser la planificación familiar un tema tabú para muchas personas. Las necesidades de información y orientación sobre métodos anticonceptivos y la mejora en la atención en la clínica de adolescentes se abordaron con diversas estrategias. La estudiante generó un alto nivel de empatía con sus usuarias y el personal de la clínica, y posteriormente implementó el proyecto a título personal, consiguiendo donantes clave para la remodelación del espacio y mejorar la experiencia de las pacientes.
5. El proyecto "Estrategia de intervención para el estado socioemocional de los pacientes

pediátricos y sus acompañantes del hospital San Rafael, durante el proceso de hospitalización” es un proyecto de graduación diseñado por Regina Serpas y Daniela Bonet, que involucró a las carreras de Diseño Estratégico y Comunicaciones Integradas de *Marketing*. El proyecto tuvo una fase de investigación muy profunda para la detección de las necesidades de los pacientes del área de pediatría y sus acompañantes, al igual que el personal que está a cargo de esta área dentro del hospital. El estado socioemocional del paciente afecta negativamente el proceso de su recuperación, por lo que se creó una estrategia de adaptación con dos tácticas principales: 1. serie de actividades que potencian el entretenimiento, aprendizaje y generación de relaciones positivas a través de juegos guiados por la ludoteca del hospital; 2. pizarra con actividades lúdicas y didácticas sin intermediario para pacientes pediátricos y sus acompañantes.

6. El proyecto de graduación “Estrategia de apoyo psicológico y emocional para cuidadores de pacientes con cáncer que asisten a las actividades de los grupos de la fundación Edificando Vidas en el hospital de Maternidad”, diseñado por Isabella Panameño y Gabriela Moreno, tuvo como fin primordial entender las necesidades de los cuidadores de pacientes con cáncer, generando como resultado una serie de actividades en las áreas de autocuidado, entretenimiento y espiritual. El proyecto se basó en una investigación de campo y entrevistas profundas a los usuarios, generando un alto nivel de empatía que permitiera el entendimiento de sus necesidades para generar una solución viable y *ad hoc* a su estilo de vida.

a) Infografías de proyectos

A continuación se presentará una infografía con los resultados de cada proyecto desarrollado en la cátedra de Estudio Independiente o como proyecto de graduación.

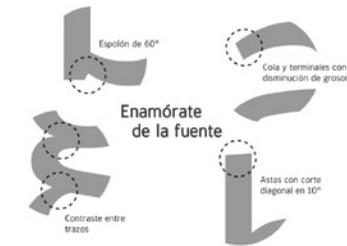
- Proyectos de Estudio Independiente

Infografía 1: "Diseño de Fuente Tipográfica Ecológica". Autor: Gerardo Martínez

Proyecto: RIVIERA SANS: FUENTE RIPOGRÁFICA ECOLÓGICA

Estudiante: Gerardo Martínez

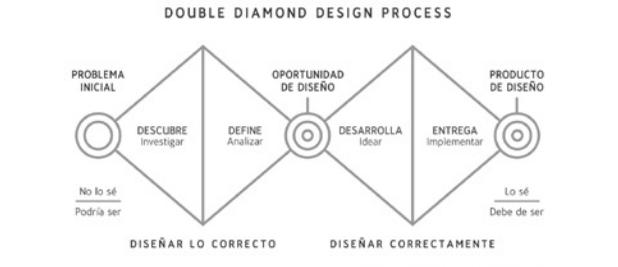
***Proyecto de Cátedra**



Descripción:
Para disminuir el impacto negativo al medio ambiente las empresas se están convirtiendo en paperless, limitando el uso de papel e impresiones. Con este fin nace Riviera Sans: fuente tipográfica ecológica sans serif humanística de 256 caracteres en versión Regular, Italic, Bold y Eco. Diseñada bajo la normativa ISO 8859, ahorra hasta 45% de tinta utilizando el efecto de sangrado para completar los caracteres. Puede ser utilizada en cualquier software editor de texto, sistema operativo Windows o MacOS e impresión inkjet o laser. Pretende incentivar a los tipógrafos a incluir el nuevo peso Eco dentro de sus diseños, generando un impacto económico y medio ambiental al reducir el consumo de tinta.

Objetivos:
Diseñar una fuente tipográfica ecológica para el ahorro de tinta por sangrado.

Resultados:
Se utilizó la metodología de diseño del Double Diamond (Design Council, 2005) por su habilidad de convertir un problema en una oportunidad para transformarlo en un producto de diseño tangible o intangible. Se desarrollaron las etapas de Descubrir, Definir criterios de diseño, Estudio de casos análogos, Análisis de Stakeholders, Desarrollo de la fuente (bocetos, vectorización, validación), Programación de la fuente en FontLab VI 5., Pruebas de impresión y medición del ahorro de tinta. Se generó un archivo de la fuente en formato .OTF y un manual que explica el uso, principales beneficios y características de la fuente tipográfica.



Problema Inicial: Las empresas tienen la necesidad de disminuir su impacto negativo hacia el medio ambiente.

Descubrir: Se identificó que las acciones más comunes que realizan los empresarios para disminuir su impacto negativo al medio ambiente, muchas veces son acciones orientadas al ahorro o en lugar de generar sostenibilidad, solo se realizan prácticas de responsabilidad social empresarial de corto plazo, enfocadas más en los beneficios que estas acciones le brindan a la marca.

Investigando más, se descubrió el ahorro a través de fuentes tipográficas con iniciativas como "Dear United States, you can save \$400 million", "Ecolbranding" y "Myson Eco".

Definir: Al tener todos los insumos de la etapa de investigación, ésta es transformada en insights por medio de diferentes herramientas de análisis.

A través de un mapa de stakeholders se identificaron a los actores dentro de una gran empresa y los perfiles transaccionales de decisión que giran en torno a marca y sostenibilidad, ya que estos serían los más involucrados en la implementación de esta fuente tipográfica.

Además se establecieron los criterios de diseño que la fuente tipográfica debía de cumplir en base a las características de una "washout typeface" por Erik Qualman.

- Ahorra de X asta
- Normas lingües
- Economía

Oportunidad de diseño: Desarrollar una fuente tipográfica que utilice menos tinta, generando un ahorro de recursos y disminuyendo el impacto medioambiental negativo de las empresas.

Desarrollo: Habiendo establecido los criterios de diseño para la fuente tipográfica, se privilegió con el desarrollo de ésta. Los pasos de creación de la fuente fueron:

- 1) Bocetar fuente tipográfica peso regular
- 2) Vectorización
- 3) Validación con experto: Tzafra Ramirez, diseñadora editorial de Guatemala
- 4) Programación de la fuente en FontLab VI
- 5) Pruebas de kerning
- 6) Bocetar fuente tipográfica peso ecológico
- 7) Vectorizar peso ecológico

Entrega: Para poder hacer uso de esta fuente tipográfica se generó un archivo que contiene la fuente en formato OTF y un manual que explica el uso, principales beneficios y características de la fuente tipográfica y esta puede ser utilizada por cualquier persona.

Elaboración propia basada en Britton Boggs (2005), 2005 y Jevon, 2008

*Fotografías proporcionadas por el estudiante.

Infografía 2: "Diseño de material lúdico/didáctico que explique los tratamientos médicos básicos a pacientes del área de pediatría de 4 a 6 años del hospital San Rafael, La Libertad". Autora: Regina Serpas

Proyecto: DISEÑO DE MATERIAL LÚDICO/DIDÁCTICO QUE EXPLIQUE LOS TRATAMIENTOS MÉDICOS BÁSICOS A PACIENTES PEDIÁTRICOS DE 4 A 6 AÑOS DEL HOSPITAL NACIONAL GENERAL SAN RAFAEL, LA LIBERTAD. ***Proyecto de Cátedra**

Estudiante: Regina Serpas

Descripción:
 Los pacientes y acompañantes del área de pediatría del Hospital Nacional General San Rafael necesitan entender de mejor manera los tratamientos médicos básicos a los que serán sometidos, por lo que surge la necesidad de crear un material lúdico apto para pacientes pediátricos de 4 a 6 años, para explicar dichos tratamientos de una manera más asequible. Se realizó una investigación profunda del usuario y sus necesidades para posteriormente crear un material que contiene una serie de personajes que asemejan los instrumentos médicos,

Objetivos:
 Conocer a profundidad el contexto donde se desenvuelven los pacientes pediátricos en el Hospital Nacional San Rafael para

Resultados:
 Se diseñó un material lúdico/didáctico que respondiera a las necesidades cognitivas, psicológicas y fisiológicas de los pacientes pediátricos, que explique los tratamientos médicos básicos de examinación física, la aplicación del catéter venoso y el encamado a pacientes pediátricos. Para ello se diseñaron una serie de personajes de animales que simulaban los instrumentos utilizados por los doctores, para que el paciente asimilara los tratamientos de forma lúdica. Por otro lado, se diseñó un material interactivo para involucrar y promover la participación de los padres responsables de los pacientes pediátricos.

COCREACIÓN CON LAURA MENDOZA

*Fotografías proporcionadas por el estudiante.

Infografía 3: “Creación de proceso de co-diseño que fomente la participación conjunta entre diseñador y artesano en el diseño de accesorios de interiorismo”. Autor: Hugo Ramírez Duarte

Proyecto: CREACIÓN DE PROCESO DE CO-DISEÑO QUE FOMENTE LA PARTICIPACIÓN CONJUNTA ENTRE DISEÑADOR Y ARTESANO EN EL DISEÑO DE PRODUCTOS DE INTERIORISMO.

Estudiante: Hugo Ramírez
*Proyecto de Cátedra



Descripción:
Este proyecto surge de la necesidad de generar un proceso de diseño que tuviera como premisa el trabajo colaborativo entre diseñador y artesano, para fortalecer las aptitudes, toma de decisiones, y autoestima del artesano. Se utilizó la metodología Projectual de Bruno Munari y el Human Centered Design de IDEO; pues se necesitaba una metodología que ayudara a generar trabajo colaborativo entre el diseñador y el artesano, y a establecer una conexión entre los participantes, bajo una metodología que facilitara la creación de un producto en colaboración.

Objetivos:
Diseñar un proceso de Co-Diseño, que fomente la participación conjunta entre el diseñador y el artesano en el diseño de productos de interiorismo. Comprender la dinámica de trabajo entre diseñadores y artesano para identificar en que etapas se puede generar el diseño colaborativo. Identificar las diferencias entre la co-creación y el co-diseño para saber qué metodología de trabajo es la más adecuada para el trabajo entre el diseñador y el artesano. Generar un prototipo funcional para comprobar su usabilidad y definir detalles de su producción.

Resultados:
Durante el proceso fue muy importante la generación de empatía con el usuario y que se esperaba que durante el desarrollo del proyecto este se convirtiera en un socio de trabajo y no nada más en un ejecutor. Para esto la metodología del Human Centered Design fue imprescindible debido a que se necesitaban eliminar barreras y paradigmas sociales que con mucha paciencia y una mente abierta lograron ser vencidas. Esta empatía facilitó en gran manera el proyecto ya que permitió el desenvolvimiento total del artesano. De igual manera la metodología projectual permitió poder darle acceso al artesano a nuevas tecnologías, nuevas formas de hacer las cosas y nuevas técnicas que mejoran la calidad del trabajo artesanal.

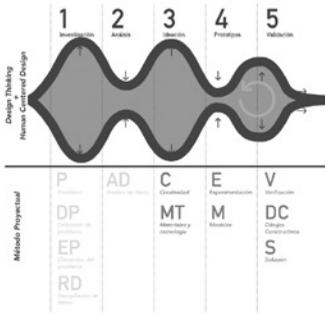
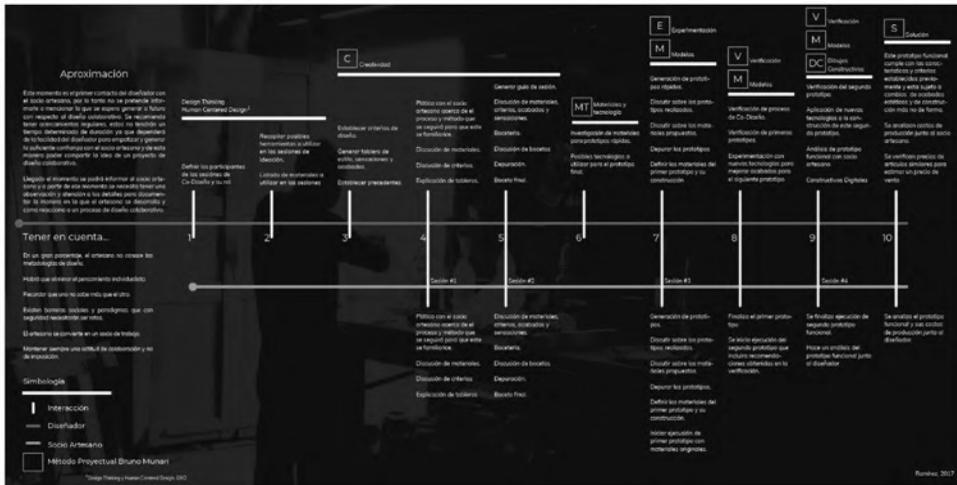


Diagrama de proceso de Co-Diseño



*Fotografías proporcionadas por el estudiante.

- Proyectos de graduación

Infografía 4: "Análisis sobre la práctica de los métodos de planificación familiar en las adolescentes embarazadas que asisten a la clínica de adolescentes del hospital San Juan de Dios, Santa Ana, para prevenir siguientes embarazos". Autora: Valeria Martínez, 2015-2016

Proyecto: ESTRATEGIA DE MEJORA EN EL SERVICIO DE LA CLINICA DE ATENCIÓN INTEGRAL AL ADOLESCENTE, HOSPITAL NACIONAL SAN JUAN DE DIOS.

Estudiante: Valeria Martínez

Estrategia de mejora en el servicio de la Clínica de Adolescentes

Información

Entorno

Atención

Objetivo general:

Mejorar el servicio actual de la Clínica de Adolescentes para potenciar la asistencia de las jóvenes embarazadas a sus controles prenatales mediante un servicio de salud amigable que responda a las necesidades de las pacientes.

Objetivos específicos:

Mostrar a las usuarias a través de un método de planificación por medio de herramientas de comunicación visual y a través de un control de seguimiento, la importancia de la prevención prenatal y otros pilares fundamentales del embarazo integral a la OMI.

Adaptar el entorno con base en las necesidades que la adolescente presenta durante el servicio, para hacer más agradable y provechosa su estancia en la clínica.

Optimizar la calidad en la prestación del servicio de la Clínica de Adolescentes mejorando la atención que recibe la usuaria para que exista una regularidad a sus controles prenatales.

Tácticas

Corto Plazo
6 meses a 1 año y medio

| | | |
|---|---|----|
| Herramientas de navegación del espacio de la clínica. | Readequación del espacio de la clínica. | NA |
|---|---|----|

Mediano Plazo
1 año y medio a 3 años

| | | |
|---|---|---|
| Iniciativas que se realicen con el personal de la clínica para mejorar la experiencia de la paciente en el espacio. | Implementación de señalética para facilitar la navegación de la paciente en el espacio. | Cuidados capacitación para el personal de la clínica. |
|---|---|---|

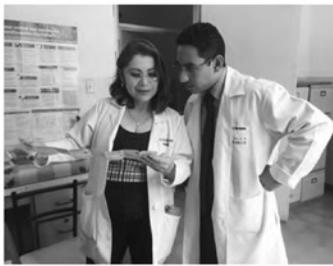
Largo Plazo
3 a 5 años

| | | |
|-----------------------------------|-----------------------------|--|
| Posición de ubicación en el país. | Remodelación de la clínica. | Capacitar al personal de la clínica por lo menos una vez al mes. |
|-----------------------------------|-----------------------------|--|

Descripción:
Según la investigación realizada, la mortalidad materna es la tercera causa de muerte en niñas y adolescentes entre 12 y 18 años. Esto se le atribuye a la falta de información y educación sexual que reciben los adolescentes y a la falta de servicios de salud amigables y sensibles. Este proyecto busca mejorar la calidad en la prestación del servicio de la Clínica de Adolescentes y la Red de servicios de salud (RIISS), para que la usuaria tenga una mejor experiencia y asista regularmente a sus controles prenatales.

Objetivo:
Contribuir al desarrollo de la adolescente en el contexto familiar y social, potenciar sus fortalezas y convertir sus debilidades en oportunidades de mejora, para tener mejor calidad de vida y reducir la morbi/mortalidad materna y neonatal.

Resultados:
Se desarrolló una estrategia de fortalecimiento del servicio en la Clínica de Atención Integral al Adolescente, en el Hospital Nacional San Juan de Dios de Santa Ana. La estrategia de servicio fue diseñada haciendo uso del método de diseño Human Centered Design, IDEO 2016, y otras herramientas de diseño. Se divide en tres pilares: Información, Entorno (espacio físico) y Atención. Entre las acciones desarrolladas están: Diseño e implementación de programa de sensibilización a la paciente y su acompañante sobre el uso adecuado de los métodos de planificación familiar, y la prevención de enfermedades infecto-contagiosas, Diseño e implementación de un Programa de socialización de la estrategia en el marco del presente Programa a todos los profesionales con los que los adolescentes tienen contacto intrainstitucional, fortaleciendo la aplicación integral del mismo, Diseño y desarrollo de un Programa de sensibilización de profesionales que atienden adolescentes, Readequación de la infraestructura de la Clínica de Atención Integral al Adolescente incorporando un método de señalética para facilitar la navegación del ciudadano en el espacio físico y/o procesos asistenciales y adecuando el espacio de la clínica para una estancia más confortable.







Fotografías de la etapa de prototipado y validación de las tácticas informativas con los usuarios de las herramientas y servicios.

*Fotografías proporcionadas por el estudiante.

Infografía 5: “Estrategia de intervención para el estado socioemocional de los pacientes pediátricos y sus acompañantes del hospital San Rafael, durante el proceso de hospitalización”. Autoras: Regina Serpas / Daniela Bonet, 2017-2018. ***Mejor tesis 2017-2018*

Proyecto: ESTRATEGIA DE INTERVENCIÓN PARA EL ESTADO SOCIO-EMOCIONAL DE LOS PACIENTES PEDIÁTRICOS Y SUS ACOMPAÑANTES DURANTE LA HOSPITALIZACIÓN **Estudiantes:** Regina Serpas Daniela Bonet



Descripción:

El proyecto consta de un Plan de intervención para la creación de experiencias adaptativas para los pacientes pediátricos y sus acompañantes, a través de mecanismos de interacción. El estado socioemocional afecta negativamente en el proceso de recuperación de los pacientes, por lo que surge la oportunidad de innovar con un proceso de diseño para crear una Estrategia de adaptación con dos tácticas: Actividades que potencian la distracción, aprendizaje y generación de relaciones positivas a través de juegos para la Ludoteca del Hospital y una Pizarra con actividades lúdicas y didácticas sin intermediario, para pacientes pediátricos y sus acompañantes.

Objetivos:

Mejorar la estancia hospitalaria de los pacientes pediátricos y sus acompañantes para crear un ambiente hospitalario agradable que potencie las respuestas positivas ante las dificultades de los procedimientos médicos y los protocolos institucionales y contrarreste el desarrollo de emociones negativas en el estado socioemocional.

Resultados:

Las fichas de actividades presentan la planeación de dinámicas y juegos sencillos con recursos o sin el uso o necesidad de recursos para llevarse a cabo. Estas actividades fueron seleccionadas y armadas según las características de los participantes, especialmente aquellas relacionadas con la enfermedad enfrentada y la capacidad de movilización. Dichas fichas facilitan la búsqueda y la implementación de actividades orientadas a pacientes pediátricos con enfermedades no crónicas. Estas serán impresas y entregadas a la Ludoteca Hospitalaria y podrán ser consultadas y descargadas por otras instituciones que visitan el hospital, a través de un link.

01 FICHAS DE ACTIVIDADES



02 ACTIVIDADES DIRECTAS EN EL ESPACIO HOSPITALARIO

Dentro del espacio hospitalario se colocará permanentemente una pizarra con diversas actividades sencillas en papel. La acompañante podrá tomar de estas actividades en aquellos momentos en los que la Ludoteca no esté en funcionamiento. Esta pizarra de actividades estará siendo equipada por la encargada de la Ludoteca Hospitalaria actualmente en funcionamiento.



*Fotografías proporcionadas por las estudiantes

Cada uno de los proyectos presentados anteriormente integra de alguna manera las características de un diseño social que se pueden definir en los siguientes puntos:

1. Definición del perfil del usuario y sus necesidades - Empatía con el usuario.
2. Análisis profundo del contexto en el que está inmerso el usuario.
3. Trabajo en equipos multidisciplinarios (inter y transdisciplina).
4. Co-creación con el usuario.
5. Planificación y aplicación del proceso de diseño: investigación, ideación, prototipo, iteración, validación e implementación.

Al respecto, Victor y Sylvia Margolin (2012) relacionan el proceso del diseñador al del trabajador social, que tiende a seguir un modelo de práctica general para la resolución de problemas, el cual se define en seis pasos: **vinculación, valoración, planificación, implementación, evaluación y conclusión**. Todo el proceso se lleva a cabo de manera colaborativa con el sistema cliente. Este planteamiento tiene mucha relación con los procesos de diseño centrados en el usuario que se utilizan en la actualidad y aporta desde una perspectiva práctica al modelo centrado en las necesidades humanas y no en la solución o producto como resultado.

A continuación, se presenta un cuadro en el que se sintetizan las áreas de diseño aplicadas en los proyectos de los estudiantes de Diseño Estratégico y sus características.

Cuadro 2: Características del diseño social aplicadas a los proyectos de Diseño Estratégico

| Proyecto | Autor | Área de diseño social | Características del diseño social aplicadas |
|---|---|------------------------------|---|
| Diseño de Fuente Tipográfica Ecológica | Gerardo Martínez | Impacto en el medio ambiente | Análisis del contexto desde investigación de fuentes secundarias; diseño de fuente tipográfica validada con expertos |
| Diseño de material lúdico/ didáctico que explique los tratamientos médicos básicos a pacientes del área de pediatría de 4 a 6 años del hospital San Rafael, La Libertad | Regina Serpas | Salud, niñez | Análisis del contexto en el que está inmerso el usuario, proceso colaborativo con diversos actores (doctores, enfermeras, acompañantes) |
| Creación de proceso de co-diseño que fomente la participación conjunta entre diseñador y artesano en el diseño de accesorios de interiorismo | Hugo Ramírez | Binomio diseño- artesanía | Colaboración; procesos de co-creación con artesano |
| Análisis sobre la práctica de los métodos de planificación familiar en las adolescentes embarazadas que asisten a la clínica de adolescentes del hospital San Juan de Dios, Santa Ana, para prevenir siguientes embarazos | Valeria Martínez | Salud, educación sexual | Análisis del contexto en el que está inmerso el usuario; co-creación con el usuario; validación de estrategia con expertos |
| El estado socioemocional de los pacientes pediátricos del hospital San Rafael, durante el proceso de hospitalización | Regina Serpas, Daniela Bonet Isabella Panameño, | Salud, niñez | Análisis del contexto en el que está inmerso el usuario; proceso colaborativo con diversos actores (doctores, enfermeras, acompañantes) |
| Impacto psicológico y emocional en los co-sobrevivientes que acompañan a los pacientes de cáncer de mama o tiroides que asisten a las actividades de los grupos de apoyo de la fundación Edificando Vidas | Gabriela Moreno | Salud, cáncer | Análisis del contexto en el que está inmerso el usuario; co-creación con el usuario; validación de estrategia con expertos |

Fuente: elaboración propia a partir de los proyectos de los estudiantes de Diseño Estratégico.

2.4 Perspectivas de los estudiantes de Diseño Estratégico

Para reforzar el objetivo de la investigación en torno a si las ideas de diseño social han permeado en los estudiantes a lo largo del desarrollo de su carrera,

efectué una serie de preguntas a los estudiantes que diseñaron los proyectos antes expuestos. A continuación, las respuestas que expresan algunos de los aspectos sobre diseño social planteados en esta investigación, desde el punto de vista conceptual hasta la aplicación práctica en sus proyectos.

Cuadro 3

| Serpas, R. | |
|---|---|
| 1. ¿Qué es diseño social? | Diseño social es todo aquel cambio positivo y responsable ante las necesidades de una sociedad cambiante; es usar las técnicas de diseño para cambiar situaciones vulnerables que van más allá de toda necesidad secundaria creada por el mundo comercial |
| 2. ¿Qué características debe tener un diseño para ser considerado innovación social? | Que cambie una realidad vulnerable Sostenible en el tiempo Apegado a la realidad de las personas afectadas Responsable con el medio ambiente Que solvete una necesidad sin traer otros problemas Que sea una solución ética Que busque el bien común y no solo el de un cierto sector y afectando otro |
| 3. ¿Cree que se le inculcó/enseñó sobre el diseño social en la carrera de DE/CIM? | Tuve la oportunidad de participar en ICFF Schools y esto se volvió nuestro motto; el hecho de que los diseñadores tenemos la oportunidad de construir una visión holística ante situaciones donde hay una necesidad latente, nos da la responsabilidad de buscar cambios que vayan más allá del aumento de ventas de una empresa. Sin embargo, sí tengo un segundo punto de vista que altera un poco lo que he expuesto anteriormente; si vemos el espectro completo, el ayudar a una empresa a aumentar sus ventas permite aumentar su personal, esto implica reducción de pobreza a través de la sostenibilidad laboral. Con esto quiero decir que aunque el término diseño social nazca a partir de una visión humana/social y no comercial, la finalidad del diseño comercial puede llevar a crear un híbrido |
| 4. ¿Qué materias o instancias de su carrera fueron las que le enseñaron este enfoque? | Diseño Responsable es la materia que más nos inculcó este concepto. Otras materias hablan sobre la importancia de la sostenibilidad, pero dentro de una visión más comercial |
| 5. ¿Quiénes son referentes del diseño social? | Definitivamente Papanek, gracias a que lo conocí en las materias de Diseño Responsable |

Cuadro 4

| Ramírez, H. | |
|---|---|
| 1. ¿Qué es diseño social? | Diseño social es una nueva visión del diseño más humana y menos mercantil. Si bien es cierto lo que queremos es generar productos, servicios, experiencias, etc., el fin último debe ser el desarrollo del ser humano, ya sea haciéndole partícipe de la toma de decisiones o desarrollando ideas o proyectos que promuevan el desarrollo de la calidad de vida de los usuarios. Además, se deberán atender necesidades puntuales y no generar ideas sin fundamento o sin un propósito humanístico claro |
| 2. ¿Qué características debe tener un diseño para ser considerado innovación social? | Como su mismo nombre nos lo indica, para considerarse innovación social el diseño debe estar destinado al servicio de la sociedad, específicamente de los más vulnerables, los menos atendidos y excluidos socialmente. Deberá ser un diseño para la comunidad, para las grandes mayorías. Un diseño que tome en cuenta a los que serán afectados directamente por el diseño y que haga uso de tendencias como la economía circular, que promueve la participación activa de la comunidad en procesos de diseño |
| 3. ¿Cree que se le inculcó/enseñó sobre el diseño social en la carrera de DE/CIM? | Definitivamente, la ECMH es la razón por la que ahora desarrollo proyectos que benefician a los colaboradores de mi proyecto, ya sea promoviendo el desarrollo económico de sus familias o dándoles el valor que se merecen por su técnica o trayectoria en el oficio que practican y transmitiendo esto al consumidor final |
| 4. ¿Qué materias o instancias de su carrera fueron las que le enseñaron este enfoque? | La primera materia que me enseñó el enfoque de diseño social fue Diseño Responsable, en la que tuve mi primer acercamiento a una materia que promueve una visión más amplia del diseño. Luego vinieron materias como Emprendimiento, en la que nace mi proyecto CentroSur, al cual me dedico ahora a tiempo completo; y esta idea o visión de diseño fue confirmada en la materia de Estudio Independiente y consolidada con mi trabajo de graduación |
| 5. ¿Quiénes son referentes del diseño social? | Mis referentes son de la región, como Meso Home Goods de Guatemala, Lula Mena en El Salvador, Lagos del Mundo de México |

Cuadro 5

| Martínez, V. | |
|---|---|
| 1. ¿Qué es diseño social? | Disciplina enfocada en mejorar la calidad de vida de un sector o segmento de la población. Comprender sus características, necesidades y estilo de vida para aportar soluciones que se adapten a sus capacidades, habilidades y deseos, a modo de que mejoren su calidad de vida |
| 2. ¿Qué características debe tener un diseño para ser considerado innovación social? | Sostenibilidad Calidad Viabilidad Usabilidad |
| 3. ¿Cree que se le inculcó/enseñó sobre el diseño social en la carrera de DE/CIM? | Explícitamente, no. Creo que se debe hacer mayor exposición sobre el diseño social como tal, ya que es una carrera que parte de lo social |
| 4. ¿Qué materias o instancias de su carrera fueron las que le enseñaron este enfoque? | Las materias que me enseñaron sobre diseño social fueron: Diseño Responsable, Metodologías de Diseño Centradas en el Usuario, Estudio Independiente, Seminario de Titulación |
| 5. ¿Quiénes son los referentes del diseño social? | Sin duda alguna, los docentes de las cátedras mencionadas anteriormente, la directora de carrera (asesora de tesis) y un par de personas profesionales independientes o personas naturales que viven en condición de vulnerabilidad, que he conocido a lo largo del camino, quienes día a día deciden hacer un cambio para mejorar su situación |

Cuadro 6

| Panameño, I. | |
|---|---|
| 1. ¿Qué es diseño social? | Es el diseñar una solución innovadora para ayudar a un usuario con una necesidad específica. Lo que se va a diseñar puede ser innovando tanto un producto o servicio que mejore la calidad de vida de las personas, pues la idea es beneficiar a la persona con algo que necesitan |
| 2. ¿Qué características debe tener un diseño para ser considerado innovación social? | Que sea un producto o servicio que ayude a un usuario específico y que al mismo tiempo tenga el fin de colaborar y no comercializar el diseño. Asimismo, este debe ser sostenible y aprovechar las características del diseño circular para poder lograrlo |
| 3. ¿Cree que se le inculcó/enseñó sobre el diseño social en la carrera de DE/CIM? | Creo que no se enseña sobre el diseño social tal cual como "esto es diseño social" en Diseño Estratégico, se aprende de manera implícita dentro de las materias y actividades que se realizan en la carrera |
| 4. ¿Qué materias o instancias de su carrera fueron las que le enseñaron este enfoque? | Durante mi carrera, materias como Diseño Responsable, Estudio Independiente, algunos casos durante los 5 años de carrera y la tesis fueron los que me enseñaron sobre el término y enfoque de diseño social. Como instructora de la materia de Diseño de Espacios II, reforcé mi conocimiento sobre este enfoque al aprender sobre el diseño y la economía circular y cómo este es importante para hacer sostenible la solución que se está diseñando |
| 5. ¿Quiénes son los referentes del diseño social? | No conozco muchos, pero recuerdo a Ezio Manzini |

Cuadro 7

| Moreno, G. | |
|---|---|
| 1. ¿Qué es diseño social? | Es el diseño que se enfoca en buscar una solución a una necesidad o problemática identificada dentro de una sociedad. Se aleja de los fines comerciales y se enfoca en acciones para ayudar a la solución de problemas perversos como pobreza, enfermedades, impacto ambiental, educación, entre otros |
| 2. ¿Qué características debe tener un diseño para ser considerado innovación social? | Que sea una solución viable, nueva o mejorada; toma en cuenta el impacto ambiental, aprovecha eficientemente los recursos disponibles |
| 3. ¿Cree que se le inculcó/enseñó sobre el diseño social en la carrera de DE/CIM? | De cierta manera siempre estuvo presente, algunos catedráticos profundizaban más que otros, pero siempre estuvo presente en la mayoría de las materias, casos y proyectos. Aunque no tuvimos una clase específica de diseño social, lo más cercano fue la clase de Diseño Responsable |
| 4. ¿Qué materias o instancias de su carrera fueron las que le enseñaron este enfoque? | Diseño Responsable, Historia del Diseño II (recuerdo que German nos habló sobre esto y formulamos un proyecto), el caso que realizamos con microempresarios de Sonsonate, proyectos de Puerto Naranja y Estudio Independiente |
| 5. ¿Quiénes son los referentes del diseño social? | No sé |

Fuente: elaboración propia a partir de las respuestas a las preguntas realizadas vía correo electrónico.

Luego de revisar las respuestas de los estudiantes sondeados, se puede concluir que durante su carrera han tenido un acercamiento al diseño social por diversas vías: en asignaturas específicas, proyectos de graduación y proyectos de casos y juegos pedagógicos que la institución promueve. De acuerdo con las respuestas sobre qué es diseño social, considero que hay aspectos clave en las concepciones de los estudiantes como el hecho de poner al usuario al centro del proceso, diseñar con base en sus necesidades y mejorar la calidad de vida de las personas, mismas que están alineadas con varios de los conceptos definidos por expertos en esta investigación.

De igual manera, los estudiantes están conscientes de que las soluciones deben ser viables y sostenibles, y en especial que se considere el impacto de las mismas. También se refieren a conceptos como la economía circular y la colaboración para el logro de propuestas integrales, que respondan a necesidades reales de los más desfavorecidos.

Una de las principales asignaturas a la que los estudiantes hacen referencia es Diseño Responsable, cuyo programa está enfocado en el diseño para la innovación social y ha ido evolucionando desde el aspecto metodológico de enseñanza hasta el tipo de usuarios y proyectos que se desarrollan en clase. Otra asignatura en la que se desarrollan proyectos de índole social es Estudio Independiente, materia que tiene la peculiaridad que el estudiante elige el proyecto a desarrollar, y un buen porcentaje de estudiantes selecciona trabajar problemáticas sociales con diversas entidades relacionadas a la salud, educación, medio ambiente versus proyectos comerciales con empresas. Esto demuestra el alto interés que tienen los estudiantes por esta área del diseño.

Dos autores de los citados en esta investigación son mencionados por los estudiantes como referentes del diseño social: Ezio Manzini y Victor Papanek. Llama poderosamente la atención la mención de referentes salvadoreños como Lula Mena y referentes de la región latinoamericana; sin embargo, es preocupante que algunos estudiantes no hayan identificado más de dos autores en su respuesta. Por otro lado, es notorio que

los estudiantes vean en sus docentes referentes del diseño social.

III. Conclusiones y recomendaciones

El concepto de diseño social ha ido perfilándose y poniéndose en práctica según los autores referenciados en este escrito, y los diseñadores han ido incorporando nuevas metodologías para dar solución a las necesidades de los usuarios.

Es importante que en las escuelas de diseño se aborden problemáticas tanto sociales como comerciales, desarrollando una visión crítica del diseño en la investigación y enseñanza de este. Para efectos de esta investigación, creo necesario seguir motivando a los estudiantes a explorar ambas áreas, pero con énfasis en el diseño social, y motivarles a sumergirse en problemáticas que los hagan salirse de su zona de confort. Así como los proyectos de los estudiantes expuestos en este artículo abordan temas de salud, educación, medio ambiente, es necesario seguir explorando nuevos campos de acción y situaciones que afrontan las comunidades de las diversas zonas de nuestro país y la región.

A partir de los procesos desarrollados en proyectos de índole social, los estudiantes se enfrentan a trabajar en equipos interdisciplinarios con expertos y profesionales de diversas áreas, lo cual contribuye a la formación holística del diseñador; además, les permite estar inmerso en contextos reales y entender los aspectos socioculturales que les permiten definir la responsabilidad de su quehacer como diseñador estratégico.

La manera de desarrollar proyectos de diseño ha ido cambiando y evolucionado a nuevas maneras de co-crear y trabajar, por lo que es imperante que en la metodología de enseñanza-aprendizaje se aplique el "aprender haciendo", el análisis y la reflexión, fomentando el proceso de co-creación con el usuario para producir soluciones acordes a las necesidades latentes y no a los caprichos del estudiante/diseñador.

Se debe reforzar la lectura de autores referentes del diseño social, como los presentados en esta

investigación, para que los estudiantes puedan forjar una visión propia del diseño y sustentar de mejor manera sus propuestas, abonando así a la mejora de la calidad de vida de las personas y de la sociedad. Según Raquel Pelta (2015), en el contexto de la innovación social el diseño es un instrumento estratégico y los diseñadores pueden emplearlo como catalizador del cambio social, involucrando a los usuarios en procesos de diseño colaborativo, convirtiendo ideas abstractas en modelos o sistemas o mejorando la calidad de los servicios. Por tanto, entender el estado del arte y dimensionar diversas perspectivas abonará a la autorreflexión del estudiante sobre cuál es su papel como agente de cambio en la sociedad y a enfocar sus proyectos a la mejora de su entorno.

Se debe reforzar en la enseñanza sobre conocimientos y habilidades enfocados en abordar problemáticas sociales y gestión de equipos multidisciplinarios, en especial por la diversidad de aspectos no relacionados al diseño que se deben afrontar para la resolución de este tipo de problemas. Se necesita no solo de soluciones creativas, sino también de diseños responsables que profundicen en la importancia del proceso creativo como medio para conseguir respuestas integrales a los problemas locales de diseño. De igual forma, se deben explorar nuevas metodologías y modelos de intervención, al mismo tiempo que tener métodos para validar y medir el impacto de las decisiones tomadas en torno a las soluciones planteadas.

Por otro lado, se debe fortalecer la enseñanza de metodologías de investigación y de ciencias sociales, específicamente las relacionadas al comportamiento humano. Para un diseñador enfocado en lo social, es indispensable profundizar en el conocimiento de las áreas de psicología, sociología, antropología, dado que muchas soluciones tienen que ver con la transformación de comportamientos arraigados y maneras de hacer las cosas. Los diseñadores deben reforzar la empatía para detectar las necesidades del usuario y alinear sus hallazgos con soluciones efectivas. De igual manera, el conocer sobre políticas públicas puede ampliar el rango de incidencia de las soluciones diseñadas.

Creo importante la creación de un Laboratorio de Diseño e Innovación Social en la Escuela de Comunicación Mónica Herrera para desarrollar proyectos que den solución a necesidades del contexto local y motivar a nuestros estudiantes a la creación de propuestas de esta índole, permitiéndoles expandir sus áreas de investigación y acercarse a contextos diferentes al que usualmente se enfrentan. De igual forma, dentro de esta instancia se debe fomentar la investigación en diseño, la experimentación, la ideación de soluciones y la creación de prototipos, al mismo tiempo que fortalecer la colaboración entre los diversos actores para atender problemáticas complejas y de interés local e internacional. Estos actores pueden incluir entidades gubernamentales y municipales, la empresa privada con sus programas e iniciativas sociales, comunidades en riesgo, ONG, micro, pequeña, mediana y gran empresa, entre otros, con el fin de crear redes de incidencia y fortalecer procesos de co-diseño entre expertos en las diferentes áreas.

Para finalizar, y no menos importante, a las escuelas de diseño nos compete la formación de un diseñador comprometido, ético, consciente, reflexivo, que pueda integrar equipos multidisciplinarios para abordar, con una perspectiva más amplia, las necesidades de los seres humanos, los problemas latentes de nuestras sociedades, gestionado propuestas sostenibles y reflexionando sobre el impacto de sus soluciones. Formar en los estudiantes las competencias para afrontar los nuevos y grandes desafíos ambientales, económicos y sociales desde la perspectiva del diseño, y fortalecer su compromiso como miembros activos de una sociedad cada vez más necesitada de actores conscientes e involucrados.

Bibliografía

- Aguirre Ramos, J. A. (2018). Pistas para aproximarse al diseño social: antecedentes y posturas. *Revista KEPES*, 15 (17), 9-26. DOI: 10.17151/kepes.2018.15.17.2
- AIGA. (1999). <https://www.aiga.org/medalist-tiborkalman>.
- Barzola, M. (2018). Prospectiva latinoamericana desde la filosofía del diseño social. *Cuaderno 69: Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, pp. 31-38, ISSN 1668-0227.
- Bonsiepe, G. (1978). *Teoría y práctica del diseño industrial*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Brown, T. (2008). Design Thinking. *Harvard Business Review*, 86(6), 84-92.
- Brown, T. (2009). *Change by Design*. EE. UU.: Harper Collins.
- Brown, T. y Wyatt, J. (2010). Design Thinking for Social Innovation. *Stanford Social Innovation Review*.
- Caló, J. (2012). El abordaje de la dimensión social en el diseño industrial. http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/40733/Documento_completo.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Calvera, A. (2005). *Arte y Diseño. Nuevos capítulos en una polémica que viene de lejos*. Madrid: Editorial Gustavo Gili.
- Cross, N. (2001). Designerly Ways of Knowing: Design Discipline Versus Design Science. *Design Issues: Volume 17, Number 3, Summer 2001*.
- Cullen, M. (1996). *Reputations: Tibor Kalman*. <http://www.eyemagazine.com/feature/article/reputations-tibor-kalman>
- Cox, G. *Cox Review*, Londres, Design Council 2005 en: https://webarchive.nationalarchives.gov.uk/+/http://www.hm-treasury.gov.uk/d/Cox_review-foreword-definition-terms-exec-summary.pdf
- Dempsey, A. (2002). *Estilos, escuelas y movimientos*. Barcelona: Blume.
- Droste, M. (2002). *Bauhaus*. Barcelona: Taschen.
- Fiell, P. y Charlotte. (2005). *Diseño del siglo XX*. Barcelona: Taschen.
- Frascara, J. (2008). *Diseño gráfico para la gente. Comunicaciones de masa y cambio social*. Buenos Aires: Ediciones Infinito.
- Fernández, S. (2008). *Historia del diseño en América Latina y el Caribe*. São Paulo: Editora Blücher.
- Gómez B. Y. (2011). La responsabilidad social de diseñador. *Gráficas disciplinares de la UCP*. Colombia. N.o 14: 7-12.
- Koskinen, I. y Hush, G. (2016). Utopian, molecular and sociological social design. *International Journal of Design*, 10(1), 65-71.
- Lesso, R. (2019). *Ruskin and Morris: The Arts and Crafts Idealists*. <https://blog.fabrics-store.com/2019/04/19/ruskin-and-morris-the-arts-and-crafts-idealists/>
- Manzini, E. (2014). Design for social innovation vs. social design. <https://www.desisnetwork.org/2014/07/25/design-for-social-innovation-vs-social-design/>
- Manzini, E. (2015). *Cuando todos diseñan. Una introducción al diseño para la innovación social*. Madrid: Experimenta Editorial.
- Margolin, V. (2017). *Construir un mundo mejor: Diseño y responsabilidad social*. México: Editorial Designio.

Margolin, V. y Margolin, S. (2002). A "Social Model" of Design: Issues of Practice and Research. Massachusetts: Design Issues.

McKnight, J. (2016). Alejandro Aravena makes housing designs available to the public for free.

<https://www.dezeen.com/2016/04/06/alejandro-aravena-elemental-social-housing-designs-architecture-open-source-pritzker/>

Meggs, P. (1998). Historia del diseño gráfico. México: Trillas.

Papanek, V. (2014). Diseñar para el mundo real. Ecología humana y cambio social. Barcelona: Pollen edicions.

Pelta, R. (2004). Diseñar hoy. Temas contemporáneos de diseño gráfico. Barcelona: Paidós.

Pelta, R. (2011). Victor Papanek: algunas ideas sobre ecología desde el diseño. <http://www.monografica.org/01/Art%C3%ADculo/2387>

Resnick, E. (2019). The Social Design Reader. London: Bloomsbury.

Satué, E. (1994). El diseño gráfico. Desde los orígenes hasta nuestros días. Madrid: Alianza Forma.

Simon, H. A. (1996). The Sciences of the Artificial, 3.ª ed. Cambridge, MA: MIT Press.

Thakara, J. (2005). In the bubble. Designing in a Complex World. Cambridge (Mss): MIT Press.

Vega, E. (2019). De Weimar a Ulm. Mito y realidad de la Bauhaus 1919-1972. Madrid: Experimenta Editorial.

Whiteley, N. (1993). Design for Society. Londres: Reaktion Books.

Nosotros, los humanos, estamos dotados de todo lo necesario para elegir el camino correcto que, una vez elegido, resultará ser el mismo para todos (Zygmunt Bauman)