

DISEÑO SOCIAL: ENFOQUES Y PROYECTOS DE DISEÑO INDUSTRIAL EN LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE COLOMBIA¹

Recibido: enero 29 de 2016 / **Revisado:** octubre 10 de 2016 / **Aceptado:** diciembre 1 de 2016
Por: Adriana Bastidas Pérez², Helen Rocío Martínez³

Para citar este artículo/To reference this article/Para citar este artigo

Bastidas, A. & Martínez, H. (julio-diciembre, 2016). Diseño social: enfoques y proyectos de diseño industrial en la Universidad autónoma de Colombia. *Investigium IRE: Ciencias Sociales y Humanas*, VII (2), 48-64. Doi: <http://dx.doi.org/10.15658/CESMAG16.05070205>

RESUMEN

Desde los orígenes del diseño como profesión, se han expresado visiones en torno a su papel en la resolución de problemas de las personas y la sociedad. Se planteó como objetivo identificar las herramientas dinámicas y formas de pensamiento que configuran la apropiación del enfoque social en dicho programa. Para esto se realizó una revisión de referentes bibliográficos, prácticas y proyectos, organizaciones promotoras y experiencias académicas. Se parte de la comprensión del concepto de diseño social desde miradas históricas, metodológicas y campos de acción en los que se manifiesta. Como parte del proceso de recolección de información, se estudiaron trabajos de grado, se realizaron entrevistas abiertas a docentes y egresados con la intención de fomentar, debatir y registrar conocimientos, opiniones o percepciones alrededor del papel del Diseño en iniciativas de impacto e innovación social. En el transcurso de la investigación se desarrolló un ejercicio académico-curricular que permitió identificar las competencias del diseño industrial al servicio de la innovación social y conocer la disposición, destrezas y falencias de los estudiantes para este tipo de prácticas. Con la investigación se demuestra el creciente interés de los docentes y estudiantes por este tipo de temas y la apertura de escenarios de práctica que permiten formar profesionales especializados en Diseño Social.

Palabras clave: diseño industrial, diseño social, formación profesional, innovación social, pedagogía del diseño

¹ El artículo presenta el desarrollo de la investigación: "Diseño social. Identificación y visibilización de los enfoques conceptuales y metodológicos en el programa de Diseño Industrial de la Universidad Autónoma de Colombia.

² Diseñadora industrial de la Universidad Nacional de Colombia y Master en Diseño de Producto. Docente universitaria hace nueve años y actualmente se desempeña como docente investigadora en la Universidad Autónoma de Colombia. Email: adriana.bastidas@fuac.edu.co

³ Diseñadora Industrial de la Universidad Nacional de Colombia y Máster en Edición. Se ha desempeñado como docente universitaria y actualmente está vinculada como coinvestigadora en CEIDE. Es creadora de la Fundación Co-Ser que se orienta a la promoción del pensamiento de diseño. Email: helenmartinez.dindustrial@gmail.com



SOCIAL DESIGN: APPROACHES AND PROJECTS OF INDUSTRIAL DESIGN IN THE UNIVERSITY AUTONOMOUS OF COLOMBIA

ABSTRACT

From origins of design as profession, is have expressed visions around its role in the problems resolution of people and the society. Are raised as objective identify dynamic tools and thought forms that configured social approach appropriation in said program. For this is carried out a review of bibliographical references, practices and projects, promoter organizations and academic experiences. Is part of understanding of social design concept from historical, methodological outlooks, and action fields in which is manifest itself. As part of information collection process, is studied grade works, is conducted open interviews to teachers and graduates with the intention of promote, discuss and register knowledge, opinions or perceptions around the role of design in impact initiatives and social innovation. In the course of investigation unfolded an academic - curriculum exercise which allowed to identify competences of industrial design at the service of social innovation and meet provision, skills and shortcomings of students for such practices. With research is shows growing interest of teachers and students by this themes type and opening scenarios of practice that allow form specialized professional in Social Design.

Keywords: industrial design, social design, vocational training, social innovation, design pedagogy.

O DESIGN SOCIAL: ABORDAGENS E PROJECTOS DE DESIGN INDUSTRIAL NA UNIVERSIDADE AUTÔNOMA DA COLÔMBIA

RESUMO

Desde as origens do design como uma profissão, se tem expressado pontos de vista sobre o seu papel na resolução dos problemas das pessoas e da sociedade. Gera-se como objetivo identificar as ferramentas dinâmicas e formas de pensamento que compõem a apropriação da abordagem social nesse programa. Para isso, se fez uma revisão de referências bibliográficas, práticas e projetos, organizações que promovem e experiências acadêmicas. Parte-se da compreensão do conceito de design social a partir de miradas históricas, metodológicas e campos de ação em que ela se manifesta. Como parte do processo de recolha de informações, foram estudados documentos de grau, foram feitas entrevistas abertas com os professores e graduados com a intenção de promover, discutir e registrar conhecimentos, opiniões ou percepções sobre o papel do Design nas iniciativas de impacto e inovação social. No decurso da investigação desenvolveu-se um exercício acadêmico-curricular que identificou as competências do design industrial ao serviço da inovação social e saber a disposição, habilidades e fraquezas dos alunos para tais práticas. Com a pesquisa amostra-se o crescente interesse de professores e estudantes para este tipo de temas e a abertura de cenários de prática que permitem formar profissionais especializados em design social.

Palavras-chave: design industrial, design social, formação profissional, inovação social, pedagogia do design.



INTRODUCCIÓN

A lo largo del tiempo, el rol del diseño se ha transformado de acuerdo a los cambios de la sociedad en la que se inscribe. La estrecha relación que el diseño tiene con el desarrollo técnico e industrial, ha provocado cambios profundos en los entornos social, material y ambiental. Históricamente el diseño se ha asociado a las fuerzas del mercado, pero, a la vez, han surgido propuestas, orientaciones e iniciativas que reflejan una toma de conciencia y una forma de actuar frente a los problemas y necesidades de la sociedad. El rol social del diseñador se ha ido clarificando, y si bien la profesión siempre estará asociada al desarrollo tecnológico y a la configuración material del entorno, la prioridad y propósito hoy por hoy son las relaciones y experiencias humanas.

EIS, como enfoque disciplinar, adquiere cada día más reconocimiento e interés por parte de las instituciones educativas, gubernamentales, sociales, políticas y empresariales. Campos de pensamiento y acción como la responsabilidad social, la innovación social, la sustentabilidad, el desarrollo humano y el cambio social enmarcan retos y oportunidades para el ejercicio del diseño con un enfoque centrado en la resolución de problemas sociales y orientado al mejoramiento de la calidad de vida, la equidad social, la humanización de la tecnología y la sostenibilidad ambiental.

En el caso de la Universidad Autónoma (2002) se identificaron condiciones de base que han promovido un interés por abordar la resolución de problemáticas sociales en el Programa de Diseño industrial; la institución manifiesta un marcado interés social, expresado en su Proyecto Educativo Institucional (PEI), donde se compromete a producir, en los proyectos de investigación y docencia, conocimiento que aporte soluciones a los graves problemas del país:

Producir conocimientos útiles y contextualizados que ofrezcan reflexiones serias y soluciones a los graves problemas que afronta el país, tales como: pobreza de grandes sectores de la población en todas las regiones, dificultad para incorporar la ciencia y la tecnología a la pequeña y mediana empresa,

costumbres políticas corruptas e ineficacia de la justicia, deficiente cobertura educativa en todos los niveles y depredación del patrimonio ecológico y cultural (p. 6).

Por su parte, el programa de Diseño Industrial, aunque no cuenta con escenarios curriculares específicos para el desarrollo de propuestas con un enfoque social, promueve, en la formación de sus estudiantes, el desarrollo de competencias para la resolución de problemas, el pensamiento lateral, el aprendizaje y desarrollo de conocimientos colaborativos y coparticipativos bajo un enfoque centrado en las personas desde su rol como consumidores y usuarios; ante todo propone una mirada contextual y sistémica que va más allá de la relación objeto-sujeto y permite la comprensión del ser humano como individuo y las condiciones culturales, sociales, políticas, ambientales y económicas bajo las que actúa y se desarrolla en comunidad.

El artículo presenta las características principales de la investigación: *Diseño Social: identificación y visibilización de los enfoques conceptuales y metodológicos en el programa de Diseño industrial de la Fundación Universitaria Autónoma de Colombia (FUAC)*, donde se indagó -a partir de la revisión de trabajos de grado y de la malla curricular, entrevistas a docentes y egresados y el seguimiento a la puesta en práctica de una experiencia académico-comunitaria-, los diferentes enfoques, formas de pensamiento, herramientas e instrumentos metodológicos y las áreas de interés que dentro del programa de Diseño industrial enmarcan el enfoque social de su formación.

¿Por qué pensar en “lo social” desde el diseño?

A partir de la Revolución industrial, el paradigma dominante en la misión del diseño ha sido la creación de productos para la venta y el consumo. Pero a la par del desarrollo y consolidación de dicha misión, se han desencadenado acciones y discursos que han contribuido al cambio en la definición del campo de acción y los alcances que el diseño hoy presenta.

Ante todo, los mismos diseñadores han reconocido y reaccionado frente a su responsabilidad en el compromiso futuro de los recursos del planeta y



de la humanidad. Han propuesto formas y enfoques para hacer su trabajo más significativo, relevante y útil con la sociedad (Press & Cooper, 2003), expresando el compromiso de ir más allá de la satisfacción de necesidades del mercado, y convertir al diseño en un proceso o modo de acción para responder a problemáticas más complejas, en aspectos sociales, ambientales, políticos y culturales.

Tanto en el discurso de los diseñadores como en diversas fuentes de información interdisciplinar (artículos, conferencias, ponencias, libros), se encuentran multitud de términos para identificar y describir esta área de interés: Diseño Social, de Base de la pirámide, Humanitario, Socialmente responsable, para el Cambio social, para el Impacto social, para la Innovación social, entre otros. Esta abundancia de expresiones es reflejo del permanente estado de construcción del enfoque social del diseño y de la misma definición de la disciplina. Por tanto, es importante aclarar los significados detrás de estas definiciones, los campos de acción, las prácticas, teorías y metodologías que los caracterizan.

En primer lugar, es claro que el diseño, como acción, es social. En su desarrollo, el diseño (y en especial el diseño industrial) usualmente es ejecutado por equipos y, muchas veces, implica la participación directa de clientes y usuarios así como de consultores externos, fabricantes, comercializadores o asesores. Esa integración humana en pro de la realización de una idea, es el verdadero trabajo de diseño. Además, desde que el diseño implica la toma de decisiones sobre futuros deseados, su validez radica, sobre todo, en lo social: en personas que comparten un compromiso para materializar ese tipo de futuro (Tonkinwise, 2015). Por tanto, en la acción de concebir, decidir y realizar una idea, el diseñador se caracteriza por actuar como mediador, comunicador y vinculador de agentes con conocimientos. Estas características, tanto de la acción como del profesional del diseño, son fundamentales no sólo para la realización de productos orientados al consumo y comercialización sino que son una fortaleza a la hora de afrontar la resolución de retos sociales.

Igualmente, se puede decir que el producto de diseño es un bien social en tanto su objetivo general

es ser usado por varias y diversas personas. Los diseños permiten experimentar formas de actuar y se convierten en parte de los entornos que soportan las actividades cotidianas. Los productos de diseño no solamente proporcionan una mayor eficacia en relación con determinadas tareas sino que permiten a los consumidores adquirir el progreso hacia formas ideales de vida y de trabajo. Esta cualidad debería ser aún más relevante a la luz de los retos sociales complejos y los tipos de relaciones sociales que ellos pueden provocar y mediar. Aunque muchos de los productos del diseño, orientado al mercado, pueden satisfacer una necesidad social, en algunos casos las poblaciones o comunidades más afectadas por estas necesidades o problemáticas no constituyen una clase de consumidor atractivo para el productor o empresario. Por tanto, personas con bajos ingresos o con necesidades específicas delimitadas por sus condiciones de edad, salud, discapacidad o hábitat, no son beneficiarias de las respuestas del diseño.

Por otra parte, la dimensión social del diseño se puede expresar a través de la orientación disciplinar que enfoca sus acciones, procesos y resultados hacia la resolución o atención de problemas y necesidades de la comunidad. Para Víctor Margolin (2009) la palabra "social" en el diseño representa estar al servicio de la sociedad. Según Chaves (2006), es aquella dimensión de una actividad cuya finalidad es garantizar la equidad por encima de los intereses individuales y disociantes.

Históricamente también se definió el término social, en el siglo XIX surgieron voces como las de los británicos John Ruskin y William Morris, que se manifestaron frente al detrimento de los vínculos entre la sociedad y los objetos de su entorno cotidiano como consecuencia de la deshumanización de la tecnología y la división del trabajo. Estos críticos proponían la reconciliación entre arte e industria, mediante la creación de objetos y entornos cotidianos bellos y dignos, que dieran lugar tanto al bienestar de los consumidores como de los fabricantes y, por consecuencia, a una mejor sociedad. El diseño sería la herramienta para alcanzar el cambio social a través de la honestidad de los materiales, la destreza técnica, la sencillez y la practicidad. El ideal de las



relaciones de producción para William Morris (2013) era cooperar en vez de competir.

Las vanguardias artísticas de principios del siglo XX, manifestaron también un alto grado de compromiso político y social que permeó las esferas de la arquitectura y el diseño. La devastación ocasionada por la Primera guerra mundial, se convirtió en la oportunidad para crear un nuevo modo de vida orientado a la transformación del entorno material y espiritual en el que diseño, industria y tecnología se unían para la creación y producción de bienes de consumo. El primer tercio del siglo XX, marcado por el racionalismo formal, expresado en el movimiento moderno, fue influyente en la orientación social del diseño industrial por atender y mejorar las condiciones de higiene, confort y accesibilidad del hábitat moderno.

Pero, tras la Segunda guerra mundial, las orientaciones e intereses de los diseñadores se vieron transformadas en respuesta a las condiciones de reconstrucción de los países devastados por el conflicto y por la influencia de la expansión mercantilista, industrial y cultural del modelo de vida estadounidense. Como lo señala Chaves (2006), las necesidades no son el motivo de consumo; por el contrario, el consumo se convierte en necesidad porque es necesario mantener el sistema económico. En este contexto se enmarca la crisis del valor social del diseño.

Paralelamente, en la década de 1950 empezó a manifestarse una creciente decepción frente a los resultados e impactos de la relación entre diseño, industria y capitalismo. Surgieron voces críticas frente a la obsolescencia de los objetos y el papel de la publicidad y el diseño en la manipulación de los consumidores y la creación de necesidades artificiales. Desde los años sesenta del siglo XX, se hace manifiesta la relación entre diseño y activismo, motivada por inquietudes políticas, éticas y morales desencadenadas por la defensa y ampliación de los derechos civiles y laborales y la industria de la guerra. En 1964, el manifiesto *First Things First* se expresó en contra de la saturación consumista y el carácter manipulador conferido al diseño, instando

a la reivindicación de su dimensión humanista y su responsabilidad de luchar por un mundo mejor.

A partir de los años setenta del siglo pasado, la dimensión social del diseño ha tomado relevancia dentro del discurso de profesionales y académicos. Victor Papanek (1971) hizo el llamado a que los diseñadores industriales presten sus habilidades para los segmentos de la población que normalmente no pueden permitirse el lujo de ser clientes del diseño al tomar como punto de partida la crítica a la función mercantilista del diseño, para asumir la responsabilidad social y ambiental de los diseñadores, instándolos a tomar una posición social y ética frente a las exigencias del cliente. Retomar y extender la misión del diseño para mejorar la sociedad, dejar de centrarse en lo superfluo y exclusivo para atender verdaderas y complejas necesidades de las personas y promover la inclusión social. Desde entonces, el Diseño Social se ha entendido como las acciones del diseño para resolver problemas que no son atendidos por el mercado ni por el estado, priorizando el cambio social antes que la atención de demandas tecnológicas, industriales o comerciales.

En las últimas décadas, el enfoque social de los diseñadores se ha manifestado desde su rol ciudadano, como una respuesta de orden personal y ético frente a las situaciones que le rodean y, por tanto, no es asumida desde el encargo sino desde la toma de conciencia y resistencia. Estas manifestaciones han sido potencializadas por las posibilidades de difusión que ofrecen las tecnologías de la información y la comunicación, que no sólo han hecho posible la difusión de respuestas y preocupaciones individuales sino que también son herramienta para la construcción colectiva y colaborativa de iniciativas, impulso de la solidaridad social y económica, la transferencia social del conocimiento y la superación de las barreras de la territorialidad.

En conclusión, el rol social del diseñador madura a través del desarrollo de la disciplina, y si bien la profesión siempre estará asociada al desarrollo tecnológico y a la configuración material del entorno, la prioridad y propósito son las relaciones y experiencias humanas (Arts and Humanities Research Council, 2014).



¿Por qué abordar el Diseño Social en el Programa de Diseño industrial?

A partir de la revisión de los proyectos de grado de Diseño industrial en la FUAC, se determinó que uno de los campos que más interesan a los estudiantes se enmarca en la atención a problemáticas sociales (salud, educación, hábitat, emprendimiento, seguridad alimentaria, sostenibilidad ambiental y asociatividad, entre otras). Desde el 2007 hasta el 2013, en el programa se presentaron aproximadamente 160 proyectos de grado, de los cuales se estima que 95 se desarrollaron bajo el planteamiento de soluciones a estas problemáticas (Universidad Autónoma de Colombia. Programa de Diseño Industrial, 2010).

La disposición por el desarrollo de proyectos académicos bajo el enfoque social, no es extraño en un ámbito como la Universidad Autónoma de Colombia, la institución lo declara en sus objetivos fundacionales y lo reafirma en su Proyecto Educativo Institucional. Como resultado los estudiantes, desde sus proyectos, asumen el reto de proponer soluciones a la complejidad de los retos sociales que enfrenta el país. La predilección por estos temas también responde al reconocimiento de la investigación y la educación como motores de crecimiento; la ampliación del paradigma de la innovación hacia la construcción de políticas, programas y proyectos nacionales en el campo social -coordinados principalmente por el Centro de Innovación Social (CIS), la Agencia Nacional para la Superación de la pobreza extrema (ANSPE), Departamento Administrativo de Ciencia y Tecnología (Colciencias), Ministerio de las Tecnologías de la Información y Comunicación y el Departamento Nacional de Planeación (DNP)-.

El enfoque social en el Diseño o Diseño Social, es una temática viva, en creación y evolución. Gracias a iniciativas de promoción de la innovación social, se reconoce el aporte que las disciplinas del diseño pueden hacer al respecto al trascender de la orientación comercial y estética del producto, hacia formas novedosas de vincularse a la sociedad, mostrando interés y respeto por los seres humanos, el medio ambiente y las diferentes formas de vida y cultura. Uno de los casos más relevantes del interés político por promover la innovación social desde el diseño,

es la Política pública de innovación y emprendimiento social del Municipio de Medellín, que define claramente a la Innovación social como un proceso de diseño centrado en las personas (Concejo del municipio de Medellín, 2014).

Ante este panorama, favorable a la reflexión y promoción del Diseño Social, surge la necesidad de identificar los aportes académicos, disciplinares y sociales que desde diferentes instancias curriculares se han desarrollado en el programa de Diseño industrial. Así mismo, se da la oportunidad de promover la apertura de un escenario que permita a los estudiantes y docentes aproximarse a la realidad social del país y confrontar su discurso y sus competencias en la práctica.

METODOLOGÍA

El proyecto de investigación planteó la identificación de las herramientas, dinámicas y formas de pensamiento que configuran la apropiación del enfoque social en el programa de Diseño industrial. Para esto, en primer lugar, se realizó una revisión de referentes bibliográficos, prácticas y proyectos nacionales e internacionales, organizaciones promotoras tanto a nivel público como privado y experiencias académicas. Este componente del proyecto se orientó a la comprensión del concepto de Diseño Social desde miradas históricas, metodológicas y los campos de acción en los que se manifiesta.

Como resultado de este trabajo, se definió el marco y orientación de los criterios y temáticas bajo las cuales se seleccionarían y analizarían los trabajos de grado a revisar. Las temáticas y áreas de interés definidas para hacer una primera selección de proyectos a examinar fueron:

- Educación.
- Salud.
- Hábitat urbano.
- Hábitat doméstico.



- Desarrollo del sector agrícola.
- Alimentación.
- Emprendimiento (creación y fortalecimiento).
- Sostenibilidad ambiental.
- Desarrollo de producto y producción.
- Movilidad.
- Inclusión social.

A través del sistema de información de la biblioteca, se realizó una primera búsqueda de trabajos de grado realizados entre los años 2000 y 2014, que abordaran alguna de las temáticas mencionadas, mediante el filtrado en los resúmenes y palabras clave. Esto dio como resultado la selección de 106 registros.

Posteriormente, los trabajos de grado seleccionados fueron revisados con el apoyo de un estudiante vinculado al Semillero de investigación en Diseño Social, haciendo un registro de sus características mediante una ficha que permitiera recopilar los siguientes datos de cada proyecto:

- Datos de identificación del proyecto.
- Área temática o de interés.
- Comunidad beneficiaria.
- Territorio de influencia.
- Propósitos: objetivos, alcances, impacto de la propuesta.
- Posibles redes o vínculos de enlace.
- Historia o relato.

Posteriormente, estos trabajos de grado se sometieron a una categorización a partir del cumplimiento de criterios que los enmarcarían dentro de dos grandes campos de intervención: Impacto social e

Innovación social. Esta diferenciación surge a partir de las formulaciones de Manzini (2015, p. 64), quien establece una diferencia entre los resultados y procesos de diseño que se encaminan a atender situaciones problemáticas de una sociedad a través del diseño de productos, sistemas y servicios -pero que no representa ningún cambio en las formas de hacer diseño, ni en la organización de las personas afectadas-, y aquellas iniciativas en donde el diseñador es un agente que promueve y facilita dinámicas de cambio social que propician la transferencia y apropiación comunitaria de conocimiento e información, y en las que las personas son el epicentro del proceso de diseño, no sólo como beneficiarias sino como agentes creativos.

Atendiendo este argumento, se definieron cinco criterios para enmarcar y reconocer cada categoría:

Impacto social:

- Resolución de problemas locales, regionales o nacionales.
- Promoción del bienestar social como objetivo principal (igualdad de oportunidad, promoción de derechos humanos, economía y emprendimiento social, equidad, atención y defensa del usuario, desarrollo de capital social, cultural y tecnológico).
- Impacto para el logro de la sostenibilidad ambiental.
- Promueve el desarrollo o preservación de valores culturales.
- Genera impacto social a través de transformaciones técnicas o tecnológicas.

Innovación social:

- Promueve cambios sociales (imaginarios y comportamientos).
- Genera o fortalece el empoderamiento o autonomía a través de la transferencia y apropiación de saberes, conocimiento o pensamiento estratégico.



- Aplicación de métodos de diseño participativo e integración de las comunidades al proceso de diseño.
- Promueve o fortalece la organización de una comunidad y el ejercicio de la ciudadanía.
- El resultado del proyecto puede ser escalable o replicable en otros contextos.

Por otra parte, paralelo a la revisión de trabajos de grado, como parte del proceso de recolección de información, se realizaron entrevistas abiertas a docentes del programa de Diseño industrial, con la intención de fomentar, debatir y registrar conocimiento, opiniones o percepciones alrededor del papel del Diseño en iniciativas de impacto o innovación social. En este proceso fueron consultados 12 docentes, los cuales respondieron preguntas asociadas a los siguientes temas:

- Definición y comprensión del concepto de Diseño Social.
- Experiencia educativa o laboral de los entrevistados frente a esta temática.
- Conocimiento y aplicación de metodologías e instrumentos en el desarrollo de proyectos con enfoque social.
- Cualidades del profesional y de la disciplina que permiten abordar este enfoque.
- Experiencia de los entrevistados en investigación o aplicación de este enfoque en proyectos académicos y profesionales dentro y fuera de la Universidad Autónoma de Colombia.

Las entrevistas fueron registradas en audio y ocho de ellas en video; con este material se elaboró una publicación digital y un video corto que se ha difundido en eventos académicos y en el portal youtube, con el nombre: *Diseño Social en la Universidad Autónoma de Colombia* (Bastidas Pérez, 2015).

Otra fuente de información construida para llegar a una comprensión del Diseño Social en la comunidad

académica del programa de Diseño industrial, fueron entrevistas abiertas a dos egresadas del programa. Se les preguntó sobre su definición y apropiación del concepto y sobre su experiencia frente al tema; su visión como egresadas permitió conocer la evolución del programa frente a este enfoque y las herramientas de formación que potenciaron en estas profesionales su interés por las dinámicas de innovación e impacto social desde el Diseño.

¿Qué es Diseño Social?

Al tener en cuenta la variedad de conceptos y definiciones del Diseño Social, se parte de la consulta bibliográfica para tener claridad sobre sus significados y sobre el rol del diseñador industrial. A continuación se presenta el conjunto de conceptos, opiniones y descripciones más relevantes en el desarrollo de la investigación.

Para comprender la transformación del diseño industrial, una de las fuentes más relevantes es el *Internacional Council of Societies of Industrial Design* (ICSID), organismo que se esfuerza por precisar los límites y alcances del quehacer del diseñador, reconociendo el carácter cambiante de la disciplina y su adaptación constante a las necesidades. Así, define el diseño cómo:

El diseño industrial es un proceso de resolución de problemas aplicable a los productos, sistemas servicios y experiencias, el cual se manifiesta en innovación, competitividad empresarial y una mejor calidad de vida. Es una profesión transdisciplinar que conecta la innovación, la tecnología, los negocios, el desarrollo y las personas aprovechando la creatividad y la visualización para resolver problemas y crear soluciones, redefiniendo los problemas como oportunidades con la intención de hacer un mejor producto, sistema, servicio, experiencia o negocios y entregando un nuevo valor y una ventaja competitiva. El diseño Industrial es consciente de los aspectos económicos, sociales, ambientales y éticos de sus resultados centrados en la creación de un mundo mejor. (ICSID, 2015, parr. 4)

Esta definición es relevante para entender que el campo de acción del diseño industrial va más allá de



la configuración formal de productos industriales y que se entiende hoy como un proceso para generar innovación tecnológica, industrial y social y resolver problemas con una mirada transdisciplinar, sistémica y sostenible al tener como propósito primordial la creación de un mundo mejor.

Diseñar socialmente es una acción colaborativa que casi siempre involucra a un equipo y a los usuarios. Esta cualidad social de colaboración en el diseño no es meramente pragmática. Desde que el diseño implica la toma de decisiones acerca de futuros deseados, su validez radica en las personas que comparten un compromiso para materializar ese tipo de futuro (Tonkinwise, 2015).

En la década de los noventa del siglo XX, se consolida un enfoque de diseño que prioriza la resolución de problemas de la humanidad sobre los intereses de la industria y la economía: *El Human Centered Design* o Diseño Centrado en las Personas (ACUMEN, 2014), que promueve la generación creativa e innovadora de soluciones, centrándose en las necesidades, expectativas y comportamientos de las personas. Los diseñadores deben insertarse e involucrarse con las personas para poder entenderlas, identificar sus modos de vida y actuar en consecuencia. El *Human Centered Design*, no sólo es una nueva forma de afrontar el rol del diseñador sino que también representa el reconocimiento de la sobrevaloración que durante siglos se le dio a la técnica, a la economía y a la estética sobre las relaciones y necesidades humanas.

Otra definición reconocida y popularmente difundida alrededor del Diseño Social, es la formulada por Victor Papanek (1971), para quien el diseño industrial debe orientarse primordialmente a mejorar la calidad de vida de los que no tienen el capital financiero para comprar productos de calidad, a través de la comprensión de los límites y alcances del sistema productivo, buscando diseñar para la mayor parte de la población del mundo en lugar de para unos pocos.

Dentro de las dinámicas que se pueden enmarcar como práctica asociada al Diseño Social, está una forma de diseño participativo, a la que se ha llamado:

Design with user-generated content o Diseño con contenidos generados por el usuario. La cual representa el cambio de un diseño con control sobre los parámetros y resultados y de autoría cerrada a un diseño participativo y abierto que configura sistemas colaborativos (Armstrong & Stojmirovic, 2011).

Los teóricos de este campo más que definir este enfoque disciplinar se centran en definir las cualidades del diseñador. Fernando Martín Juez lo define como un profesional preocupado por la comprensión de las formas de vida y los proyectos de las personas para las cuales diseña, reconociendo su identidad y su diversidad (2002). Ezio Manzini destaca el rol del diseñador como un experto que tiene las capacidades para activar, mantener y orientar el proceso de cambio social hacia la sustentabilidad. "El diseñador cruza el puente desde otro sentido: analiza la innovación social, identifica casos prometedores y emplea la sensibilidad, capacidad y habilidad del diseñador para elaborar nuevos objetos, para dictar nuevos caminos de la innovación técnica, promoverlos y divulgarlos" (2015, p. 58).

Para Victor Margolin (2009), el diseñador necesita una visión crítica que le permita analizar la esfera económica y política dentro de la cual le piden que trabaje y que evalúe los múltiples artefactos materiales que constituyen el mundo social. Por tanto, asumir su rol como ciudadano y, en una dinámica democrática, participar en los ámbitos políticos, sociales y culturales para influir e intervenir en la toma de decisiones.

Dentro de las dinámicas de diseño participativo o basado en contenidos generados por los usuarios, el papel de los diseñadores es el de orientar y dirigir la generación de sistemas de co-creación, activar las cualidades creativas de los usuarios en el desarrollo de los productos (Armstrong & Stojmirovic, 2011). Implica tener una visión proyectual y sistémica, consciente de que más allá de la creación de productos se están creando formas de organización, expresión y comportamiento social, y que esto se da desde el mismo proceso de diseño y desarrollo.

Por su parte, John Thackara (2005) define un punto de equilibrio entre el Diseño Social y el di-



seño de productos industriales, aludiendo a que todo buen diseño debe incorporar un valor añadido al producto en relación a su usabilidad y a la función estructurante de un entorno construido de actitudes y comportamientos. A este desafío lo ha denominado como *diseño consciente*, un modo de trabajar apoyado en la idea de que la ética y la responsabilidad deben orientar las decisiones de diseño sin oponerse a la innovación y el desarrollo tecnológico que la sociedad necesita.

Otro concepto, de origen reciente que puede enmarcarse en el conjunto de definiciones asociadas al enfoque social, es el Diseño transicional, acuñado desde la Escuela de diseño de la Universidad Carnegie Mellon (Irwin, 2015). Este nuevo término toma como premisa central la necesidad de promover y dinamizar transiciones sociales a un futuro más sostenible, desde una nueva concepción de los estilos de vida, de escala humana y de carácter territorial, pero que también están globalmente conectados en un intercambio de tecnología, información y cultura.

De estas definiciones se puede concluir que el horizonte de acción del Diseño Social se va ampliando. Lo que en principio se manifestó como respuesta ante las carencias de las poblaciones más marginadas, hoy es una cultura y forma de acción que busca el mejoramiento de las condiciones de vida y el desarrollo socio-técnico sostenible al promover la creatividad y la innovación participativa y colaborativa en todas las esferas y dimensiones de la sociedad.

RESULTADOS

Diseño Social definido por docentes y egresados

Las entrevistas a los docentes del Programa de Diseño industrial, fueron conclusivas frente a la comprensión del Diseño Social en la academia, qué cualidades debe tener un diseñador social y cuáles son las características de la transferencia entre docentes y estudiantes de este concepto como enfoque disciplinar, campo de acción social y forma de actuar y pensar.

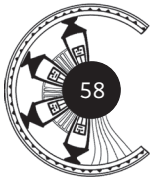
En primer lugar, son varias las respuestas que surgen frente a la definición del Diseño Social. La mayoría de los docentes coincide en afirmar que el diseño como disciplina es social, su propósito se orienta a mejorar las condiciones de vida o de usabilidad, incluso, por encima de los requerimientos de la industria, y sus resultados abarcan la atención a demandas o a la oferta de productos y servicios para personas de diversas clases sociales, niveles culturales u orígenes (Giraldo, 2014), es decir, la premisa fundamental del diseño es estar centrado en las personas.

Cómo segunda característica común en la definición del concepto, es el carácter antropocéntrico en la disciplina, históricamente se ha orientado al individuo como consumidor o como usuario al buscar en su comprensión y atención, una ventaja competitiva para el desarrollo de los productos industriales. Así mismo, como actividad proyectual, el diseño implica la interacción con diversos agentes de la organización que coordina o encarga el proyecto. La interacción del diseñador se da con personas más que con tecnologías o estructuras.

Los docentes entrevistados establecen la necesidad de aclarar las diferencias entre Diseño Social, Diseño participativo e Innovación social.

En las definiciones alrededor del concepto Diseño Social, se evidenciaron tres tipos de respuesta. La primera se refirió al acto de planificación y organización impuesta para determinar las relaciones y comportamientos de los individuos adscritos a un grupo o comunidad. Este caso se ejemplifica con el diseño de los comportamientos en las Fuerzas militares (Otalora, 2014); el docente explica que el término implica diseñar comportamientos, que este diseño sólo funciona en organizaciones cerradas y con una organización jerárquica en la administración del poder. A pesar de la rigurosidad en la planificación de las formas de comportamiento en este tipo de organizaciones, cuando el objeto a diseñar son las personas, no hay garantía absoluta de seguimiento del plan, siempre existe la posibilidad de falla en el diseño.

La segunda definición de Diseño Social, se refiere a la finalidad del resultado del diseño -es decir, el



producto o servicio diseñado-, cuando el propósito del producto es atender una necesidad comunitaria y no un requerimiento del mercado o de la industria. Está relacionada con la noción de responsabilidad social tanto del diseñador como de los resultados del proceso de diseño en una empresa u organización. Esta definición se orienta al papel del diseño industrial como mediador entre los beneficios económicos y comerciales de una organización y los impactos en las personas que están involucradas directa e indirectamente en su operación -trabajadores, consumidores y comunidades aledañas-. En este punto se presentaron ejemplos relacionados con la responsabilidad de las organizaciones con el medio ambiente (Quintana, 2014) y con el diseño de las condiciones laborales de los trabajadores bajo una mirada integral a estos como individuos, miembros de una comunidad, integrantes de una familia y no sólo bajo una mirada ergonómica-antropométrica (Cubillos, 2014). Para lograr dicho propósito, se trabajan métodos de diseño participativo, no como enfoque sino como herramientas que se emplean también dentro de procesos empresariales, para que las organizaciones se reconozcan a sí mismas dentro de su contexto productivo y sociocultural, y tengan una comprensión de sus audiencias con la finalidad de ser más competitivos (Trujillo, 2014).

El tercer concepto descrito en las entrevistas a docentes, fue el de la relación del diseño con la innovación social. En este punto, los entrevistados hicieron énfasis en que no todo Diseño Social es innovación social, y que la principal característica de esta relación radica en la transferencia de conocimiento y aprendizaje mutuo entre comunidades y diseñadores en el desarrollo de los proyectos. La innovación social consiste en prácticas de resolución de problemas sociales que no han sido atendidas por el mercado o el Estado, y en las que las comunidades afectadas buscan y generan las respuestas. En la innovación social es indispensable empoderar a las comunidades a través del aprendizaje social, la toma de conciencia (Otalora, 2014) y el desarrollo de sus competencias para gestionar sus propios proyectos y ser autónomos (Martínez, 2014). Otra cualidad de la innovación social, es la transición de dinámicas informales y poco reconocidas a prácticas que se formalizan y, por tanto, se integran, se replican

o se escalan (Naranjo, 2014). En el desarrollo de innovaciones sociales, el diseño se entiende como proceso, como dinámica centrada en las personas en las que el punto de partida para abordar los proyectos son los deseos y necesidades. Es la visión sistémica, el pensamiento lateral, la capacidad de articular y vincular conocimientos, y la actitud mediadora lo que convierte al diseño en una disciplina que puede hacer grandes aportes al desarrollo de innovaciones sociales.

Las egresadas coinciden en que el enfoque social es una fuerte tendencia actual, no sólo dentro de la profesión sino en los discursos políticos y de las empresas. Consideran que el interés por acciones y productos enfocados a generar bienestar social, se propicia también desde la situación política y socioeconómica en la que se encuentra el país. El rol del diseño ante las problemáticas sociales puede enmarcarse en impulsar el emprendimiento comunitario, promover la inclusión social y apoyar procesos de desarrollo social y humano (Puentes, 2014). Así mismo, es relevante, en el enfoque social, ampliar el alcance del diseño industrial más allá de la generación de objetos, hasta convertirse en un proceso de generación de soluciones y promoción del valor implícito que tienen los productos y servicios, salir del diseño en las aulas y pasar al diseño aplicado a la realidad (Serrano, 2014).

En el aspecto formativo se identificó que los docentes buscan alcanzar tres objetivos en el desarrollo de las asignaturas; el primero orientado a la sensibilización, que se aborda en los primeros semestres con ejercicios que buscan generar confianza social en el diseñador, apropiación de procesos, comprensión del contexto desde los individuos y propiciar que los estudiantes se perciban como actores sociales.

Otro objetivo es el de activar dinámicas creativas en pequeñas unidades productivas desde sus audiencias y empleados. Se promueve la identificación y análisis de las condiciones sociales de los trabajadores a partir de la observación y verbalización, y reconocer en el consumo los procesos de comunicación que asignan identidades y realidades a los sujetos a través del uso y la apropiación de objetos que median en la construcción de imaginarios y representaciones



sociales (Méndez, 2007). En estas dinámicas el usuario se concibe como un sujeto activo en toda la cadena que hay detrás del producto; esto obliga al diseñador a concebir los proyectos con una visión integral respetando, reconociendo y transmitiendo historias y relatos detrás de cada propuesta (Giraldo, 2014).

La recuperación y reconocimiento de tradiciones e identidades ha sido otro tema de trabajo que los docentes incluyeron en sus proyectos curriculares y que enmarcan como Diseño Social. Estos proyectos, por ejemplo, se orientan a la promoción turística a partir de la recuperación de identidad regional en comunidades, enfatizando la resolución de problemáticas de desarraigo local y regional. Los proyectos se enfocan a la generación de dinámicas de desarrollo de producto al identificar con la misma comunidad, tradiciones, costumbres, hábitos de consumo, símbolos e historias que permitan al diseñador aportar a la recuperación o fortalecimiento de identidad.

¿Cómo se manifiesta el Diseño Social en los proyectos de estudiantes?

Para responder a esta pregunta, se revisaron y analizaron en los proyectos de grado el cumplimiento de criterios que los enmarcaran como iniciativa de impacto social o como innovación social. Por cada una de estas categorías se definieron cinco criterios (enunciados anteriormente en este artículo) y se determinó que los proyectos debían cumplir por lo menos con tres para enmarcarse en alguna de estas. Hasta ahora los resultados indican que los estudiantes tienen interés por resolver temáticas sociales en todas las áreas de trabajo identificadas previamente. Si bien los proyectos que buscan generar impacto o innovación social representan el 13% de la totalidad de los proyectos de grado de Diseño industrial, es una porción que resulta significativa al considerar que el programa en la Universidad no ha contado con una cátedra específica en este tema.

De 101 proyectos de grado revisados, el 12% son proyectos enmarcados en el impacto social, es decir, atienden una necesidad o problemática social, buscan generar impacto en sostenibilidad ambiental, preservar valores culturales o propiciar

bienestar social a través de innovaciones técnicas o tecnológicas; 8% tienen las características de innovación social, donde el objetivo es generar procesos abiertos, con plazos y resultados definidos que convergen en un resultado común; el diseñador actúa como facilitador del proceso de co-diseño y es parte activa de los proyectos.

En este sentido, el estudio reveló que los proyectos enmarcados como impacto social se fundamentan en información bibliográfica y en referencias externas a su desarrollo; en las ocasiones en que se consultan a los usuarios o beneficiarios objetivo, se evidencia poca influencia de estos y dificultades para integrar la información recopilada a los productos o sistemas resultantes, mostrando que los estudiantes siguen actuando como prescriptores de las decisiones de diseño; optan por verificar sus decisiones con sus usuarios al final del proceso a través de pruebas de experiencia o métodos de comprobación. Este tipo de soluciones y formas de trabajo son válidas en el campo del diseño, pero esta anotación se realiza para explicar que los proyectos no tienen el carácter participativo que requiere la innovación social (Bastidas & Martínez, 2015).

En el grupo que se catalogó como Innovación social, se ubicaron los proyectos que pretenden promover cambios sociales, con resultados escalables o replicables en otros contextos, que busquen fortalecer la autonomía y la transferencia de saberes o pensamiento estratégico, promuevan la organización de una comunidad y que apliquen métodos de trabajo co-creativo. Es importante aclarar, que solamente ocho proyectos desarrollaron trabajo participativo y co-creativo con los usuarios; se hace esta salvedad porque una de las características de la innovación social es que las comunidades sean quienes determinen las características de las soluciones, ya que el empoderamiento de los ciudadanos y la creación de estructuras de oportunidad sólo es posible con modelos abiertos y colaborativos que propicien el intercambio de conocimiento e información. Es así que sin la aplicación de métodos participativos, es posible hablar de innovación más no de innovación social (Argenilla & García, 2013). El hecho de que sólo 2,4% de los proyectos apliquen este tipo de métodos, refiere a la necesidad de la academia de propiciar este tipo de experiencias.



¿Cómo poner en práctica el diseño participativo para generar cambio social? Experiencia Taller Red Académica de Diseño (RAD) - Agencia nacional para la superación de la pobreza extrema (ANSPE)

A partir del análisis que se realizó con los proyectos de grado y de la importancia que se da a la aplicación de los métodos participativos en la co-creación de resultados eficaces, se decide vincular en la investigación la puesta en práctica de una experiencia académica a través de la participación en el taller RAD-ANSPE. La importancia de este ejercicio académico para el proyecto, radica en que permite analizar dos elementos importantes para la investigación; el primero, identificar las competencias del diseño industrial al servicio de la innovación social, el segundo es conocer la disposición, las destrezas y falencias de los estudiantes para este tipo de prácticas.

Así, en función de cumplir sus objetivos misionales, dos instituciones se unen para desarrollar este taller. Por un lado está la Asociación Colombiana Red Académica de Diseño (RAD) y el Centro de Innovación Social de la Agencia nacional para la superación de la pobreza extrema (ANSPE), en el cual se configura un esquema colaborativo y de inmersión en campo, a través del cual estudiantes de diseño con el apoyo y acompañamiento de cogestores sociales y con el uso de métodos y herramientas del *Design Thinking* o Pensamiento de Diseño, co-crean soluciones a retos asociados a las nueve dimensiones⁴ de superación de la pobreza con familias de la Red Unidos (Banco Interamericano de Desarrollo - BID, 2015). Esta iniciativa académica-institucional permite generar espacios de intercambio y aprendizaje mutuo para promover la innovación social y formar diseñadores corresponsables con el desarrollo del país, promoviendo el desarrollo de soluciones viables y sostenibles en aras de contribuir con la superación de las necesidades de la población en situación de extrema pobreza (RAD-ANSPE, 2014).

⁴ Dimensiones del desarrollo humano, proclamadas por la ONU a partir de los Objetivos del Milenio, y adoptadas por la ANSPE y la Red Unidos como focos de su gestión: identificación, ingresos y trabajo, educación, salud, habitabilidad, nutrición, dinámica familiar, aseguramiento y bancarización y apoyo legal.

En el taller RAD-ANSPE se aplica el razonamiento inductivo, es decir, va de lo particular a lo general, se realiza el trabajo con una familia, con la posibilidad de luego ser replicado a otras familias. Se aplican métodos de investigación de diseño centrado en las personas, organizados en fases: observar, aprender, preguntar, fabricar (prototipos), comprobar y evaluar. Este es un proceso iterativo de diseño que permite interactuar con los participantes en su desarrollo (Milton & Rodgers, 2013).

Para cumplir con los objetivos pedagógicos del semestre y con los métodos de diseño para la innovación social, el taller se dividió en 4 etapas: identificación y empatía, conceptualización, prototipado y validación-comprobación. Para garantizar el carácter participativo e iterativo del taller, los estudiantes se reúnen con los cogestores y las familias participantes un mínimo de dos veces en cada fase (ocho reuniones como mínimo en el periodo académico semestral).

El desarrollo por primera vez de este taller en la Universidad Autónoma de Colombia, se llevó a cabo con los estudiantes de sexto semestre; pero, para su continuidad se determinó que debido a sus componentes académicos, el taller se debe desarrollar en quinto semestre bajo la temática de diseño y contexto, establecida en el plan curricular del programa de Diseño industrial. Esta decisión obedece a que los objetivos del Taller RAD-ANSPE, se corresponden con los propósitos académicos del taller de quinto semestre:

Argumentar la configuración de productos o servicios a partir de la lectura del contexto; desarrollar habilidades y destrezas necesarias para comunicar sus proyectos haciendo especial énfasis en la relación contexto, y por consiguiente en la creación de sentido; capacidad de análisis sistémico y de la interrelación de variables para dar una respuesta específica; capacidad de aproximarse a usuarios reales definidos en el proceso proyectual; capacidad de planear y ejecutar comprobaciones de usabilidad, apropiación y ajustar el proyecto en función de ello y capacidad de entender el proyecto de diseño como parte de una complejidad sistémica (Universidad Autónoma de Colombia, 2015, p. 3).



El desarrollo de este taller demostró la capacidad de los métodos de diseño para generar soluciones sociales y la disposición de los estudiantes para intervenir en este tipo de proyectos. El acercamiento a comunidades vulnerables prepara a los estudiantes en competencias y conocimientos en diseño para la innovación social, como plantear la resolución de necesidades comunitarias, promover cambios sociales y el fortalecimiento de la autonomía a través de la transferencia de saberes y el desarrollo de pensamiento estratégico, contemplar y planear la factibilidad y sostenibilidad de los proyectos y el logro de resultados escalables a otras comunidades.

Los estudiantes tuvieron dificultades iniciales al identificar y verificar las historias y necesidades de las familias, ya que al ser tantas resultó difícil identificar y prever el tipo de solución que desde el diseño se podía proponer, por tanto, fue importante el acompañamiento docente e institucional. La asignación de temas previos por parte de la ANSPE, resultó de gran ayuda para enfocar y delimitar los alcances de los proyectos.

Por otra parte, los estudiantes deben comprender el contexto como un sistema en el que el planteamiento de las soluciones debe ir más allá de un objeto. A través de la comprensión del entorno y de la cosmovisión de las comunidades, los estudiantes identifican *insights*⁵, que se toman como punto de partida para comprender a los usuarios y proponer proyectos con y para ellos. Una vez estos se identifican, los estudiantes realizan propuestas, que presentan ante las familias, utilizando herramientas propias del diseño. Bocetos y modelos fueron fundamentales para lograr una comunicación rápida y acertada, garantizando que tanto estudiantes como familias hablen un mismo lenguaje y trabajen en la misma dirección, asegurando que la transferencia de información y el intercambio de ideas se de en doble sentido, lo que permite afinar las propuestas. Una vez se concluye esta fase, se tienen en cuenta determinantes y requerimientos que definen parámetros de diseño como materiales, procesos productivos, estrategias de comunicación y sociali-

zación de propuestas; se realizan y utilizan modelos funcionales o prototipos para la validación de las ideas; los estudiantes idearon talleres y dinámicas que facilitan la comprobación con los usuarios para ultimar detalles y definir el grado de apropiación de las propuestas por parte de la comunidad.

Aunque los modelos y prototipos quedan en manos de las familias con las que se trabaja, la propuesta no llega a validarse con toda la comunidad u otros usuarios que presenten las mismas necesidades. A pesar de que los estudiantes deben plantear los métodos de difusión de cada uno de los proyectos, esta parte no se alcanza a realizar y verificar, debido al tiempo limitado al semestre académico.

Esta práctica académica-social confirmó la disposición de los estudiantes para la reflexión sobre problemáticas sociales e historias de vida, un acertado uso de herramientas de diseño -gráficas y modelos- para dar a conocer información, transferir ideas y validar propuestas; fácil adaptación a los métodos y herramientas del diseño co-creativo, un mayor compromiso como ciudadano y como representantes de la institución, claridad en la identificación de problemas y una visión sistémica y escalable de los resultados. A la vez, fue evidente la falta de rigor en la aplicación de herramientas de investigación y dificultades para motivar a las familias a la construcción participativa de las propuestas y el compromiso con la construcción de sus proyectos de vida.

En el ejercicio se hicieron explícitas algunas de las cualidades que el diseñador industrial adquiere en su aprendizaje y que le permiten intervenir como un agente de cambio e impacto social; la más importante es el carácter vinculador, entendido como el talento para relacionar sujetos, elementos y procesos en pro de un resultado que parta de la misma comunidad y sirva a sus intereses.

CONCLUSIONES

Las definiciones y alcances del diseño se han transformado de acuerdo a los cambios en la economía, el aparato productivo, las relaciones y necesidades humanas. Siempre el diseño ha estado ligado a las

⁵ Un Insight es la comprensión de las creencias, valores, hábitos, deseos, actitudes, emociones o necesidades de una persona o comunidad que puede desencadenar la oportunidad para resolver un problema.



personas, y en este cambio constante es importante reconocerse y redimensionar las posibilidades de la disciplina y su reconocimiento y participación en diferentes proyectos de desarrollo social de la nación. Por muchos años se ha tratado de dar solución a los diferentes problemas de las personas con complejos estudios económicos, donativos o con planes de asistencialismo y responsabilidad social empresarial, sin llegar a resultados sostenibles. Sin embargo, empresarios, como Paul Polak, han conseguido ayudar de manera práctica a las personas siguiendo pasos simples como comunicarse, conocer el contexto, hacer lo obvio, aplicar métodos con impactos positivos que puedan medirse y escalarse y asumir que las personas son capaces de crear sus propias soluciones (Polak, 2011). Hoy el diseño se acerca a una nueva manera de proyectar integrando a la comunidad en la construcción y utilización de métodos de conceptualización, bocetación, prototipado y comunicación que facilitan y disminuyen el tiempo de interacción y la puesta en escena de las soluciones.

Cuando se habla de Diseño Social no se debe asociar únicamente a la atención de condiciones de pobreza; el diseño puede y debe actuar en diferentes comunidades independiente de su situación económica, fisiológica o cultural; lo que realmente interesa es la capacidad y voluntad de compartir conocimientos, empoderar a las personas y generar comunidades autosostenibles. Sin embargo, es evidente que en Colombia es prioritaria la atención a estas comunidades, y que esta situación de pobreza obedece a un entramado de problemas complejos, a círculos y trampas que promueven la reincidencia generacional y el crecimiento exponencial de las condiciones que la pueden perpetuar. Por eso es tan importante tener una visión sistémica, interdisciplinaria y participativa que permita transformar los problemas en oportunidades, articular proyectos de vida y revalorar las cualidades y capacidades de las comunidades.

Con la investigación se demuestra el creciente interés de los docentes y estudiantes por este tipo de temas y la apertura de escenarios de práctica que permiten formar profesionales especializados en Diseño Social. Responder a estos intereses es casi

una obligación de la academia, que debe realizar un esfuerzo concreto replanteando su estructura académica de manera que propicie grupos de trabajo multidisciplinarios, aportando cursos donde se desarrollen competencias propias de las ciencias sociales y que les permitan abordar los temas con herramientas y conocimientos de otras áreas como antropología, psicología, ciencias políticas y economía para integrarlas a las competencias propias de la disciplina y realizar aportes a un verdadero desarrollo social incluyente y sostenible.

REFERENCIAS

- ACUMEN. (2014). *plusacumen.org*. Recuperado de an introduction to human-centered design.
- Arts and Humanities Research Council. (Junio de 2014). *Mapping Social Design Research & Practice*. (University of Brighton) Recuperado de <https://mappingsocialdesign.wordpress.com/>
- Argenilla, M., & García, R. (2013). *Innovación Social*. La Coruña: Netbiblo.
- Armstrong, H., & Stojmirovic, Z. (2011). *Participate. Designing with User-Generated Content*. New York: Princeton Architectural Press.
- Banco Interamericano de Desarrollo - BID. (Mayo de 2015). *Panorama actual de la innovación social en Colombia*. Recuperado de Panorama actual de la innovación social en Colombia.
- Bastidas Pérez, A. (21 de Septiembre de 2015). *Youtube*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=wijAaT92bmo>
- Bastidas, A., & Martínez, H. (11 de Diciembre de 2015). *Informe final proyecto "Diseño Social. Identificación y visibilización de los enfoques conceptuales y metodológicos en el programa de Diseño Industrial de LA FUAC*. Bogotá.
- Chaves, N. (2006). *El oficio de diseñar. Propuestas a la conciencia crítica de los que comienzan*. Barcelona: Gustavo Gili.



- Concejo del municipio de Medellín. (23 de Noviembre de 2014). *Alcaldía de Medellín*. Recuperado de Gaceta oficial No 4575.
- Cubillos, Á. (9 de 12 de 2014). *Diseño Social, enfoques conceptuales y metodológicos en Diseño Industrial en la FUAC*.
- Giraldo, A. (05 de diciembre de 2014). *Diseño Social, enfoques conceptuales y metodológicos en Diseño Industrial en la FUAC*.
- ICSID Internacional Council of Societies of Industrial Design. (27 de Octubre de 2015). ICSID. Recuperado de <http://www.icsid.org/about/about/articles31.htm>
- Irwin, T. (Abril de 2015). Redesigning a Design Program: How Carnegie Mellon University is developing a design curricula for the 21st century. *Solutions Journal*, 6(6), 91-100. Recuperado de <http://www.thesolutionsjournal.com/node/237296>
- Manzini, E. (2015). *Design, When Everybody Designs. An Introduction to Design for social innovation*. Massachusetts: MIT Press.
- Margolin, V. (2 de Febrero de 2009). *El Diseñador Ciudadano*. Recuperado de Foroalfa: <http://foroalfa.org/articulos/el-disenador-ciudadano>
- Martín Juez, F. (2002). *Contribuciones para una antropología del diseño*. Barcelona: Gedisa.
- Martínez, H. (9 de Diciembre de 2014). *Diseño Social, enfoques conceptuales y metodológicos en Diseño Industrial en la FUAC*. A. Bastidas, Editor.
- Méndez, C. C. (2007). Comunicación e identidad: Una aproximación al estudio de Consumo. *Universitas Humanística*, julio-diciembre(67), 306.
- Milton, A., & Rodgers, P. (2013). *Métodos de Investigación para el Diseño de Producto*. Barcelona: Blume.
- Morris, W. (2013). *Cómo vivimos y cómo podríamos vivir*. En e. Pepitas de calabaza (compiladores, *Cómo vivimos y cómo podríamos vivir, Trabajo útil o esfuerzo inútil y El arte bajo la Plutocracia* (F. Corriente, Trad., p. 60). Logroño, La Rioja, España: Pepitas de Calabaza.
- Naranjo, E. (4 de Diciembre de 2014). *Diseño Social, enfoques conceptuales y metodológicos en Diseño Industrial en la FUAC*. (A. Bastidas, & H. (. Martínez, Editores)
- Otalora, A. (9 de Diciembre de 2014). *Diseño social en la Universidad Autónoma de Colombia*. A. Bastidas, & H. Martínez, Editores Bogotá.
- Papanek, V. (1971). *Design for the Real World: Human Ecology and Social Change*. New York: Pantheon Books.
- Polak, P. (2011). *Cómo acabar con la pobreza*. México D.F.: Oceano.
- Press, M., & Cooper, R. (2003). *The Design Experience: The Role of Design and Designers in the 21st Century*. Ashgate Publishing, Ltd.
- Puentes, J. (16 de Diciembre de 2014). *Diseño Social, enfoques conceptuales y metodológicos en Diseño Industrial en la FUAC*. (H. Martínez, & A. (. Bastidas, Editores)
- Quintana, B. (4 de 12 de 2014). *Diseño Social, enfoques conceptuales y metodológicos en Diseño Industrial en la FUAC*. (A. bastidas, & H. Martínez, Editores)
- RAD-ANSPE. (2014). *Convenio 413 de 2014*. Bogotá: Documento público.
- Serrano, J. (16 de Diciembre de 2014). *Diseño Social, enfoques conceptuales y metodológicos en Diseño Industrial en la FUAC*.
- Thackara, J. (2005). *In the bubble: designing in a complex world*. Cambridge: MIT Press.
- Tonkinwise, C. (Marzo de 2015). *Is social design a thing?* Recuperado de *Is Social Design a Things?*



Trujillo, M. (9 de Diciembre de 2014). *Diseño Social, enfoques conceptuales y metodológicos en Diseño Industrial en la FUAC*. (A. Bastidas, & H. Martínez, Editores)

Universidad Autónoma de Colombia. (29 de julio de 2002). http://www.fuac.edu.co/recursos_web/descargas/reglamentos/414%20PEI.pdf. Recuperado de Acuerdo 414 Acta No. 1363.

Universidad Autónoma de Colombia. (2015). *Guía de Cátedra Taller V. Diseño y contexto*. Bogotá: Documento público.

Universidad Autónoma de Colombia. Programa de Diseño Industrial. (2010). *Informe de autoevaluación 2009-2010. Anexo1*.