

6

SENTIDO SOCIAL EN EL DISEÑO: ¿MUCHO CORAZÓN O POCO CUERPO?*

Édgar Saavedra Torres

6.1 CONTEXTUALIZANDO, DISEÑO Y OBJETIVO

Como punto de partida, es conveniente establecer qué se entiende por diseño en este escrito, aclarando que no es el propósito definirlo. Siendo consecuentes con lo anterior, se toma como base

* El texto de este capítulo es una reflexión construida, en el marco del Doctorado en Diseño de la Universidad de Palermo (Argentina), sobre el tema de investigación: *la dimensión social del diseño*.

la definición propuesta, en 1961, por Maldonado (1993, p. 11) y que posteriormente es adecuada, instituida y generalizada por el Concilio Internacional de Sociedades de Diseño Industrial –ICSID– (Morales, 2012, p. 173); Concilio que además de establecer para el diseño una definición, señala tareas, lineamientos y términos, con el fin de brindar un marco institucional mundial y objetivo para todos los implicados en y con esta disciplina. Según el IC SID, Diseño es “Una actividad creativa cuyo objetivo consiste en establecer las cualidades multifacéticas de objetos, procesos, servicios y sus sistemas a lo largo de todo su ciclo de vida”.

Es necesario precisar que, en cuanto a su alcance, todos los diseños, sin importar su apellido, son industriales, en el sentido de que representan una actividad industrial (IC SID), una doctrina (Joselevich, 2005, p. 17) o un fenómeno (Maldonado, 1993, p. 14), donde se organizan ideas, personas y recursos para cumplir un objetivo, para satisfacer una necesidad (la resolución de un problema). La diferencia en cada apellido (grafico, indumentaria, etc.), en un plano concreto, es la relación y profundización de las aplicaciones y medios tecnológicos (software, maquinaria-herramientas), así como de los procesos e insumos para la materialización de las soluciones. Al respecto, Morales agrega: “las especialidades se darían en la práctica, sin embargo, tal parece que incluso en este aspecto, las barreras tienden a desaparecer” (2012, p. 176). Generalizada la definición de diseño, y para contextualizar al lector de las diversas

especialidades, se procede a elaborar un desglose sucinto de las implicaciones o presupuestos contenidos en la definición de diseño, tales como: *actividad creativa; establecer cualidades multifacéticas; objetos, procesos, servicios y sus sistemas; ciclo de vida.*

6.1.1 Actividad creativa

En consonancia con Gerd Binnig (2004), la *actividad creativa* consiste en el proceso de cooperación de ideas y personas para buscar y encontrar los componentes necesarios para resolver un problema; esto lleva a entender el objetivo del diseño y la creatividad como un proceso cooperativo en las acciones de: establecer la necesidad; *establecer cualidades multifacéticas*; materializar el satisfactor, y prever, prevenir y minimizar los eventos e impactos negativos a lo largo del denominado *ciclo de vida*.

Establecer *la necesidad* –más allá de las implicaciones: críticas (reales y creadas), taxonómicas (Pirámide de Maslow) o de la redacción en proyectos académicos– es comprender y formular un concepto. Alexander aborda este elemento paradigmático en el diseño y define en torno a *necesidad* que: “Es una fuerza activa. Denominamos a esta fuerza activa que sustenta la necesidad, tendencia. Una tendencia es, entonces, una versión operacional de una necesidad [...]. Aceptaremos algo como necesidad si podemos demostrar que la gente en cuestión, una *vez dada la oportunidad*, trata activamente de satisfacer esa necesidad” (1980, p. 78).

Ese algo es una "idea" que se construye a partir de lo que el prójimo informa (siente o cree que necesita) o de lo que el diseñador observa (conflictos o situaciones problemáticas), y que posteriormente se formula; se presenta como "causa primera" (Scott, 2003, p. 4):

Christopher Jones las denomina especificaciones de funcionamiento; Bruce Archer las llama objetivos de diseño; en el Building of Public Station son requisitos del usuario; en el Ministry of Public Buildings and Works han sido llamadas actividades; por lo general, se les llama simplemente <<requisitos>> o <<necesidades>> (Alexander, 1980, p.77).

Pero fundamentalmente es una hipótesis (explicación tentativa): "toda formulación de una tendencia es una hipótesis. Es un intento de condensar un gran número de observaciones a través de una formulación general. [...]—o sea, una manera de interpretar observaciones— [...]" (Alexander, 1980, pp. 77-78). Así que establecer o formular una necesidad es el proceso de refinamiento de una hipótesis, y esta

No se puede inventar de la noche a la mañana; tan solo con refinamiento puede ser creada a lo largo de muchos años y por observadores independientes y diferentes. [...]. Ya que una tendencia es una hipótesis, ninguna tendencia puede ser formulada de manera absoluta o final (Alexander, 1980, p. 79).

Entonces, la creatividad, o la cooperación entre ideas y personas, consiste en el refinamiento de una hipótesis, mediante la observación

continuada y sistemática, en la que la idea de necesidad se construye, y en dicho proceso los objetos son un medio de verificación del nivel de comprensión. La creatividad debe ser objetivada en la relación método-necesidad, y no se busca coartarla, sino, como dice Saavedra:

Lo que se busca con cualquier tipo de método en la fase analítica es reducir la incertidumbre, tener una base sólida para realizar un análisis de la situación, definir la problemática y fundamentar la toma de decisiones que lleve a la solución. Es por esto que el diagnóstico en el análisis de los signos, síntomas e indicios para el establecimiento de las causas, efectos y posible solución, se convierte en un método y herramienta para educarse a uno mismo y a los demás para percibir, interpretar y posibilitar con mayor exactitud la definición y conocimiento de la realidad que encierra el problema (2014, p. 115).

Por lo anterior, para el proceso creativo se recomienda incorporar la fase diagnóstica, con el fin de evitar errores; más aún cuando de dicho proceso depende el desarrollo conceptual (establecer cualidades) del objeto o la cualificación de la materialidad.

6.1.2 Cualidades multifacéticas

Las cualidades multifacéticas pueden entenderse introduciendo lo contemplado por el Ministerio de Educación Nacional de Colombia en la Resolución 3463 de 2003, Artículo 1, Numeral 1: Configuración morfológica; estructuración de las características de comunicación

y uso; interacción de los usuarios con sus contextos; producción. Dichos elementos son reunidos y definidos como un conjunto de relaciones o interacciones con el prójimo (tanto usuario como fabricante del objeto) y el objeto en sí mismo, en un proceso de cualificación de la materialidad, a fin de constituirse como satisfactor o justificar “su existencia para servir a una finalidad humana” (Fornari, 1989, p. 11); dicho proceso, según Fornari (1989), abarca o incluye “la organización de sus elementos materiales, la distribución e interrelación de sus componentes [...] adquirida por esa porción de materia para ser manipulada o estructurada para una finalidad precisa [...] para satisfacer la necesidad humana que le dio origen” (p. 11). Por lo anterior, la orientación de la acción “establecer” es satisfacer la necesidad o la resolución del problema, en una “serie de acciones propias del diseñador o del equipo de planeamiento que tienen como objetivo [...] un diseño final” (Jones, 1978, p. 67), la “forma adecuada” (Fornari, 1978) o la materialización del satisfactor, que con posterioridad será producido en serie; distribuido y comercializado por diferentes canales y estrategias; adquirido, usado y desechado por el prójimo y el diseñador.

6.1.3 Objetos, procesos, servicios y sus sistemas

En cuanto a *objeto*, se parte del postulado que lo define como la representación o materialización de una abstracción o concepto, generado de manera individual o colectiva, que tiene la función de

satisfacer una necesidad y que más allá de un asunto de tipologías o de clases; son llamados “productos artificiales”, denominación que es extendida “a todos los objetos materiales creados por el hombre, cualquiera sea su finalidad y escala dimensional” (Fornari, 1978, p. 11). Dicha escala incluye desde y hasta: “datos, mensajes gráficos y multimedia. [...], espacios y ambientes” (MEN, 2003, p. 2); “casas, artículos, organizaciones, escritos o teorías” (Ramírez, 1997, p. 3).

La noción de objeto no se reduce a lo anterior; hablando del objeto y el fenómeno de la técnica, Maldonado agrega: “está presente tanto en la ejecución de los <<productos superestructurales>> (configuraciones simbólicas de todo tipo), como en la de <<productos estructurales>> (configuraciones objetuales de todo tipo)” (1993, p. 15); que más adelante concreta en “los productos de la mano (y de la maquina) [...] los de la cabeza” (p. 15); entonces tenemos no solo la dimensión objetual a nivel de escala, sino estructural (de lo abstracto y concreto); en esta línea, Ramírez agrega: “La forma no era, por lo tanto, concreta, sino que se hacía concreta, dando su sentido a lo concreto, mediante la materia. Aquí tenemos el origen del diseño como *conformación*, como la concreción material de una forma pensada” (1997, p. 3), y sumado a Perkins, “una estructura con propósito se forma lentamente durante un tiempo gracias al ingenio de muchos individuos” (1985, p. 19). En consecuencia, la idea expuesta en el apartado *actividad creativa*, de que la creatividad, o la cooperación entre ideas y personas, consiste en el refinamiento de

una hipótesis, mediante la observación continuada y sistemática, en que la idea de necesidad se construye, y en dicho proceso los objetos son un medio de verificación del nivel de comprensión, da paso al objeto como conformación de la hipótesis, y a afirmar que diseño, como *actividad creativa que consiste en establecer las cualidades multifacéticas de objetos*, [...], es la actividad de construir, refinar y conformar hipótesis o necesidades; a esto Ramírez agrega: “Lo que se diseña es el modelo, y este ha de servir para orientar a otras personas en lo que van a diseñar” (p. 1), y si se relaciona modelo con necesidad, entonces diseño consiste en la actividad de construir, refinar y conformar hipótesis, necesidades o modelos que han de servir como guía a otros.

Por otra parte *establecer las cualidades multifacéticas de objetos, procesos, servicios y sus sistemas* se considera la extensión de lo anteriormente expuesto, adicionando lo siguiente: en cuanto a servicio, en primer lugar se puede considerar la actividad del diseñador en escenarios como la academia, el estado, la empresa y la sociedad; en segundo lugar, como las prestaciones del objeto o de un sistema de objetos(en tanto componentes o estructuras de lo que se considera necesidad y su satisfacción) que interactúan con el prójimo. En cuanto a sistema, Alexander dice:

No debemos utilizar la palabra sistema para designar un objeto. Un sistema es una abstracción. No es un tipo especial de objeto sino un modo especial de considerar ese objeto. Es un modo

de llamar la atención sobre el comportamiento holístico de un objeto determinado que solo puede ser entendido como producto de la interacción entre las partes. [...]. La idea de un sistema no ayuda más que a entender tipos de comportamiento que resultan de interacciones entre las partes (1980, p. 62).

De manera preliminar, sistema implica un modo de observar y delimitar un fenómeno por las interacciones de las partes que lo producen, y, por tanto, de diagnosticar (discernir, conocer) o de explicar, o sea, una hipótesis. Continuando con Alexander: "dos ideas se ocultan en la palabra sistema: la idea de un sistema como un todo y la idea de un sistema generador" (1980, p. 57); la primera idea, explicada ya como interacción de las partes y abstracción; en la segunda idea argumenta:

Un sistema generador no es la visión de una cosa única. Es un conjunto de partes con normas que regulan el modo en que esas partes pueden combinarse. [...]. Este sistema consistirá generalmente en un conjunto de partes (o elementos) más unas reglas con las que se combinarán para formar <<cosas>>admisibles (1980, p. 66).

"Casi cada <<sistema como un todo>> se genera por un sistema generador. Si queremos hacer cosas que funcionen como <<todos>> tendremos que inventar sistemas generadores que las creen" (Alexander, 1980, p. 69); así que a la creatividad como proceso, con Alexander se le presenta como reto, que sea un sistema generador. Así que establecer las cualidades [...] de, exige un modo distinto de

observar, concebir y proceder como un todo, y, por ende, construir, refinar y conformar hipótesis como un todo en un sistema generador. Esto lleva a introducir el concepto de producción mencionado con anterioridad, y que entendido como proceso, desvinculado de las intenciones que estén detrás de él, se supedita a las dinámicas propias del sistema generador y la creatividad. En este punto, para la reflexión del lector se plantea el siguiente cuestionamiento: ¿Quién y cómo se determinan esas “reglas” y la “admisibilidad” de lo producido?

6.1.4 Ciclo de vida

Es un concepto vigente, introducido como modelo por Theodore Levitt, en 1965. Grosso modo, tiene un origen basado en una concepción biológica-económica: si los organismos en la naturaleza nacen, crecen, se reproducen y mueren, los productos artificiales, por analogía, en el mercado se idean, se introducen, crecen, maduran y declinan:

Cada día nacen multitud de productos y servicios. No obstante, pocos encuentran el secreto de la vida. Conocer la fase del ciclo en la que se encuentra nuestro producto o servicio nos permitirá diseñar la estrategia más eficaz para alargar su vida en un mercado cada vez más cambiante y rápido. En principio tengo que decir que es un error dejar morir un producto en el lineal, aunque según Nielsen son más de 300 los productos nuevos que se incorporan a la semana. Hay que intentar innovar y alargar por tanto la vida de los productos (Muñis, 2010).

Ya que el objetivo de este escrito es contextualizar, y no tomar posición en cuanto a si la concepción de ciclo de vida es errada o no, lo que sí se argumenta es que de cierta manera hay un proceso de aceptación o no en las hipótesis, reflejado en los siguientes términos: renovada, confirmada, complementada, rechazada, desechada o retomada.

6.1.5 A manera de síntesis sobre diseño y objetivo

Presentados sucintamente los elementos de la definición de diseño, es importante expresar acuerdo con Maldonado cuando dice que la definición de diseño del ICSID:

[...] debería poder adecuarse a los contextos particulares en los que la actividad se desarrolla. Dicho de otra manera, esta definición genérica debería dar cabida –sin que por ello disminuyera su validez global– a otras definiciones auxiliares, capaces de reflejar con mayor fidelidad la real diversidad (y conflictividad) de dichos contextos (1993, pp. 12-13).

Entonces, a partir de la definición del ICSID, y solo como una contextualización para este escrito, se entiende Diseño como la actividad cooperativa de construir, refinar y conformar hipótesis, necesidades o modelos como un todo, que han de servir como guía a otros, los cuales, con sus interpretaciones, las renuevan, confirman, complementan, rechazan, desechan o retoman; esto, sin embargo, deja un aparente vacío, ya que solo se ha discurrido en lo que se

entiende por diseño como actividad; entonces, ¿cuál es su relación con la sociedad? En la actualidad, el ICSID destaca para el diseño y su relación con la sociedad, a grandes rasgos, los siguientes lineamientos: “Descubrir y evaluar relaciones estructurales propias del diseño en la sociedad; aportando beneficios y libertad, individuales y colectivas a toda la comunidad humana; apoyando la diversidad cultural; mejorando la sostenibilidad y protección al medio ambiente”.

Lo anterior da cabida en el ámbito de la investigación a tres escenarios de actuación en diseño, que a su vez orientan el quehacer de posibles líneas de investigación:

- de la morfología (descubrir y evaluar relaciones estructurales propias del diseño en la sociedad),
- de lo inclusivo y participativo (aportando beneficios y libertad, individuales y colectivas a toda la comunidad humana; apoyando la diversidad cultural),
- y de lo sostenible (mejorando la sostenibilidad y protección al medioambiente).

Líneas y objetivos que muestran el rol social del diseño y que desde el ICSID se institucionalizan, primero, dando una base de definición y objetivos para el diseño y el diseñador, y, segundo, desmitificando la dependencia de esta actividad solo al servicio de uno de los

elementos de la forma social, como lo es la empresa. Refiriéndose a esto, el ICSID aclara que el diseñador es “individuo que practica una profesión intelectual y no simplemente un oficio o servicio para las empresas”.

Expuestas estas ideas en torno a diseño y objetivo, se presentan a continuación tres postulados a manera de hipótesis, para la discusión con los lectores:

- En la intelectualidad, diseño es la actividad cooperativa e investigativa en los escenarios de la morfología, la inclusión-participación y la sostenibilidad, cuyo fin es construir, refinar y conformar hipótesis (necesidades o modelos) como un todo, las cuales han de servir como guía a otros, quienes con sus interpretaciones las renuevan, confirman, complementan, rechazan, desechan o retoman.
- Un diseño es una estructura concreta y abstracta que sustenta un modelo hipotético que se refina y construye con la investigación y que sirve para orientar la construcción de conocimiento en torno a: “descubrir y evaluar relaciones estructurales propias del diseño en la sociedad; aportando beneficios y libertad, individuales y colectivas a toda la comunidad humana; apoyando la diversidad cultural; mejorando la sostenibilidad y protección al medio ambiente” (ICSID).

- La creatividad, o la cooperación entre ideas y personas, consiste en el refinamiento de una hipótesis (necesidad o modelo), mediante la observación continuada y sistemática, en la que la idea de necesidad se construye como un todo, y en dicho proceso los objetos son un medio de verificación del nivel de comprensión.

6.2 CONTEXTUALIZANDO *DISEÑO Y SENTIDO*

Establecido cómo se entiende diseño y objetivo, se da paso a *sentido*, como elemento inherente, generador, orientador y motivante de la actividad del diseñador; aproximarse a desentrañar lo que subyace en dicha actividad es el propósito de este apartado.

Diseñar no es algo que se aprenda de la noche a la mañana, se refina en un ejercicio continuado y sistemático, que genera *el hábito*; al respecto, “una actividad repetida generaba, según Aristóteles, un hábito racional o competencia en el sujeto practicante” (Citado por Ramírez, 1997, p. 5). Por otra parte, dicha actividad es un concepto que según Ramírez se desagrega y define en dos tipos de actuaciones:

Una actuación instrumental es aquella que se efectúa para alcanzar un fin previsto (por ejemplo construir una casa). El sentido de estas actuaciones reside fuera de ellas, en el fin alcanzado. La acción con sentido propio, en cambio, es aquella que conlleva a nuestra propia realización, la satisfacción de una necesidad vital (habitar la casa). La acción creadora de sentido

no es un proceso, sino que es, por así decir, un fin en sí misma, la acción y su sentido coinciden. Mientras la acción se realiza, se realiza su sentido y su fin, [...] (1997, p. 5).

La acción “construir” conduce a un mejoramiento de la técnica, al refinamiento de lo instrumental (software, elementos constructivos, maquinaria); en cambio, la acción “habitar” conduce al refinamiento conceptual del sentido (hipótesis, necesidad o modelo). Siendo interdependientes, es en el sentido donde se hace el énfasis, ya que orienta tanto los objetivos del diseño como la actuación del diseñador; entonces, ¿qué sentido entraña en diseño la actuación el diseñador? Al respecto, el ICSID argumenta dos cosas: primero, que hay una ética (global, cultural, ambiental) en los objetivos, y, segundo, que el conjunto de las actividades del diseño “deberían realzar aún más [...] el valor de la vida”. Entonces, si la ética debe estar presente en la construcción, refinamiento y conformación de la hipótesis que sirve para orientar a otros, entonces, ¿cómo se relacionan diseño, ética y sentido? Por lo anterior, entramos en el plano de la ética, la argumentación e intenciones que subyacen detrás de ella.

6.2.1 *Diseño, ética y sentido*

Hay un sentido detrás de la hipótesis, el cual la argumenta y se vincula directamente con el diseñador que la formula. Rodríguez, con base en Aristóteles, considera:

Si los argumentos se fundamentan en el carisma personal (condición moral o *autoritas*) del emisor, se les llama argumentos por *ethos*. Si se basan en los sentimientos que se intentan activar en el receptor, se les clasifica en argumentos por *pathos*. Si se basan en la lógica argumentativa que emana del propio discurso, son argumentos por *logos*. [...]. De la clasificación se infiere que tres elementos confluyen para la conformación de una comunicación ética: valores (*ethos*), argumentos (*logos*) y sentimientos (*pathos*). Los tres trabajan simultáneamente. Todos tienen fuerza argumentativa (2005, p. 7).

Si de los argumentos que sustentan la hipótesis penden los valores del diseñador, y ellos actúan de manera indirecta sobre los sentimientos o la experiencia en el prójimo, ¿en virtud de qué elementos el diseñador construye el sentido de su actividad? Siendo el diseñador un intelectual, y derivado de esto sus actuaciones, Trigo dice: “la actividad intelectual –aprendizaje, estudio, reflexión– de la persona que busca la verdad engendra en ella las virtudes intelectuales. La adquisición de conocimientos verdaderos capacita para alcanzar otros más profundos o difíciles de comprender” (2010, p. 1); Rodríguez, con base en Aristóteles, agrega a estos y los clasifica en dos grandes grupos: “Uno corresponde a las virtudes intelectuales, [...] El otro, a las morales o del carácter [...] (Ética Nicomaquea, II, 1)” (2005, p. 9). Tanto Trigo como Rodríguez coinciden con la clasificación que propone Aristóteles; entonces, por extensión, tras los argumentos del diseñador subyacen virtudes intelectuales y morales, que se adquieren mediante la educación (aprendizaje,

estudio, reflexión) y “el esfuerzo personal, realizando actos buenos con libertad y constancia” (Trigo,2010, p. 2); por tanto, capacitan al diseñador tanto para conocer** como para obrar éticamente, y Trigo agrega: “Mientras que las virtudes morales dan la capacidad para obrar moralmente bien, las intelectuales solo proporcionan el conocimiento de la verdad, y no garantizan el buen uso de ese conocimiento” (2010, p. 3). Entonces, ¿qué virtudes morales entran en juego y cómo se relacionan con las intelectuales?

Rodríguez dice: “Mediante la *proaíresis* (elección responsable o intención), el ser humano ha de decidirse ante las alternativas de acción aportadas por el contexto. La persona con virtudes se interroga sobre cómo actuar en determinado escenario” (2005, p. 9), y agrega, con base en Aristóteles:

Prudencia [frónesis] es la virtud de la inteligencia, según la cual se puede deliberar rectamente, respecto de los bienes y de los males, [...] (*Retórica*, I, 9). Es una disposición, acompañada de razón justa, dirigida hacia la acción y con referencia a lo que es bueno o malo para el hombre (*Ética Nicomaquea*, VI, 5), (2005, p. 11).

** A modo personal, la verdad es el conocimiento que está más allá de nuestro alcance y capacidad, que en el caso de algunas ciencias se descubre y solo se tiene una pequeña fracción (ínfima) de certeza. A esa ínfima fracción que podemos aprehender se le llama realidad, que es producto de la interpretación y de lo performado en nuestras mentes, y no tenemos la certeza de si tenemos la razón o no, porque esa realidad no es absoluta. Por tanto, en la hipótesis se asume como una interpretación, una versión de la realidad, que con la contribución de otros se renueva, confirma, complementa, rechaza, desecha o retoma.

Por lo anterior, la virtud moral-Proaíresis y virtud intelectual-Frónesis expuestas por Rodríguez (2005) subyacen en la construcción de sentido y, por ende, en las actuaciones instrumental y creadora que Ramírez (1997) propone. Ahora, si el diseñador actúa éticamente, y si su interés es sincero en la solución de los problemas del prójimo y su conjunto, se manifiesta la:

Eüvoia, benevolencia [...]. Manifestar benevolencia por medio del discurso implica que el emisor o el comunicador debe ser capaz de mostrar un sincero interés por la solución de los problemas de la colectividad y sacrificar el interés individual (Ramírez, 2005, p. 13).

Así que la triada Proaíresis, Frónesis y Eüvoia, en consecuencia, fundamenta el sentido de las actuaciones, y si se agrega lo conceptualizado por Rodríguez, de los hábitos racionales con base a Aristóteles, a saber: "Theoria-Episteme (investigación-saber); Poesis-Techne (Producción-Técnica); Praxis-Frónesis (Acción y Sentido)" (1997, p. 5), la investigación, la producción y las acciones conducentes al saber, la técnica y el sentido se encuentran orientadas y fundamentadas por la Proaíresis, la Frónesis y la Eüvoia.

6.2.2 A modo de síntesis sobre diseño y sentido

En diseño, entonces, las actuaciones se resumen en: instrumental o productiva y creadora de sentido. Lo instrumental en diseño implica la conformación de la hipótesis en dirección de lo concreto o

estructural (materialización), y crear sentido implica la formulación de la hipótesis en dirección a lo abstracto o superestructural (conceptualización) o el proceso de construir, refinar y conformar hipótesis (necesidades o modelos) como un todo.

Detrás de la construcción, el refinamiento y la conformación de hipótesis (necesidad y modelos) como un todo, que van a servir de guía a otros, se encuentra un marco ético orientado por la Proaíresis, la Frónesis y la Eüvoia.

El diseño es la actividad ética, cooperativa e investigativa en los escenarios de la morfología, la inclusión-participación y la sostenibilidad; de construir, refinar y conformar hipótesis (necesidades o modelos) como un todo y con sentido, para la realización del prójimo y su conjunto; hipótesis que han de servir como guía a otros, que con sus interpretaciones las renuevan, confirman, complementan, rechazan, desechan o retoman.

6.3 SENTIDO SOCIAL DEL DISEÑO

El objetivo y el sentido en el diseño son un todo interdependiente, con implicaciones éticas (virtudes intelectuales y morales), que se deciden (Proaíresis), deliberan (Frónesis) y manifiestan (Eüvoia) y, por tanto, afectan, por un lado, la investigación, la producción y las acciones conducentes a la construcción del saber, la técnica y el

sentido, y, por otro, la realización del prójimo y su conjunto y, por ende, su desarrollo. Según Pro:

Las valoraciones son relativas al individuo (relativismo individualista), a las épocas (historicista), a los lugares (geográfico), a las comunidades (social). [...]. Por otra parte, varían en el individuo mismo en las distintas épocas de la vida o en circunstancias distintas (1986, p. 155).

Y esto sumado a que “Existen topoi comunes para todos los discursos y otros que son específicos. Definir, comparar, establecer relaciones causa a efecto, antecedente consecuente, citar testimonios de expertos son topoi comunes en la escritura de textos” (Rodríguez, 2005, p.8); por tanto, lo social y su sentido, y el valor de la vida en el diseño rebasan lo que se escriba, producto de la valoración relativa, histórica, geográfica y de la época de la vida de un autor en la actualidad. Por ejemplo, si se toma lo expresado por Satué, cuando dice que hay una “[...] progresiva debilitación de los valores metafísicos tradicionales –a favor de los bienes materiales acumulados por la llamada sociedad del bienestar–, [...]” (1994, p. 15), entonces la pregunta que se dejaba a los lectores sobre ¿quién y cómo se determinan esas “reglas” y la “admisibilidad” de lo producido?, todo se enfocaría a la sociedad del bienestar y su ideología, por tanto, en torno a esta se fundaría la realidad de lo social en el diseño. Por otra parte, si se toma lo que dice Maldonado: “Por lo general, el diseñador está demasiado inmerso en la rutina de su profesión y

no llega a intuir la incidencia social efectiva de su actividad” (1993, p. 14), para la misma pregunta, posiblemente todo se enfocaría a la actuación instrumental, dejando de lado la actuación creadora de sentido. Y finalmente, con Margolin y Margolin, existe un vacío teórico en el sentido social del diseño y proponen “una agenda de investigación que lo examine y desarrolle” (2012, p. 63).

Cabe aclarar que en este escrito no se trata de invalidar o cuestionar, desde una base subjetiva, la producción de discursos sobre lo social, sino de interpretar y formular una hipótesis sobre lo social en el diseño; en consecuencia, se propone como una ruta, entre otras, un abordaje investigativo basado en el análisis crítico de los discursos escritos (y los topoi generales y específicos que subyacen) sobre lo social en diseño, y a partir de esto construir, refinar y conformar una hipótesis que sirva como guía a otros, que con sus interpretaciones la renueven, confirmen, complementen, rechacen, desechen o retomen. Por ahora, se presenta a continuación, a manera de aproximaciones, los avances en el proyecto de investigación doctoral, cuyo tema se enfoca en la dimensión social en el diseño.

6.3.1 Una aproximación a la discusión de lo social en el diseño en Europa

Aproximarse a la discusión de lo social en diseño en Europa es remontarse a Inglaterra y a la denominada *Revolución industrial*.

El concepto de revolución industrial, propuesto por Ashton, "implica un cambio repentino que no es, en realidad, característico de los procesos económicos" (1996, p. 9), "significó también una revolución de ideas" (p. 30) que derivaron en la maquinización y la producción en masa; "las nuevas máquinas permitieron a los fabricantes lanzar al mercado miles de artículos baratos en el mismo tiempo y al mismo costo que antes requerían para la producción de un solo objeto bien elaborado" (Pevsner, 2000, p. 20).

Gracias a la producción en masa y a la mecanización, cosas que antes eran disfrutadas por una selecta minoría [...] ahora eran accesibles para todos. El gusto de los británicos por los artículos exóticos como el té, el algodón y la porcelana, inspiró una revolución y hoy, prácticamente todo lo que ponéis en el carro de la compra desde revistas ilustradas hechas con arcilla china; el té y los paños de cocina, incluso el mismo carro metálico de la compra, todo está ahí gracias a que los Georgianos nos desearon la buena vida. Gracias a una mezcla única de riqueza mineral, ingeniosos industriales y apetitos insaciables, Inglaterra había hecho el mundo material moderno (BBC y Open University, 2003, 00:27:33-00:28:26).

Ashton agrega: "si bien trajo un nuevo entendimiento y un mayor control de la naturaleza, también aportó un nueva actitud ante los problemas sociales" (p. 30), pero el mismo autor reconoce que "el mejoramiento social era materia de asociaciones voluntarias y no una ocupación del Estado o de individuos" (p. 162), lo que ocasionó que gran parte de la población cayera en miseria y mendicidad, lo

cual constituyó para la época una “afrenta a la razón y sentido común de los primeros economistas” (p. 70). La crítica se enfocó entonces hacia las formas productivas y económicas de la maquinización y la producción en masa, a lo cual Morris propuso una forma de construcción del mundo material en que ello debía ser “hecho por el pueblo y para el pueblo, como una dicha para quien lo crea y para quien lo aprovecha” porque “[...] no es posible disociar el arte de la moral, de la política y de la religión” (citado por Pevsner, 2000, p. 22). Lo anterior, analizado por Pevsner en *Pioneros del diseño moderno*, implica que “Abogar por el oficio manual únicamente significa abogar por condiciones de primitivismo medieval [... y ya que Morris] no estaba dispuesto a emplear en sus talleres ninguno de los procedimientos de producción postmedievales, la consecuencia fue el elevado costo de toda su producción” (2000, p. 23), haciendo que los objetos producidos solo fueran asequibles para una minoría.

Así, el debate se centra en dos modelos: el moderno y el medieval. Por una parte, la sociedad industrial ve cómo dicha revolución es la realidad y la esperanza de desarrollo económico, sentándose la idea de “progreso”, y con “las sucesivas etapas de la revolución industrial se empezó a hablar de diseño industrial” (Joselevich, 2005, p. 17); en contraposición, Jhon Ruskin y su discípulo William Morris ven que en dicho ideal los artesanos y el común de la población están siendo desnaturalizados y marginados; por tanto, elevan sus manifiestos, y con su crítica inciden en la formación de movimientos y vanguardias artísticas y en el pensamiento en el ámbito del diseño; pero el

que se posiciona finalmente es el Modernismo, replicándose como modelo en toda Europa; en concordancia con Devalle, en *La travesía de la forma*: “*Modern Style* en Inglaterra, *Jugendstil* en Alemania, *Sezession* en Austria, *Liberty* en Italia, *Art Nouveau* en Francia y Bélgica” (2009, p. 77).

Ahora, de Inglaterra se da paso al contexto donde todos los elementos del modernismo se integraron de manera importante; la República de Weimar (Alemania), lugar donde la discusión se enriquece a nivel político, social y económico y toma el foco de atención en Europa, que García vincula a lo social de la siguiente manera:

Dentro de las lógicas de desarrollo técnico, socio-cultural e ideológico que se daba en Weimar y por su ubicación en la región central de Alemania se facilitaron las condiciones para lo que se llamó la Asamblea Nacional de Alemania, que estableció la República de Alemania, conocida como la República de Weimar, y la redacción de la Constitución Democrática, que fue la primera en considerar el derecho a una vivienda digna en su artículo 155. La cual expresó “[...] proporcionar a todo alemán una morada sana y a todas las familias, especialmente a las numerosas de la prole, una morada y un patrimonio que responda a sus necesidades” (2009, p. 266).

Bajo los lineamientos de Muthesius, el proyecto de Nación también fue orientado; lineamientos que permearon no solo el pensamiento de las comunidades, asociaciones y grupos de artesanos, sino también la academia. La llamada “Werkbund” emerge con la finalidad de:

Seleccionar los mejores representantes del arte, la industria, los oficios y el comercio, de combinar todos los esfuerzos en pro de una calidad elevada en el trabajo industrial y de formar un centro de unión para todos aquellos que puedan y quieran trabajar por una elevada calidad (Pevsner, 2000, p. 35).

Es decir, la apuesta moderna fue una realidad en Alemania. Ahora las discusiones sobre lo social se trasladan de la Werkbund a la Bauhaus. En concordancia con Maldonado, se incorporan dos elementos paradigmáticos en el campo del diseño: racionalidad industrial y contenido social; esto marca un precedente en el debate, al involucrar diseño-academia con su contexto socio-económico y cultural; en particular, en el periodo "1925-1930 en Dessau: el racionalismo" (Maldonado, 1993, p. 46), coincidente con la segunda fase de Alemania "1925-1930[...] la prosperidad engañosa del plan Dawes, de los créditos internacionales y de la racionalización industrial" (Maldonado, p. 46). Maldonado agrega que, en la Bauhaus, las posturas de algunos académicos no eran de total subordinación a la realidad operante: "Cuando más tarde se intentó eternizar el orden vacilante y opresivo de la racionalización industrial, la Bauhaus, con Meyer, procuró dar a esta racionalización un contenido social" (p. 47) o, desde la perspectiva de Schlemmer (1973), en la Bauhaus está "destinado a erigir la capital del socialismo" (citado por Ledesma, 2011, p. 1).

Aunque la racionalidad es presentada de manera antagónica, tiene otro efecto para el diseño, al tomar relevancia el proceso de formalización de la técnica y la proyectación como enfoque racional

de la disciplina hacia lo social; esto basado en la teorización que hace Maldonado, sobre la cual, Raimonda, en *Cultura de la técnica y teoría del diseño*, afirma lo siguiente:

En su primer escrito sobre el diseño industrial, en 1949, Maldonado individualiza el nuevo ámbito proyectivo como el "punto de llegada de muchas de las propuestas más estimulantes entre el arte y la técnica", colocándolo dentro de la "vasta problemática del desarrollo artístico contemporáneo". Pero ya en el aquel escrito Maldonado siente la necesidad de precisar que ello no depende "directamente" de esta problemática introduciendo la idea de que todas las formas producidas por el hombre tienen igual dignidad y acogiendo en el mundo de la cultura los adornos, los objetos anónimos, los objetos domésticos (2008, p. 254).

Esto aparentemente revitaliza los ideales del movimiento de las artes y oficios, acogiendo dentro del universo de los objetos las producciones del artesano y enmarcando el diseño en la historia y la cultura de la técnica; gestándose un proceso de ruptura con el arte, presentando al diseñador no como un artista, sino como un proyectista, en concordancia con lo que expone Raimonda:

Dentro del proceso industrial y estético del diseñador industrial ya no podía verse a sí mismo como un artista superior a ese mismo proceso sino que debía perseguir el trabajo en equipos con científicos, talleres de investigación, comerciantes y técnicos para concretizar su visión de proyecto social de ambiente (2008, p. 255).

Pero, ¿qué es proyectar? En principio se puede decir que proyectar es elaborar una hipótesis, conjeturar soluciones óptimas. (...) Y esto nos lleva a la relación conceptual el proyectar con el crear, el inventar, el descubrir y, no por último el decidir. No hay duda que, bajo un cierto perfil, proyectar es una actividad creativa (...) porque proyectar es medirse con problemas (Maldonado, citado por Raimonda, p. 267).

Con posterioridad, la proyectación introducida por Maldonado es analizada por Rodríguez, quien identifica y periodiza los discursos sobre ella en tres clases: Funcionalismo-racionalismo, Pragmatismo y Formalista; los dos primeros, insertos en el movimiento moderno y centrados, respectivamente, “en el desarrollo de métodos proyectuales [...] su justificación en un racionalismo que le da una especial jerarquía a las condiciones funcionales [...]” (p. 161); “este discurso centra su visión en el incremento de ‘valor’ en los objetos [...] diseño como factor de crecimiento económico y de la competitividad racional” (p. 168). El último, el formalista, opuesto a los dos primeros por estar vinculado al posmodernismo; Rodríguez lo divide en tres facetas: Lúdica, Semiótica y Revisionista; sin embargo, derivaron en lo siguiente: “las obras posmodernistas son de muy alto costo y reservadas para una élite [...] resultado de haber levantado, desde los años setenta, la sanción contra el consumismo” (p. 167); aunque se constituyeron en manifiestos, terminaron siendo productos de clase que “se alejan de los objetivos sociales que deben estar presentes en los proyectos de diseño” (p. 167), repitiéndose lo sucedido con Morris.

Por lo anterior, Chaves afirma del diseño que “esta práctica en todas sus manifestaciones tiene una indiscutible función social: todo lo que el diseño produce va dirigido a la sociedad e incide poderosamente sobre ella, para bien en unos casos y para mal en otros” (2008), y Gamonal amplía, en la definición de diseñador y diseño:

Un agente social, económico, cultural y político. [...] El diseño es un factor distintivo tanto de exclusión como de inclusión [...], es indicativo de estatus. [...] es un factor productivo y de consumo [...] es un factor educativo y artístico por sus características distintivas y estéticas [...] un factor propagandístico o crítico [...] (2011, p. 6).

La racionalidad proyectual se consolida en años posteriores en la ULM, adquiriendo una identidad propia con respecto a su predecesora: la Bauhaus. Ledesma (2011) discurre sobre la ruptura conceptual de la Escuela de ULM con su predecesora, la Bauhaus, la cual, en palabras de Aicher (1994), no se centra en “ninguna extensión del arte a la vida..., sino de un giro hacia el dominio práctico” (citado por Ledesma, 2011, p. 1), y agrega: “esto es apoyar el desarrollo de las fuerzas productivas de la sociedad capitalista para contribuir a la reconstrucción y desarrollo de la agotada Europa de la posguerra” (Ledesma, 2011, p. 1).

Lo anterior evidencia, por ahora, que la discusión de lo social en el diseño inicia en Europa, que la racionalidad y el contenido social tienen ópticas distintas y que lo social en el diseño no queda

claramente determinado, y en este estado, los presupuestos ideológicos imperantes que subyacen en el diseño se trasladan a Latinoamérica con Gui Bonsiepe y su propuesta de diseño para el Tercer Mundo, contenida en *Diseño de la periferia* (1985), texto generado a partir de la intervención que realizó entre 1968 y 1970 en Chile, que se muestra con más detalle en *Diseño industrial, tecnología y subdesarrollo* (1975).

6.3.2 Una aproximación a la discusión de lo social en el diseño en y para Latinoamérica

La ULM merece ahora “una consideración especial [...] porque de sus filas surgió la propuesta de aplicar el proyecto de diseño moderno y social al tercer mundo” (Ledesma, 2011, p. 1). Maldonado y Bonsiepe, como miembros distinguidos de la ULM y reconocidos por la comunidad académica de diseño, exponen en Brasil, en el 2003, sus puntos de vista en sus respectivas conferencias *Proyectar hoy y Diseño, globalización, autonomía*, publicadas posteriormente por Nodal Ediciones bajo el título de *Dos textos* (Bonsiepe y Maldonado, 2004); ellos “ponen el acento en políticas de diseño dirigidas a estimular el bienestar ambiental y social, a la par que lo consideran un elemento determinante para el desarrollo social en beneficio de muchos y no de pocos” (citado por Ledesma, 2011, p. 2). Así, la Bauhaus y la ULM extienden su influencia ideológica a Latinoamérica, y que Ledesma reconoce en la siguiente afirmación:

La mención de estas escuelas europeas no es retórica: ambas han influido notablemente en la formación de los diseñadores argentinos, particularmente en aquellos que convirtieron al diseño en enseñanza universitaria y modelaron los planes de estudios con los que todavía hoy se enseña en nuestro país (p. 1).

También esa influencia se ha trasladado a la actividad investigativa; como evidencia de ello se encuentran Thomas (2009), miembro del INTI, con *Tecnologías para la inclusión social y políticas públicas en América Latina*, que centra su discurso en la "Tecnología Social como una forma de diseñar, desarrollar, implementar y gestionar tecnología orientada a resolver problemas sociales y ambientales, generando dinámicas sociales y económicas de inclusión social y de desarrollo sustentable" (p. 2); y Senar (2009), con *Hacia un diseño disciplinar inclusivo: Roles sociales del diseño industrial en Argentina*, en donde se propone "realizar un acercamiento al diseño como tecnología para la integración social de las diversas formas de producción material y simbólica en la búsqueda por "recuperar la capacidad de decisión social del uso y fines de esta tecnología" (p.98). En estos se observa el impacto de la ULM, particularmente la influencia que la racionalidad del pensamiento de Bonsiepe y su agenda para la periferia, centrada en el grado de industrialización y tecnología adaptada a las necesidades locales; en palabras de Waisman (1975), en Argentina, "Toda esta actividad teórica, está apoyada [...] continuadamente por el INTI" (citada por Bonsiepe,

1975, p. 2). Si bien en lo anterior se expresa el interés por lo social, llama la atención la afirmación de Ledesma en *Plan de trabajo cartografías del diseño social*: “Si bien, en la Argentina se han desarrollado (y desarrollan) iniciativas para inventariar o cartografiar el diseño (INTI, DISUR, UBAC y T A038 2008-2010), no conocemos ninguna que tome un punto de vista centrado en el aspecto social” (2011, p. 3).

Por otra parte, Bonsiepe, “principal teórico de los problemas relativos al diseño industrial para el tercer mundo” (Maldonado, 1993, p. 87), aclara para Latinoamérica que: “la falta de una actividad proyectual concreta está en parte perpetuada por los planes de enseñanza tecnológica en las universidades, que reflejan directamente la dependencia cultural” (1975, p. 5) y que,

El diseño industrial como elemento de una política tecnológica [...], como disciplina tecnológica, [...] estaba y está fuertemente asociado con la esfera de una nueva elite consumista, [...] el consumo particular suntuoso. [...] Debe salir de su estado de marginalización y conectarse con los puntos neurálgicos del aparato productivo. Solamente en esta perspectiva tendrá relevancia social (Bonsiepe, 1975, p. 4).

Aun así, Margolin y Margolin afirman que “Desde la Revolución Industrial, el paradigma de diseño dominante ha sido el del diseño para el mercado” (2012, p. 61), y la generación de teoría y conceptualización del diseño sobre estructuras, métodos y práctica

ha sido orientada a construir la realidad del diseño entorno al “sentido del mercado” y la “creación de productos para la venta”, reduciendo a la sociedad, la destinataria del diseño, a un actor que consume; agregan García *et ál.*: “El modelo de mercado que persiste en la práctica del diseño no contempla las necesidades sociales y trae problemas y desigualdad social” (2007, p. 32) y sus productos se limitan a ser “Símbolos de categoría social” (2007, p. 33). En este punto no se ha encontrado hasta el momento evidencia de investigaciones que den cuenta de que el marco ideológico de Maldonado y Bonsiepe, que influencia a Latinoamérica, tiene la función de perpetuar estos esquemas o no. Por otra parte, presentando una crítica explícita frente al modelo de mercado, en la línea de “teorizaciones” “por estudiosos de los países industrializados” (Maldonado, 1993, p. 86) se encuentra Papanek, con *Diseño para un mundo real* (1971), cuya crítica e influencia es reconocida, como dicen García, Martínez y Salas, pues es: “un fuerte defensor de la ecología y la responsabilidad social de los productos de diseño, de herramientas y de las infraestructuras comunitarias. Reprobaba que los productos manufacturados fueran inseguros, mal adaptados o difíciles de usar” (2007, p. 33); llevó a la práctica su perspectiva creando “productos y diseños para la Unesco y para la Organización Mundial de la Salud (OMS) [...]” (García *et ál.* , 2007, p. 1) y pone como ejemplo al diseño nórdico, específicamente Suecia, “como un justo medio” (García *et ál.* , 2007, p.33) por su legislación y, derivado de ella, el objetivo de empresas y productos. Ledesma involucra a Frascara, destacando que “siguiendo a Papanek, ha planteado en su

obra 'Diseño para la gente' una concepción del diseño alejada de la promoción del producto y los servicios de consumo, proponiendo una 'función social' que apunte a solucionar problemas de la comunidad" (2011, p. 2), y continuando con Ledesma: "En la misma línea debe incluirse el desarrollo que ha tomado el llamado 'Diseño para todos' o diseño para las capacidades diferentes que plantea hacer centro en las necesidades de usuarios sistemáticamente no considerados por el diseño 'oficial'" (2011, p. 2).

Otras manifestaciones en el marco de lo social se extienden a: "programas de diseño para las necesidades sociales [...]. Diseño para el desarrollo, que ha tomado ideas del movimiento de tecnologías intermedias o alternativas que ha promovido soluciones tecnológicas de bajo costo para problemas en los países en desarrollo" (Margolin y Margolin, 2012, p. 62). Actividades de diseño como: Diseño de productos sostenibles y Diseño socialmente responsable o de las "respuestas proyectuales creativas, coherentes y pertinentes que genera el diseñador con las comunidades a las cuales dirige sus esfuerzos, y que tiene como objetivo lograr transformaciones que contribuyan en la construcción de una sociedad más justa y equitativa" (Barrera, 2004, p. 4); o pensar, como dice Barrera, en *Diseño con responsabilidad social*, "en la posibilidad de un diseño participativo" (2004, p.4), o Subirats, Joan y Badosa, en *¿Qué diseño para que sociedad?*, en enfoques en "el mundo del diseño que no priorizan la comercialización o la intervención pragmática acrítica o tecnocrática, sino que persiguen desarrollar una línea de

diseño socialmente responsable, que no empobrezca ni autolimite la conciencia social cultural de los profesionales” (2007, p. 39), y Martínez, en *El branding, la sustentabilidad y el compromiso social del diseño*:

Si la marca, además de contar una historia, toma partido por algo, o apoya una buena causa, se beneficia además a los sectores más necesitados de la sociedad. También los consumidores se benefician, aunque de manera indirecta porque además de contribuir a una sociedad mejor, las marcas que apoyan a buenas causas muestran que sus empresas cuentan con la suficiente solvencia y buena gestión como para dedicarse a “hacer el bien” [...] (p. 15).

En la actualidad, la discusión sigue abierta, como lo evidencia el artículo de Margolin y Margolin, *Un “modelo social” del diseño: cuestiones de práctica e investigación*, publicado originalmente en el 2010, en el *Journal Design Issues*, y traducido al español en 2012 para la *Revista KEPES*, que aporta una nueva discusión sobre el diseño para las necesidades sociales y versa particularmente sobre: un modelo social de la práctica del diseño en conjunto con el campo del trabajo social. También propone abordar un modelo social de la práctica del diseño de producto y sugiere desarrollar “una agenda de investigación que lo examine y desarrolle de manera comparable a aquella como la investigación ha apoyado al diseño para el mercado y a la psicología ambiental” (2012, p. 63).

6.3.3 A modo de síntesis en las aproximaciones

Entonces, si en Maldonado la proyectación es medirse con problemas relacionados con la visión social de ambiente, “el Diseño recupera su sentido no como expresión individual, sino como creación que configura nuestra sociedad, nuestro entorno y nuestras relaciones con otras personas y los objetos que nos rodean” (Gamonal, 2011, p. 17).

Por lo tanto, el diseñador no solo tiene una responsabilidad como individuo o ciudadano, sino como productor de signos, textos o discursos en forma de diseño que se van a instalar en la sociedad y que, en mayor o menor medida, van a intervenir en la relación triádica persona-objeto-entorno (Gamonal, 2011, p. 7).

Continuando con Augé, “los diseños circulan, se exhiben, se intercambian y se utilizan. Pero, sobre todo, son un instrumento para establecer una relación entre los humanos” (citado por Gamonal, 2011, p. 7). “Insertados en la sociedad, van más allá de la clásica dualidad de forma y función, “porque son a la vez acontecimientos y síntomas sociales. Intervienen y expresan” (Gamonal, 2011, p. 7). Por lo anterior, Gamonal concluye: “Los diseñadores crean productos y servicios para las personas, para la sociedad. Eso hace que el Diseño no solo sea una disciplina creativa, sino también social” (2011, p. 16), que “contribuye activamente en todos los aspectos de la vida social (económica, cultural, política, etc.)” (p. 4). Entonces,

en el campo del diseño no solo adquiere relevancia lo industrial, fruto de la sociedad de consumo que lo requiere y del avance de las investigaciones que lo apoyan, sino que emerge la posibilidad de lo social, y en ella una agenda de investigación.

6.4 PROBLEMATIZACIÓN DE LO SOCIAL EN DISEÑO

Aunque en los antecedentes se evidencia que de algún modo en el diseño “lo social” ha sido considerado (Maldonado, 1945, *Proyecto Social de ambiente*; Papanek, 1971, *Responsabilidad Social*; Bonsiepe, 1975, *Relevancia Social*; Maldonado, 1993, *Contenido Social*; Barrera, 2004, *Responsabilidad, compromiso y Justicia Social, y Diseño Participativo*; García et ál. , 2007, *Satisfacer una necesidad específicamente humana*; Margolin y Margolin, 2007, *Necesidades Sociales, Modelo Social, Diseño Social*; Frascara, 2000, y Chaves, 2008, *Función Social*; Thomas, 2009, *Problemas, Dinámicas e Inclusión Social*; Senar, 2009, *Roles sociales, Integración social, Capacidad de Decisión social*; Ledesma, 2011, *Aspecto Social, Bienestar Social y Ambiental, Desarrollo Social*; Gamonal, 2011, *Disciplina Social*; Rodríguez, 2012, *Objetivos Sociales*), según Rodríguez “El diseño continúa centrado en su preocupación por la forma en sí, sin detenerse a pensar sobre el sentido de esta y la relación que guarda con respecto a la sociedad y la cultura (2012, p. 170), por tanto, como dice Chaves:

Proponer que el diseño asuma esa función de un modo sistemático, no anecdótico, tendremos que ingresar en el terreno de la propuesta alternativa. Consecuentemente, deberemos seguir el compromiso intelectual y ético de denunciar las razones por las cuales dicha función es actualmente marginal y señalar las condiciones que tendrían que darse para que se cumpla plenamente (2008).

Y máxime cuando, en palabras de Chiapponi, el diseñador:

[...] asume, de hecho, la responsabilidad en un proceso de decisión colectivo como el proyectual, los intereses de un futuro usuario, de actuar proyectualmente en nombre y por cuenta de los usuarios, de aceptar una delegación implícita para encarar y resolver problemas de cultura material (1991, p. 41).

O en palabras de Papanek:

La responsabilidad del diseñador [...] su buen juicio social y moral tiene que entrar en juego mucho antes de que empiece a diseñar, porque tiene que juzgar apriorísticamente, además si los productos que se le pide que diseñe o rediseñe merecen su atención o no. En otras palabras si su diseño estará a favor o en contra del bien social (1971, citado por Barrera, 2004, p. 4).

Lo social y su sentido u orientación en diseño es una iniciativa que adquiere relevancia para la investigación, y que además tiene sustento en lo que formulan Margolin y Margolin, apoyados por García *et ál.*:

En comparación con el “modelo orientado al mercado”, ha habido poca teorización sobre un modelo de diseño de producto orientado a las necesidades sociales. [...] Por el contrario, poco se ha reflexionado sobre las estructuras, los métodos y los objetivos del diseño social. [...], en cuanto a la comprensión más amplia acerca de cómo el diseño para las necesidades sociales podría ser comisionado, apoyado e implementado, poco se ha logrado. Tampoco se ha prestado atención a los cambios en la educación de los diseñadores de producto que pueda prepararlos para diseñar para poblaciones en necesidad, en lugar de sólo para el mercado (2012, p. 62).

Una de las características de este modelo de diseño (comparado con el modelo para productos de mercado) es que posee pocas estructuras teóricas, métodos u objetivos (2007, p. 31).

Los investigadores y las investigaciones evidencian un vacío teórico y que la discusión sigue abierta, lo que constituye una oportunidad para investigar lo social y su sentido u orientación en el Diseño, lo cual, agregado a lo que dicen García *et ál.*, para delimitar la problemática de manera objetiva hay que considerar lo siguiente:

Como muchos de los problemas que enfrentamos en nuestra sociedad, a veces las cosas no se hacen porque se desconocen las problemáticas e ignoramos los procedimientos y referencias teóricas, o por seguir tendencias de otros países que no corresponden a nuestra realidad (2007, p. 39).

Ahora, si se tiene en cuenta la influencia en Latinoamérica de los discursos de las escuelas europeas de la Bauhaus y la Ulm y sus

actores, como reconocen tanto Ledesma: “La mención de estas escuelas europeas no es retórica: ambas han influido notablemente en la formación de los diseñadores [...]” (2012, p. 1), como Joselevich: “La doctrina del diseño industrial se desarrolló en gran parte en algunos centros de enseñanza, cuyo arquetipo fue el Bauhaus alemán [...] (2005, pp. 17-18), un diseñador “debe crear apoyándose en los fundamentos sociológicos y encontrar en ellos su argumento para construir un discurso [...]. Porque ese discurso está dirigido a la sociedad [...]” (Gamonal, 2011, p. 7). Por tanto, en lo social en diseño, estos autores dejan entrever que abordar el análisis de los discursos y su influencia tiene relevancia para desentrañar los vacíos, contradicciones y aportes teóricos, conceptuales y metodológicos que lo fundamenten y expliquen.

En conclusión, los teóricos, los investigadores y el estado actual de la investigación evidencian una problemática en la investigación en el campo del diseño, la cual, sumada a la ausencia de un diseño que emerja y atienda las necesidades de las sociedades subdesarrolladas o, en palabras de Bonsiepe, “de la periferia”, invita a preguntarse ¿qué subyace en los discursos de diseñadores sobre la dimensión social del diseño que han circulado en textos (bibliografía) en español y portugués en Latinoamérica desde los 1959-1964 al 2014? Y desde el análisis del discurso, analizar los presupuestos que están presentes en la concepción social del diseño, y en dicho marco temporal establecer y periodizar las valencias, analizando qué

concepciones o qué se ha teorizado (vacíos y aportes conceptuales) sobre lo social en diseño, y de esta manera construir el sentido del diseño social de manera sistémica.

6.5 EN CONCLUSIÓN A MANERA DE HIPÓTESIS

La discontinuidad, relativización y no sistematicidad de los discursos que han circulado en Latinoamérica desde 1959-1964 a 2014, por parte de los diseñadores en el marco de lo social en diseño, no han permitido la construcción de una teoría del diseño social que sea equiparable a la del diseño para el mercado, como tampoco consolidar una contracultura equiparable a la racionalidad industrial, que produzca una crisis que potencie el diseño a otro estadio. Por tanto, el campo del diseño se encuentra dogmatizado. Para concluir, se dejan cuatro frases para la reflexión de los lectores:

“Es importante mencionar que dentro del movimiento moderno hubo esfuerzos reales para acercar el diseño a la problemática social. [...]. Lo que en el texto se destaca es que estos esfuerzos se han diluido con el tiempo y debido a la falta de actualización de los discursos iniciales” (Morales, 2012, p. 162).

“Necesitamos un tipo de sistema de construcción nuevo, más sutil, que no se limite a generar edificios, sino que genere edificios con garantías de funcionamiento como sistemas holísticos en el sentido social y humano” (Alexander, 1980, p. 72).

“La existencia humana lleva consigo la realización del sentido de la vida mediante la elección de lo que hemos o no hemos de hacer y de lo que o no hemos de crear” (Ramírez, 1997, p. 7).

Que diseño es la actividad ética, cooperativa e investigativa en los escenarios de la morfología, inclusión-participación y la sostenibilidad; de construir, refinar y conformar hipótesis (necesidades o modelos) como un todo con sentido, para el desarrollo y realización del prójimo y su conjunto; hipótesis que han de servir como guía a otros, que con sus interpretaciones las renuevan, confirman, complementan, rechazan, desechan o retoman, dando sentido social al diseño.

REFERENCIAS

- Alexander, Ch. (1980). *Tres aspectos de matemática y diseño*. Barcelona: Tusquets.
- Ashton, T. (1996). *La revolución industrial*. (13.^a ed.). México: Fondo de Cultura Económica.
- Barrera, G. (2004). Diseño con responsabilidad social. *Primer Encuentro Nacional de Investigación en Diseño*. Colombia: Universidad Icesi. Disponible en <http://www.icesi.edu.co/disenohoy/memorias/Barrera.pdf>

- BBC & Open University (2003). *What did industrial revolutions for us?* [archivo de video]. Recuperado de <http://www.open.edu/openlearn/body-mind/ou-on-the-bbc-what-the-industrial-revolution-did-us-series-summary>
- Binnig, G. (2004). El proceso creativo. *Revista Deutschland*, (5), 46-47.
- Bonsiepe, G. (1975). Diseño industrial, tecnología y subdesarrollo. *Cuadernos Summa-Nueva visión*, 3(1), 1-32.
- Chaves, N. (2008). *La función social del diseño: realidades y utopías*. Disponible en <http://www.disenoiberoamericano.com/node/95>
- Chiapponi, M. (1999). *Cultura social del producto*. Buenos Aires: Infinito.
- Devalle, V. (2009). *La travesía de la forma*. Buenos Aires: Infinito.
- Gamonal, R. (2011). La disciplina del diseño desde la perspectiva de las ciencias sociales. *Revista Prisma Social*, (7), 1-19. Disponible en <http://www.isdfundaciogn.org/publicaciones/revista/numeros/7/secciones/abierta/03-disciplina-perspectiva-ciencias-sociales.html>
- García, D.; Martínez, A. Y Salas, B. (2007). Diseñamos ¿para un mundo real? Víctor Papanek, un visionario del diseño. *Revista Diseño en Síntesis*, 18(38), 30-39. Disponible

en http://148.206.107.15/biblioteca_digital/estadistica.php?id_host=6&tipo=ARTICULO&id=5854&archivo=15-389-5854nhh.pdf&titulo=Dise%C3%B1amos,%C2%BFpara%20el%20mundo%20real?Victor%20Papanek,%20un%20visionario%20del%20dise%C3%B1o

García, H. (2009). Weimar, origen de un ejercicio profesional llamado diseño. En: Castillo M. (Ed.), *Procesos urbanos informales y territorio*. (pp. 263-267). Bogotá D.C.: Universidad Nacional de Colombia.

International Council of Societies of Industrial Design-ICSID. *Definición y objetivos del diseño*. Disponible en <http://www.icsid.org/about/about.htm>

Jones, Ch. (1978). *Métodos de diseño*. Barcelona: Gustavo Gili.

Joselevich, E. (2005). *Diseño posindustrial. Teoría y práctica de la innovación*. Buenos Aires: Infinito.

Ledesma, M. (2011). *Plan de trabajo cartografías del diseño social*. Disponible en <http://www.proyectocartografias.blogspot.com.ar/2011/11/cartografias-del-diseno-social-maria.html>

Maldonado, T. (1993). *El diseño industrial reconsiderado*. México: G. Gilli, S.A. de C.V.

Margolin, V. y Margolin, S. (2012). Un "modelo social" de diseño: cuestiones de práctica e investigación. *Revista KEPES*, 9(8), 61-71. Colombia: Universidad de Caldas.

- Martínez, M. (2011). El branding, la sustentabilidad y el compromiso social del diseño. (Cuando ser es más importante que parecer). *Revista del Centro de Investigación*. 9(35), 11-17. México: Universidad de la Salle. Disponible en <http://www.redalyc.org/pdf/342/34218346003.pdf>
- Muñis, R. (2010). *Marketing del siglo XXI*. (3.^a ed.). Madrid: Centro de Estudios Financieros. Disponible en el sitio web, <http://www.marketing-xxi.com/concepto-de-ciclo-de-vida-del-producto-36.htm>
- Perkins, D. (1985). *Conocimiento como diseño*. Colección *Psicología*, 12, 19-26. Bogotá: Universidad Javeriana.
- Pevsner, N. (2000). *Pioneros del diseño moderno*. (3^a ed.). Buenos Aires: Infinito.
- Pro, D. (1986). *Metafísica y axiología en Alejandro Korn*. *Revista de Filosofía y Teoría Política*, (26-27), 151-157. Actas del V Congreso Nacional de Filosofía. En *Memoria Académica*.
- Raimonda, R. (2008). Cultura de la técnica y teoría del diseño. En M. Gradowczyk (Ed.). Tomás Maldonado: *Un moderno en acción*. (pp. 252-257). Argentina: EDUNTREF.
- Ramírez, J. (1997). La teoría del diseño y el diseño de la teoría. *Astrágalo*, (6), 1-9. España.
- Rodríguez, L. (2012). *El diseño y sus debates*. México: Universidad Autónoma de México.

- Rodríguez, L.I. (2005). Ética argumentativa en Aristóteles. *Revista Digital Universitaria*, 6 (3), 1-15. México: UNAM.
- Saavedra, E. (2014). El diagnóstico en diseño. En: Rojas, C. y Saavedra, E. (Comps.), *Reflexiones en torno a la investigación en diseño* (pp. 101-117). Tunja, Colombia: Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia.
- Satué, E. (1994). *Diseñador. Profesiones con futuro*. Barcelona: Grijalbo.
- Scott, R. (2003). *Fundamentos del diseño*. México: Limusa.
- Senar, P. (2009). Hacia un diseño disciplinar inclusivo: Roles sociales del diseño industrial en Argentina. *Revista Otra Economía*, 3(4), 98-121. Disponible en <http://revistas.unisinos.br/index.php/otraeconomia/article/view/1127/306>
- Subirats, J. y Badosa, J. (2007). ¿Qué diseño para qué sociedad? Notas sobre la funcionalidad social del diseño. *Colección Diseño Crítico*, (24), 35-41. España: Universidad de Elisava. Disponible en la base de datos de JSTOR.
- Thomas, H. (2009). *Tecnologías para la inclusión social y políticas públicas en América Latina*. Disponible en <http://www.investigacionaccion.com.ar/catedragalan/archivos/1300841035.pdf>
- Trigo, T. (2010). *Las virtudes humanas*. Disponible en <http://www.unav.es/tmoral/virtudesyvalores/vgeneral/lvhtt.pdf>