

INTERVENCIÓN DEL DISEÑO INDUSTRIAL EN PROYECTOS DE INNOVACIÓN SOCIAL*

Intervention of industrial design in social innovation projects

Zorro-Tovar, M. L.**



RESUMEN

En los proyectos sociales cada vez son más necesarios los métodos para llevar las innovaciones técnicas a la sociedad, que le permita darle algún significado a los objetos creados para ellos; por esto existe un vacío en la materialización y la apropiación por parte de las comunidades involucradas con las soluciones propuestas. En este ámbito el diseñador industrial no es reconocido como profesional idóneo para tener participación en proyectos de tipo social. Por tal motivo, el objetivo es dar a conocer el papel que desempeña el diseñador industrial en la articulación de la sociedad con los proyectos de innovación social. Para ello, se realizó una revisión de tres estudios de caso: Ducha "Halo" en Chile, y en Colombia: Escuela virtual del patrimonio y Cultivando futuro, por tener como eje la innovación social, poniendo en evidencia el trabajo de los diseñadores industriales en los mismos. También se tuvieron en cuenta las propuestas teóricas de los diseñadores Ezio Manzini (2013), Victor Papanek (1975), Adriana Bastidas y Helen Martínez (2016), Renata Fentón (2016) y Juan Sobejano (2013), representantes en el campo de la innovación social. Como conclusión, en los proyectos que afectan a la co-munidad se necesita llevar a cabo un proceso creativo, por lo cual, el trabajo del diseñador industrial se puede reconocer como una profesión que sintetiza el conocimiento, la metodología y la creatividad, a su vez que involucra capital humano y social en el desarrollo de sus actividades proveyendo soluciones a los problemas humanos en comunidades y a su bienestar.

Palabras clave: innovación social, sociedad, diseño industrial, intervención social, comunidad, desarrollo de producto.

ABSTRACT

In social projects, the methods for bringing technical innovations to society are more and more necessary, allowing them to give some meaning to objects created for them; For this there is a vacuum in the materialization and appropriation by the communities involved with the proposed solutions. In this area, the industrial designer is not recognized as an ideal professional to participate in social projects. For this reason, the objective is to make known the role played by the industrial designer in the articulation of society with social innovation projects. To do this, a review of three case studies was carried out: "Halo" Shower in Chile, and in Colombia: Virtual School of Heritage and Cultivating the Future, for having as its axis social innovation, highlighting the work of industrial designers in the same. The theoretical proposals of the designers Ezio Manzini (2013), Victor Papanek (1975), Adriana Bastidas y Helen Martínez (2016), Renata Fentón (2016) and Juan Sobejano (2013), representatives in the field of social innovation were also taken into account. In conclusion, in projects that affect the community, a creative process must be carried out, so that the work of the industrial designer can be recognized as a profession that synthesizes knowledge, methodology and creativity, as well as Involves human and social capital in the development of its activities providing solutions to human problems in communities and their well-being.

Key words: social innovation, society, industrial design, social intervention, community, development of product.

* Artículo de reflexión, resultado del proyecto desarrollado durante la opción de grado Pasantía académica-internacional Argentina 2015, desarrollada en el programa de Diseño Industrial de la Fundación Universidad Autónoma de Colombia. Dirigido por PhD Abdénago Yate-Arévalo.

** Graduando de Diseño Industrial, en la Fundación Universidad Autónoma de Colombia. Dato de contacto: moniliz90@hotmail.com

1. INTRODUCCIÓN

Actualmente, autores, entre los que se encuentran Enzo Manzini (2012) en Italia, Adriana Bastidas y Helen Martínez (2016) y Pablo Calderón (2011) en Colombia, y Manuel Castells (2014) en España, hablan de la innovación social como aporte en el desarrollo social de las comunidades; pensamiento que se encuentra en consonancia con lo postulado por la Comisión Europea, a saber:

La Innovación Social consiste en encontrar nuevas formas de satisfacer las necesidades sociales, que no están adecuadamente cubiertas por el mercado o el sector público (...) o en producir los cambios de comportamiento necesarios para resolver los grandes retos de la sociedad (...) capacitando a la ciudadanía y generando nuevas relaciones sociales y nuevos modelos de colaboración. Son, por tanto, al mismo tiempo innovadoras en sí mismas y útiles para capacitar a la sociedad a innovar. (Comisión Europea, 2015 párr. 2)

Desde este enfoque, en el presente artículo se evidencia la participación que tiene el diseño industrial en la innovación social, con el fin de mostrar cómo esta disciplina, en asociación con la comunidad, plantea y ejecuta las soluciones que llevan al progreso de la sociedad en los proyectos que interviene. Esto se sustenta en las tesis de diversos autores (Margolin, 2002; Thackara, 2005, 2007; Manzini, 2007) de que los diseñadores han tendido un puente entre la tecnología y la sociedad, pero que al parecer sólo ha ido en la dirección tecnología-sociedad. Estos autores han seguido de cerca las innovaciones técnicas y han estudiado las nuevas oportunidades que brindan para crear objetos con algún grado de utilidad funcional y utilidad significativa para la sociedad. No obstante, este mismo puente debe ser cruzado también en el otro sentido, es decir, en la dirección sociedad-tecnología, para lo cual es necesario analizar la innovación social, identificar casos prometedores, emplear la sensibilidad, la capacidad y la habilidad del diseñador para elaborar nuevos objetos y para formular nuevos caminos para la innovación técnica, pero teniendo como columna vertebral a la sociedad como elemento de tanto de

arranque como de formulación y solución en los proyectos, en tanto proceso de sensibilización, comprensión y desarrollo de los objetos/productos que se coligen de todo el proyecto como respuesta a las necesidades puntuales de cada comunidad. Esto reconoce que no es una mera transferencia tecnológica (dirección tecnología-sociedad), sino una concienciación de los atributos de la sociedad involucrada para generar respuestas puntuales, que pueden ser o no por transferencia, dada la mayor prioridad social sobre la tecnológica (dirección sociedad-tecnología), sobreponiéndose a las posibles injerencias negativas de la tecnocracia.

En correspondencia, los diseñadores que se desenvuelven en este contexto deben colaborar con variedad de interlocutores, que en el caso de la innovación hace especial al diseñador al trabajar con la comunidad, con profesionales de otras áreas y entes gubernamentales. Los diseñadores tienen la responsabilidad de participar en los proyectos sociales de forma activa, nutriéndolos con sus conocimientos específicos en diseño objetos o elementos que sean parte del desarrollo de los proyectos (Experimenta, 2015 párr. 3).

Por lo tanto, este artículo presenta una alternativa a la forma como puede intervenir el diseñador industrial en la innovación social. Se busca que el diseñador industrial, como se ha venido evidenciando, tenga mayor participación en un campo de acción en el cual puede aportar conocimiento y reflexionar acerca de la responsabilidad que tiene en la forma de resolver los problemas que afectan a la comunidad y cómo la hará participe de la solución.

2. MÉTODO

Se toman tres casos de estudio de proyectos sociales donde hay intervención de diseño industrial y se analizan a través de los criterios de innovación social para determinar si dichos casos cumplen con los requisitos básicos para ser proyectos de innovación social ejecutados por diseñadores industriales. La información para llevar a cabo el presente documen-

to, fue recolectada mediante la revisión de documentos y registros de fuentes impresas, virtuales y ayudas audiovisuales (véase la tabla 1). La información fue procesada cualitativamente mediante la lectura de los documentos y entrevistas consultadas de revistas de diseño y libros sobre diseño e innovación. Se tomó como referencia a los autores Ezio Manzini (2013), Pablo Calderón (2011), Manuel Castells (2012), Adriana Bastidas y Helen Martínez (2016), entre otros, teniendo en cuenta que son autores de gran reconocimiento por el trabajo que llevan a cabo y las teorías que desarrollan sobre el tema.

Tabla 1. Fuentes de consulta

Fuente	Cant.	Periodo	Categoría
Libro	2	1977-2015	Innovación
	2		Diseño social
	2		Diseño industrial
	1		Innovación social
Artículo	5	2004-2015	Innovación
	3		Diseño social
	4		Diseño industrial
	6		Innovación social
Documental	2	2010-2014	Diseño industrial
	4		Innovación social
Total	31		

Fuente: Propia

3. RESULTADOS

3.1. Marco teórico-conceptual

3.1.1. La innovación

Según el Manual de Oslo, se entiende por innovación: la concepción y la implantación de cambios significativos en el producto, el proceso, el marketing o la organización de la empresa con el propósito de mejorar los resultados. Los cambios innovadores se realizan mediante la aplicación de nuevos conocimientos y tecnología que pueden ser desarrollados internamente, en colaboración externa o adquiridos mediante servicios de asesoramiento o por compra de tecnología. Las actividades de innovación incluyen todas las actuaciones científicas, tecnológicas, organizativas, financieras y comerciales que conducen a la innovación. Se consideran tanto las activida-

des que hayan producido éxito, como las que estén en curso o las realizadas dentro de proyectos cancelados por falta de viabilidad. La innovación implica la utilización de un nuevo conocimiento o de una nueva combinación de conocimientos existentes (Manual de Oslo. 2010, pág. 44).

Entonces, puede decirse que la innovación es el proceso de llevar a cabo una idea o invento. Este proceso tiene como resultado generar valor agregado, reducir costos u ofrecer un nuevo producto o servicio y está ligado a la creatividad, el descubrimiento y la invención de manera tal que tenga como resultado un nuevo producto, proceso o servicio. Para realizar un cambio que suponga introducir algo nuevo es necesario un proceso creativo, siendo éste parte de la innovación. En ocasiones, la creatividad, entendiendo esto como la generación de nuevas ideas o conceptos, representa una variación de algo que ya existe, por ejemplo, cuando se cambia la presentación de un producto conocido en el mercado como es Vanish®, que antes sólo se vendía en botella, pero tuvo una variación en la presentación ofreciéndola, al público, en sobres. También, la creatividad tiene relación con la transferencia tecnológica, al usar la tecnología en el desarrollo de las nuevas ideas que se generen, siendo una herramienta eficaz y eficiente en el proceso creativo. Aquí observamos cómo los conceptos de innovación y creatividad se dan en diversos ámbitos, como por ejemplo en la industria al innovar un nuevo proceso productivo o un producto; en la educación al crear nuevos métodos de enseñanza o de formas de estudio, y en el arte en cuanto al desarrollo de nuevas técnicas que cada artista desarrolle. Existen diversos tipos de innovación en los cuales se puede enmarcar cada proyecto para tener una mejor resolución del mismo (Farias M. 2013, párr 8).

3.1.2. La innovación social y el diseño industrial

La innovación social se puede definir como el análisis, desarrollo e implementación de nuevos planteamientos (productos, servicios y modelos) para satisfacer necesidades en la sociedad, crear relaciones entre los integrantes de la sociedad y ofrecer

resultados positivos. Se busca mejorar el bienestar humano y el mejoramiento de la capacidad de actuar de las personas. Se basa en la creatividad de los ciudadanos, las organizaciones sociales, las comunidades o las empresas (Vidal S., 2014, párr. 3).

La innovación social busca comprender el contexto, creando las condiciones adecuadas para el éxito. Esto implica la participación activa de los interesados, la construcción de relaciones sólidas y compartir conocimiento. Se basa en la creación de nuevos métodos de comunicación, interacción, intercambio y desarrollo; sus intervenciones quieren generar debate social, planteamiento de problemas y a la vez dotar de nuevos espacios y herramientas. También, con la innovación social se busca encontrar nuevas formas de satisfacer las necesidades sociales que aún no están cubiertas por el mercado o el sector público, o en producir cambios en el comportamiento para resolver los problemas de la sociedad; esto se genera capacitando a la ciudadanía y generando relaciones sociales y modelos de colaboración. Adicionalmente, se pretende desarrollar una cultura de innovación donde se potencian valores como la creatividad, aceptar riesgos, la curiosidad, el emprendimiento, la aceptación del fracaso, etc. Y generar a su vez un compromiso hacia la ciencia y la innovación, capacitando a las personas en nuevos conocimientos y habilidades (Ortega D. 2012, párr. 5).

De este modo, los procesos involucrados en la innovación social dan resultado como aprendizajes, compromisos y transformaciones que impactan localmente y se construyen sobre la participación de los agentes locales, el empoderamiento y el compromiso ciudadano. Además, para autores, entre los que están Howaldt y Schwarz, no sólo se trata de una iniciativa comunitaria o de base social, sino de un producto de los desarrollos económicos y tecnológicos de la sociedad industrial, los cuales no dejan de estar emparentados con aspectos sociales (Howaldt & Schwarz, 2010). Desde esta perspectiva, se trata de dos dimensiones interrelacionadas, pues los desarrollos tecnológicos son originados por necesidades sociales, y a su vez las dificultades sociales propician

inventivas tecnológicas y objetivas para su solución (Córdoba C. 2014, párr. 8).

En correspondencia con lo anterior, la innovación social hace referencia a los métodos en la búsqueda de soluciones a problemas sociales a través de hechos específicos. Por lo tanto, los diseñadores sociales deben observar y analizar, planear y proyectar, y construir y ejecutar las probables soluciones. Las problemáticas sociales necesitan nuevas maneras de llegar a los resultados que fomenten el debate social, exposición de los problemas y herramientas para llegar a la resolución de los mismos. Por lo cual la innovación social busca hechos sociales comprometidos con las problemáticas y su solución (Anónimo, 2010, párr. 1).

Para la Asociación para la Promoción de Tecnología Social (APTES) la innovación social significa pensar primero en qué problema se va a resolver antes de pensar en la tecnología a usar, mejorando la finalidad social de la tecnología. La APTES habla de las esencias que debe tener la innovación social, en las cuales se encuentran:

- Sostenibilidad: no generar residuos sociales. Ejemplo, el fracaso escolar como un desperdicio social al invertir dinero en educación, pero no se resuelve las necesidades de quienes tienen más dificultades en el aprendizaje.
- Transformación: modificar las cosas hacia donde se quiera progresar.
- Participación: hacer partícipe a todos los actores que intervienen en el proceso de transformación.
- Autonomizante: tomado como el desarrollo de la capacidad para tomar decisiones autónomas (Martínez A. 2014, párr. 5).

A lo antedicho, se le suman, según Adriana Bastidas y Helen Martínez (2016, pág. 33), a la innovación social, cinco variables que permiten un análisis más profundo acerca de la innovación social. Estas variables contienen una serie de aspectos, incluyendo el nivel de transformación alcanzada, las estrategias desarrolladas para trabajar entre diversos factores y

fronteras, y el potencial de ampliar o replicar iniciativas. Las variables son:

- Promover cambios sociales.
- Generar o fortalecer el empoderamiento o autonomía a través de la transferencia de saberes, conocimientos o pensamiento estratégico.
- Aplicar al proceso de diseño métodos participativos.
- Promover la organización de una comunidad y/o el ejercicio de la participación ciudadana.
- Tener resultados escalables y replicables en otros contextos.

Visto así, la innovación social afirma la responsabilidad que tienen los profesionales con la comunidad y busca ampliar las capacidades económicas y sociales de trabajo. Mediante esto se pretende incluir el asentamiento de objetivos y proyectos para llegar a una solución donde se involucre a los miembros de la comunidad.

Ahora bien, después de exponer las características de la innovación social con el fin de ver su relación con el diseño industrial, es necesario caracterizar a este último para evidenciar los elementos que lo lleven a participar activamente en la innovación social. Veamos: desde la Ley 157 de 1994 del Congreso de la República de Colombia, por la cual se reconoce al Diseño Industrial como una profesión y se reglamenta su ejercicio, se define ésta como el ejercicio de todo lo relacionado con el diseño y proyección de uso, funcionamiento, fabricación y distribución de productos industriales, siempre que esta profesión sea encaminada a mejorar la utilización y el beneficio de tales productos. El artículo 9 de dicha ley, manifiesta que el diseño industrial tiene como función primordial ayudar a la sociedad, a las personas naturales y jurídicas a resolver los problemas y las necesidades que uno y otros tengan en cualquier área de su competencia. Tradicionalmente se reconoce al diseñador industrial como un profesional con competencias en diseño productos industriales, cuidando su producción, distribución y comercialización. También se reconoce por trabajar

diferentes líneas de producción industrial, relacionadas con artefactos, mobiliario, vehículos, utensilios, productos domésticos y equipamiento urbano, todo esto respondiendo a las necesidades de las personas. Entre las prácticas y las capacidades propias del diseño industrial tenemos:

- Capacidad de creación original para dar respuesta a las necesidades de productos, conceptos y servicios que la sociedad demande.
- Habilidad para combinar aspectos estéticos relacionados con la forma, funcionales relacionados con el uso, constructivos relacionados con la fabricación y logísticos relacionados con la distribución y retirada de aquellos objetos que puedan ser fabricados industrialmente.
- Habilidad para observar y realizar juicios sobre diferentes soluciones dadas a los problemas de diseño.
- Habilidad para identificar nuevas posibilidades tecnológicas para acercarlas al mercado de consumo.
- Conocer, de manera práctica y teórica, las herramientas utilizadas en la producción industrial.
- Conocimiento teórico y práctico de los materiales y de sus características para poder realizar la selección correcta.
- Dominio de las herramientas de expresión y representación para poder comunicar y ensayar los diseños.
- Conocer el comportamiento humano ante el escenario objetual que le rodea.
- Hacer previsiones de futuro en el campo de la prospectiva para poder realizar investigaciones sobre nuevos modelos y usos de los objetos.
- Poseer una metodología proyectual que facilite el llegar a los fines perseguidos.

Hasta el momento se hace evidente, en principio, que el diseñador industrial podrá ser considerado como un diseñador social pues comparten, en su esencia, los siguientes criterios:

Criterios sociales: adaptabilidad, personalización y accesibilidad, inclusión, no discriminación, dignidad y

transparencia. Criterios ecológicos: reducción de la huella ecológica, control del ciclo de vida de los productos, certificación y regulación medioambiental y ecodiseño. Criterios económicos: adecuar los productos y los servicios para hacerlos asequibles con la finalidad de poder reforzar los agentes económicos locales, así como posibilitar nuevas sinergias. (Anónimo, 2012, párr. 5)

Por otro lado, pero que permite confirmar la relación entre el diseño industrial y la innovación social, haciendo el papel de diseñador social, según el International Council of Societies of Industrial Design (ICSID), el diseño industrial, se considera una actividad profesional creativa que establece multifacéticas cualidades a los objetos, procesos, servicios y sistemas en todos sus ciclos de vida, procurando la humanización de las tecnologías, transformándose en un factor vital de intercambio cultural. El diseño industrial debe ubicarse en el desarrollo local de las culturas en el cual se encuentra inmerso, pues son los integrantes de esas culturas los que permiten la materialización del concepto que crean los diseñadores, ya que en todas las facetas del proceso de diseño está implícita la comunidad. Por lo anterior, el diseño industrial es primordial y se debe posicionar igual que otras profesiones para el desarrollo de proyectos sociales (Muños J. 2008, párr. 8).

La mayoría de los diseñadores del mundo centran todos sus esfuerzos en el desarrollo de productos exclusivamente para el 10% de los clientes potenciales de todo el planeta. Es necesaria una revolución en el diseño para poder alcanzar el otro 90%. (Polak P., 2013, párr. 1)

Cuando se piensa en diseño industrial lo primero que se imagina son productos para ser vendidos, fabricados por una industria y dirigidos a los consumidores, en las fábricas y empresas que requieren estos profesionales en sus procesos productivos. Los diseñadores han reconocido mediante las campañas de inclusión, de participación, que es necesaria la «responsabilidad social» en la práctica del diseño, ya que se está afectando positivamente a la comunidad con las decisiones que se toman al crear productos o servicios; es decir, un diseño orientado hacia las personas, que busca trabajar para y por las personas,

y que tenga más que el simple beneficio: la transacción de compraventa de productos o servicios, como por ejemplo, diseñar un teléfono móvil que sea vendido y a cambio se recibe beneficio económico con las ganancias obtenidas de las ventas. En esencia, «Se busca utilizar el diseño para beneficiar a las personas, tanto dentro de las empresas como en la sociedad» (Anónimo, 2013, párr. 9).

En la conferencia «¿Para quién diseñamos? Encuentro entre diseño y sociedad» (Sossa A., 2015) se cuestionó el lugar del diseñador como productor imparcial entre un emisor y un receptor, buscando opciones desde la responsabilidad de producir imágenes sociales. Todo esto implica que como profesionales no se debe generalizar, sino que se debe tomar cada proyecto teniendo en cuenta hacia quién va dirigido. Las empresas que fabrican productos deben tener en cuenta todo el sistema del que ese producto es parte; por eso, «el diseño social genera un sistema que apoya a la gente y la infraestructura que hace los productos para que sean más innovadores y más justos, y que lo que hacen sea bueno para la sociedad y para el medio ambiente. Es el diseño de nuevas estrategias, conceptos, ideas y organización que respondan a necesidades sociales de todo tipo» (¿Que es “diseño social”?, anónimo 13, párr. 6).

Edwin Marín expuso en su conferencia «El diseño como herramienta social» la importancia de la responsabilidad del diseño con las personas. El diseño aporta soluciones reales partiendo del vínculo entre el sujeto y el objeto, enfocado en la resolución de problemáticas para el mejoramiento de la calidad de vida de las personas. El diseño industrial se amplía hasta los principios y los procesos del diseño social para trabajar en la dinámica humana a nivel de sistemas, con una comprensión del contexto para la reducción de los niveles de incertidumbre al fracaso. Esto implica la participación de los interesados, la construcción de relaciones sólidas y compartir el acceso al conocimiento. Por lo cual, para un desarrollo más eficiente de los proyectos sociales en los cuales el diseñador industrial haga intervención, debe tenerse en cuenta que:

Los diseñadores industriales, enfocados en los proyectos sociales, encuentran su inspiración viendo conexiones inesperadas entre las cosas, apreciando estas relaciones inusuales que cambian la naturaleza del todo. Las mapean, haciéndolas convincentes y visibles, de modo que dinámicas antes no conocidas se convierten en parte de la conversación, de lo que puede ser diseñado. El diseño social requiere habilidades que abren el proceso creativo a la participación colectiva para una cultura que imagina y realiza su propio futuro. Al igual que las empresas necesitan productos y procesos sostenibles, tienen que incluir a las personas con las que se relacionan y la sociedad. (Casanova, 2016, párr. 5)

Lo que caracteriza al diseño industrial, que permite su aplicabilidad en el diseño social, es que puede resolver problemáticas dentro de un contexto social, es en esencia una herramienta que a través de la creación de objetos o servicios busca mejorar la calidad de vida de las personas. Tal como lo señaló Ana María Sossa en su conferencia sobre el impacto social del diseño en proyectos colaborativos: (2015) el diseño es tomado como una expresión sociocultural, por lo que se podría tomar como un agente de cambio social y cultural. También dice que el diseño en proyectos de intervención a comunidades, además de ubicarse en una comunidad, realizar la lectura del contexto, diseñar y entregar un producto, es capaz de cuestionar diferencias sociales, intentar cambiar prejuicios o crear memoria histórica.

Los diseñadores industriales son agentes de innovación social que desafían las formas cotidianas de hacer las cosas e introducen un comportamiento diferente en los integrantes de la comunidad y permite que sea sostenible mediante la resolución de las problemáticas. El diseñador industrial debe tomar acciones, promoviendo y combinando soluciones existentes, para así ayudar a que los actores sociales, que crean sus propias realidades, pasen de ser limitados en sus acciones a difundir sus conocimientos y velar para que las soluciones se mantengan y permanezcan en el tiempo, siendo en este punto donde la innovación desempeña un papel clave, porque para generar cambios hay que ser creativo (Urbina P.,

Abril 2012). En esta modalidad los diseñadores industriales deben tener en cuenta que distintos participantes alcancen ideas en común y planteen posibles soluciones. Este tipo de actividad exige un conjunto de habilidades de diseño: promover la colaboración entre actores sociales distintos (comunidades y empresas locales, instituciones y centros de investigación), participar en la consecución de objetivos comunes, y combinar productos y servicios existentes para brindar apoyo a la comunidad con la que colaboran.

El diseño industrial es un proceso creativo estructurado para resolver problemas. Integrar a los diseñadores en etapas iniciales del desarrollo de los proyectos, genera un alto impacto en las soluciones y son centradas en el usuario. Los métodos usados en los proyectos sociales, propios de este campo, son las técnicas de aproximación y la investigación centrada en las personas, la identificación de problemas, el desarrollo de conceptos y el prototipado de conceptos. El proceso del diseño y muchas de sus herramientas pueden ser usados e integrados por profesionales de diferentes áreas para favorecer sus procesos de innovación, por lo cual hace que esta profesión sea indispensable en el desarrollo del diseño social. El modelo de este proceso del diseño está dividido en cuatro áreas: descubrir, definir, desarrollar y entregar (Núñez D. 2011, párr. 24).

Parte del trabajo del diseñador industrial es aumentar la accesibilidad de las soluciones que se lleven a cabo para los usuarios, para esto, además de llevar soluciones prometedoras a los posibles beneficiarios con distintos perfiles sociales y demográficos se deben emprender varias operaciones de diseño: 1) hacer fluido su uso introduciendo modelos de organización de servicios y/o tecnologías de apoyo; 2) diversificar el acceso de modo que una única solución pueda satisfacer las exigencias de distintos tipos de usuarios; 3) mejorar el soporte de comunicación para que los servicios resulten visibles a los posibles adeptos; y, 4) facilitar la reproducción y difusión del servicio en distintos contextos geográficos y de uso (Anónimo, 2012).

Las siguientes cinco directrices deberían servir de apoyo durante el proceso estratégico de diseño para posibilitar el acceso a un mayor número de usuarios: «[1] Mejorar la visibilidad local; [2] Hacer la gestión más fluida; [3] Reducir el coste del co-nocimiento [4] Ofrecer varios niveles de participación; y [5] Apoyar el uso colectivo» (Diseñadores y redes en desarrollo, 2012, párr. 15).

Para llegar a un diseño más eficiente con la solución que se plantee, el diseñador industrial debe tener en cuenta lo mencionado, y debe garantizar que su gestión dentro de los proyectos sociales tenga resultados que satisfagan las necesidades de la comunidad, pero a la vez con una responsabilidad social buscando el bien común como lo plantea Ezio Manzini en la siguiente cita.

El diseñador industrial es considerado como un productor de ideas, que da soluciones específicas pero significativas para hacer que las cosas sean diferentes no sólo con una responsabilidad individual sino sobre todo social, que funciona como una comunidad que pretende ayudar a la sociedad a dialogar en una misma dirección, buscando soluciones adecuadas. (2015, párr. 5)

Para culminar esta sección es importante ver la relación de la innovación social con las tecnologías colaborativas, en las que tienen injerencia los diseñadores industriales. Gregory Dees (2001) definió la innovación social como el proceso mediante el cual se buscan soluciones innovadoras a determinados problemas sociales a través de un “valor social”, entendiendo éste como el valor agregado que la comunidad asocia con una solución conveniente a sus necesidades. Actualmente esta temática se relaciona con proyectos sustentables, en los cuales el diseño se enlaza como disciplina articuladora del trabajo de innovación. Tim Brown (Brown, 2008; Brown & Wyatt, 2010), a través de la empresa de diseño IDEO, ha sido uno de los principales promotores en la utilización del pensamiento de diseño para implementar el emprendimiento social a través de un enfoque de trabajo centrado en las personas (Córdoba C. 2014, párr. 15).

El Diseño Centrado en las Personas se enfoca en tres aspectos para proponer proyectos sostenibles de diseño: 1) Deseabilidad, en donde por medio de técnicas y herramientas de trabajo se identifican los verdaderos y necesarios deseos de la comunidad. 2) Factibilidad, en donde se identifican las técnicas y procesos de gestión factibles y necesarios para concretar como real una propuesta de diseño. Y 3) Viabilidad, en donde se estudia la viabilidad y apoyo financiero que la propuesta necesita para ser llevada a cabo.

Según Brown y Wyatt, sólo se considera que un diseño es centrado en las personas cuando cae en la intersección de estos tres aspectos. Sobre la relación entre diseño e innovación social, se puede decir entonces, que el diseño se aborda como un conjunto de técnicas y procedimientos de trabajo para generar empatía con la comunidad y proponer soluciones a problemas puntuales por medio del trabajo colaborativo y un análisis mínimo de sostenibilidad para el proyecto (Córdoba C. 2014, párr. 17).

En definitiva, como lo plantea Adriana Bastidas, se puede ver la relación de la innovación con el diseño industrial a partir de las dimensiones del diseño social, a saber:

- Responsabilidad social del diseño: Debe ser tenida en cuenta desde el ámbito humano, medio ambiental, tecnológico y científico. Debe resolver esa responsabilidad social implícitamente desde que es concebido el diseño.
- Diseño para la innovación social: Se debe tener en cuenta las capacidades y/o competencias de la comunidad, tanto en la detección como en la resolución de los problemas. Según Manzini (2015), el diseñador tiene la capacidad de reinventar y difundir soluciones ya existentes, mediante las habilidades y sensibilidad de los diseñadores. Se da una mirada donde el diseñador trabaja con y para las personas. El diseñador tiene la capacidad de reconocer y entender, tanto los problemas como las posibles soluciones de una

comunidad, articular los conocimientos de los participantes en los proyectos para llegar a la resolución de los problemas.

- Diseño y activismo: El diseñador cumple el papel de dinamizador en el pensamiento crítico de la comunidad. Se encamina a promover una mayor participación en la toma de decisiones por parte de los ciudadanos. (Bastidas A. 2016, pág. 16)

3.2. La innovación social vista por diseñadores industriales

3.2.1. Ezio Manzini

Manzini define el trabajo del diseño como la «creación de puentes entre la técnica y la sociedad» (Manzini E, 2013. Párr. 5); entendiendo la técnica como el ámbito donde aparece la tecnología, la invención, y que puede surgir desde los laboratorios o desde los experimentos de calle. «Es en esta conexión de la técnica con las personas es que aparece la innovación» (Urbina I., 201, párr. 9). Esto ha posicionado al diseño como una herramienta para solucionar problemas, donde se busca generar una mayor calidad de vida. De allí aparecen modelos metodológicos como el Diseño Centrado en el Usuario (DCU). Manzini toma algunos temas y conceptos desde donde se puede entender este nuevo paradigma.

Colaboración: el poder de hacerlo juntos. Creatividad: recombinación de lo que existe. Tradiciones reinventadas: tradiciones que crean nuevos materiales. Soluciones ganar-ganar: diferentes motivaciones para nuevos modelos económicos. Ciudadanos involucrados: 'usuarios' como parte de la solución. (Urbina P., 2012, párr. 6)

Para Manzini, las soluciones giran en torno a la idea del producto-servicio. Un ecosistema que permite el funcionamiento, donde el producto (los objetos físicos) es sólo una parte del conjunto y de naturaleza orientada hacia el servicio. Este autor describe los escenarios y situaciones donde se desarrollan estas ideas de la siguiente manera:

- Las relaciones entre las personas basadas en la

confianza.

- El trabajo desde el concepto de calidad (lo bien hecho), debido que estas acciones están cargadas de motivación para hacer algo, y hacerlo de buena calidad. Una nueva mirada del concepto de trabajo en la sociedad.
- La escala de lo que se diseñe, y de alguna manera de lo que finalmente la gente decida hacer, estará cada vez cercano a la escala del hombre.
- Se habla de tiempo en cuanto a una sociedad donde se comparte, la vida de las personas transcurre en compañía de quienes comparten actividades e ideas.
- Los lugares es una idea de territorio compartido y cercano localmente interconectados.

El pensamiento de Manzini incluye los factores fundamentales para llevar a cabo un buen desarrollo de un proyecto social, plantea que se debe tener en cuenta las relaciones interpersonales de los integrantes, siendo fundamental para el inicio y toda la etapa productiva, llegando así a un completo resultado. El planteamiento que tiene acerca de llevar la técnica a las personas, hará que el proyecto tenga éxito, enseñando a los integrantes cómo desarrollarse con conocimiento científico. Todas éstas son claves de responsabilidad social, que como lo plantea el autor, es una clave para el diseñador.

3.2.2. Víctor Papanek

Víctor Papanek crea el espacio para reflexionar sobre qué es lo que implica ser diseñador, cuál es la responsabilidad social que esta profesión conlleva y cómo se puede destruir el entorno por la creación de «productos caprichosos». Sus planteamientos permiten ver a esta disciplina no como «el valor agregado» sino, como el valor en sí, el elemento generador de cambios para el mundo. «Este diseñador pretende conciencia social y el impulso para crear soluciones simples e innovadoras» (Olavarría F. 2013, párr. 15).

Papanek plantea que el diseño debe estar al servicio de la ecología, los segmentos discapacitados y los

grupos minoritarios de la sociedad; es ahí donde está la responsabilidad social de los diseñadores puesto que el hacer un buen o mal diseño puede implicar cambios en el mundo real. Por ejemplo, describe que:

Los diseñadores pueden contribuir a la protección del medio ambiente al seleccionar con cuidado los materiales que utilizarán en sus productos o, también, pueden diseñar para saciar necesidades existentes antes que deseos. Es decir, un diseñador socialmente responsable es aquel que tiene conciencia del impacto de lo que diseña en cuanto al público al que apunta, las necesidades que resuelve y el proceso productivo. Su misión es clara, fomentar la creación de productos absolutamente responsables con el consumidor, productos cuyo atractivo sea la funcionalidad centrados en resolver problemas humanos a modo de satisfacer las necesidades reales de la sociedad. (Olavarría V., 2013, párr. 10)

Victor Papanek es protector del medio ambiente y de los recursos humanos y naturales, evidenciándose en la anterior descripción; e invita a reflexionar acerca de cómo llegar a esa responsabilidad social que tienen los diseñadores en torno a los proyectos que desarrollan:

Vivimos en una época en la que cada uno de nosotros podemos hacer algo para cambiar la economía y la sociedad, y orientarlas hacia un modelo más sostenible, humano y feliz. De hecho, el reto ya no es cambiar el mundo, es cambiarnos a nosotros mismos y ver si la suma de todos, logra el cambio global. Y los diseñadores tenemos mucho que ver en ese cambio. (Papanek, 1975, párr. 4)

La anterior cita es una reflexión sobre los cambios que pueden lograr los diseñadores afectando positivamente a la sociedad, usando los recursos económicos y humanos que poseen, mediante la creación de modelos donde se involucren todos los componentes de la comunidad y se obtengan beneficios globales.

3.2.3. Renata Fentón

Ortega (2016) plantea que Renata Fentón «sostiene que la innovación social nace en respuesta a una necesidad social real. Es el punto de partida para crear

un diseño o ser-vicio, que, si no soluciona una problemática o necesidad social, por lo menos haga referencia a ella» (Ortega C. 2016, párr. 10). De lo anterior se concluye que la base de la innovación social son las necesidades que existan en determinada población, para tomarlas como punto de partida y así poder crear un diseño que resuelva esa necesidad por la cual se trabaja. Las empresas que invierten recursos económicos en innovación social crean economías alternativas. En esencia puede ser como abrir nuevos mercados. Cuando nace una idea basada en un análisis y un entendimiento profundo de algún reto social, el proyecto adquiere otra dimensión, se integra a la cultura y sociedad de forma orgánica por un bien común, siendo el diseño industrial, el puente para la integración de estos «mundos» y el desarrollo del proyecto.

3.2.4. Juan Sobejano

Juan Sobejano (2013) relata en su artículo «Pensamiento de diseño e innovación social» cómo le llama la atención cuando se habla de innovación social. Sostiene que parece como si la innovación social fuera algo parecido al Ejército de Salvación, algo parecido a una «ayuda a los pobres» para, en muchos casos, tener en calma la conciencia. Afirma que es un error de base y de concepto, a saber, la innovación social corre el riesgo de quedarse en un modelo vacío si los diseñadores no son capaces de dotarla de una base sólida de gestión, objetivos y enfoque. Desde su punto de vista el pensamiento de diseño es una buena herramienta para desarrollar proyectos de innovación social. El pensamiento de diseño es un diseño centrado en el ser humano, de este modo se para «de diseñar productos para clientes a diseñar experiencias para clientes», entendiendo por «clientes» los usuarios de esas experiencias. Sobejano (2013, párr. 4) menciona que el pensamiento de diseño es un arma muy poderosa para la innovación social porque no diseña productos sino experiencias y eso implica adaptarse al usuario, y no hacer que el usuario se adapte a lo que le brindan los diseñadores. El cambio que pueda necesitar una comunidad, un grupo o una persona está más y mejor gestionado desde un

enfoque con pensamiento de diseño al tener una visión focalizada hacia las necesidades que se poseen, que sea capaz de comprender desde una visión holística la experiencia vital. El análisis experiencial y un modelo de desarrollo del producto/servicio que integre elementos sociales y vivenciales del usuario son fundamentales.

Sobejano (2013, párr. 5) dice que la innovación social no es un concepto de ayuda social, es un proyecto de desarrollo social, de mejora de la sociedad en la que se vive, por lo que requiere de procesos metodológicos que tengan en cuenta las redes que una persona crea un entorno social, y las distintas relaciones que se desarrollan con él. El diseño centrado en el ser humano da respuesta a la sociedad, no al mercado.

De lo anterior se puede concluir que los diseñadores deben tomar las iniciativas de innovación social como proyectos en los que pueden desarrollarse profesionalmente y no tomar como una caridad su intervención. Sobejano invita a usar un pensamiento de diseño que permita crear de acuerdo a las necesidades específicas para cada proyecto y no diseñar objetos aleatorios que no resuelven las problemáticas.

3.3. Casos de estudio

A continuación, se presentan tres casos de estudio en los cuales se aplica el diseño industrial a la innovación social.

3.3.1. Caso 1: Ducha Halo: Un producto con impacto social

La “ducha halo” es una co-creación entre un equipo de diseñadores industriales y un grupo de pobladores del campamento San José (Chile), quienes aportaron ideas para generar un producto que se adecuara a sus necesidades (Núñez D. 2011, párr. 24). La problemática sobre la cual trabajaron es la siguiente:

En América Latina más de 80 millones de personas no tienen acceso a agua proveniente de tuberías, es decir, no tienen una llave que puedan abrir para que alga agua de

ellas. En Chile hay más de 30 mil familias de campamentos que viven esta realidad. Sin agua hay muchas actividades de la vida diaria que se hacen más complicadas de realizar, como por ejemplo ducharse. En San José, este era un gran problema. (Núñez D. 2011, párr. 3)

El equipo gestor y ejecutor del proyecto utilizó la metodología de pensamiento de diseño que consiste en: trabajo en terreno, centrarse en el usuario, idear y realizar soluciones iterativas de co-creación e inducir al fallo en etapas iniciales del proceso.

El equipo realizó una inmersión total en la realidad a investigar. Vivieron 20 días como cualquiera de los pobladores del campamento San José. Durante los 20 días que convivieron en el campamento tenían períodos de 2 a 3 días de investigación de usuarios, en la que indagaban problemas y necesidades. Aquí se identificaron los problemas comunes y se agruparon por familias, para luego ir buscando soluciones para cada uno de ellos. Algunos de los hallazgos en este período fueron: el tiempo que demora una persona en bañarse “por partes” es mucho más largo que lo que se utilizaría en una ducha normal; y, son muchos los momentos “traumáticos” de frío que se viven al bañarse sin una ducha continua.

De la identificación de problemas surgieron los desafíos de innovación. La pregunta fue ¿cómo crear un producto que cumpla con las necesidades de una ducha, pero que pueda ser de bajo valor y que no necesite de un sistema de cañería para funcionar? Los equipos trabajaron de duplas en el desarrollo de prototipos. Para la confección de éstas, usaron el ingenio y finalmente armaron una maqueta utilizando piezas existentes en el mercado, hasta llegar al producto terminado que entregaron a la comunidad (Núñez D. 2011).

A continuación, se analiza este caso por medio de los factores tanto de innovación social como de diseño industrial para determinar si cumple con los criterios mínimos para ser un proyecto de innovación social ejecutado con diseño industrial.

Tabla 2. Análisis de factores de innovación social del caso 1

Factor Innovación Social	Cumple	No cumple
Promueve cambio social	X	
Transfiere conocimiento		X
Aplica proceso de diseño	X	
Promueve part. ciudadana	X	
Es escalable	X	
Es sostenible	X	
Es replicable	X	

Fuente: propia

Tabla 3. Análisis de factores de diseño industrial del caso 1

Factor Diseño Industrial	Cumple	No cumple
Creación de prod., conc. y serv.	X	
Usabilidad	X	
Implementa tecnología		X
Uso herramientas industrial		X
Uso herramientas expresión y comunicación	X	
Analiza escenario objetual	X	

Fuente: propia

En este caso se evidencia que es un proyecto de innovación social al cumplir con los criterios mínimos establecidos. Es clara la intervención del diseño industrial en el desarrollo de los criterios propios de la profesión. Se demuestra un total compromiso del equipo de diseño industrial al involucrarse en la vida de la comunidad para entender a fondo la problemática, permitiendo la participación absoluta de la comunidad en el desarrollo y solución del proyecto.

3.3.2. Caso 2: Escuela virtual del patrimonio

La Escuela virtual del patrimonio es una iniciativa de tres jóvenes que decide emprender una escuela virtual en la cual se busca propagar los saberes culturales en gastronomía, tejidos y baile tradicionales colombianos. La problemática sobre la cual trabaja la Escuela virtual del patrimonio es:

Los escasos en la difusión del patrimonio cultural generando pérdida de la identidad cultural colombiana, lo que lleva al desconocimiento de las generaciones por sus raíces, desencadenando finalmente en adaptaciones de otras culturas. Solución: Proyecto que busca promover los saberes y sabores que constituyen el patrimonio inmaterial de Colombia, a través de cursos online dictados por los propios artesanos, cocineros autóctonos, bailarines

folclóricos y comunidades interesadas en transmitir su tradición a creadores que buscan adoptar las manifestaciones culturales dentro de sus proyectos de diseño, gastronomía, turismo, música, etcétera. Los profesores o tutores tendrán una remuneración económica por la transmisión de sus conocimientos. Los cursos tendrán varios niveles. Si el interesado lo desea puede tomar el básico de forma gratuita, si quiere profundizar más el curso tendrá un costo y se expedirá un certificado por parte de la Escuela. Las categorías iniciales de la Escuela son: Artesanía, gastronomía, bailes autóctonos, música y en una segunda etapa: Medicina tradicional y lenguas indígenas. (Linero C. 2013. Video institucional)

El equipo está conformado por jóvenes preocupados por difundir el patrimonio cultural colombiano, buscando la propagación para evitar la pérdida de la identidad. El equipo se compone de: un chef quien plantea mantener los sabores tradicionales de la comida colombiana, una diseñadora industrial que emplea la idea de conservar las tradiciones del tejido de lana con diseños exclusivos y un coreógrafo quien plantea conservar la cultura del baile de cada región. Además de la participación de los miembros de la comunidad que son los instructores de los cursos que se brindan, siendo las personas que poseen el conocimiento específico en cada área.

A continuación, se analiza este caso por medio de los factores tanto de innovación social como de diseño industrial para determinar si cumple con los criterios mínimos para ser un proyecto de innovación social ejecutado con diseño industrial.

Tabla 4. Análisis de factores de innovación social del caso 2

Factor Innovación Social	Cumple	No cumple
Promueve cambio social		X
Transfiere conocimiento	X	
Aplica proceso de diseño		X
Promueve part. ciudadana		X
Es escalable		X
Es sostenible	X	
Es replicable	X	

Fuente: propia

Respecto a los factores de cumplimiento de los factores de diseño industrial se presentan en la siguiente tabla.

Tabla 5. Análisis de factores de diseño industrial del caso 2

Factor diseño industrial	Cumple	No cumple
Creación de prod., conc., y serv.	X	
Usabilidad		X
Implementa tecnología	X	
Uso herramientas industrial		X
Uso herramientas expresión y comunicación		X
Analiza escenario objetual	X	

Fuente: propia

Es un proyecto que cumple con los factores mínimos para ser de innovación social pero en cuanto a los factores de diseño industrial, tiene poca participación, por lo cual se puede concluir que es un proyecto innovador socialmente pero no hay una actividad contundente del diseño industrial.

3.3.3. Caso 3: Cultivando futuro: Haz parte de la siguiente cosecha

Cultivando Futuro es una organización colombiana de base tecnológica que busca empoderar a los agricultores para mejorar las dinámicas en la negociación de los productos que cosechan.

Problema: El sector agrícola se ha estancado por prácticas ineficientes que desencadenan en la especulación de precios presente en todas las partes de la cadena productiva. Así mismo, se ha dado una creciente disminución en la calidad de los productos y un excesivo desperdicio durante la logística. Esto, sumado a la carencia de canales de comercialización, complejiza las posibilidades de mejora para los agricultores familiares, que representan el 80% de la producción mundial.

Solución: Se trata de un servicio que mejora la cadena de producción agrícola a través de una plataforma de información centralizada de oferta y demanda, que permite el desarrollo de estrategias coordinadas entre productores y compradores, para la compra y venta de las cosechas. Al mismo tiempo se ofrecen productos de alta calidad y trazabilidad a los clientes. Todo esto es posible gracias al acompañamiento a los agricultores que fortalecen sus capacidades productivas, comerciales y logísticas. (Mora A., 2014. Video institucional)

El equipo ejecutivo es interdisciplinar, se compone de los siguientes profesionales: un diseñador gráfico quien interviene en la parte creativa de la plataforma

web, un diseñador industrial encargado de los temas de innovación e inversión de riesgo y de incluir los contenidos y brindar soluciones de interfaz con la herramienta a los usuarios, un ingeniero electrónico y un profesional en comercio internacional encargados de la gestión del proyecto. Además, cuenta con la participación de los productores agrícolas quienes aportan el conocimiento sobre los productos a ofrecer y de qué manera se realiza la comercialización: temas fundamentales para el desarrollo del proyecto.

Tabla 6. Análisis de factores de innovación social del caso 3

Factor innovación social	Cumple	No cumple
Promueve cambio social		X
Transfiere conocimiento		X
Aplica proceso de diseño		X
Promueve part. ciudadana	X	
Es escalable	X	
Es sostenible	X	
Es replicable	X	

Fuente: propia

Tabla 7. Análisis de factores de diseño industrial del caso 3

Factor diseño industrial	Cumple	No cumple
Creación de prod., conc., y serv.	X	
Usabilidad	X	
Implementa tecnología	X	
Uso herramientas industrial		X
Uso herramientas expresión y comunicación	X	
Analiza escenario objetual		X

Fuente: propia

Es un proyecto replicable en cualquier población productiva agrícola, tiene valor al ofrecer los productos de las cosechas, generando mayores ingresos a los campesinos permitiendo entrar en el mercado con alimentos frescos y naturales que fortalece la cadena productiva. Cumple con los mínimos requeridos para ser un proyecto de innovación social y tiene fuerte participación del diseño industrial en su desarrollo al cumplir con gran número de factores correspondientes a la profesión.

4. DISCUSIÓN

Las organizaciones con y sin ánimo de lucro buscan

una integración de la innovación, la tecnología, la detección y la solución de problemáticas sociales que han permitido mejorar la calidad de vida de las personas, gracias al desarrollo de proyectos en las comunidades que las transforma de manera positiva.

Estos proyectos que afectan a la comunidad tienen un proceso de innovación en el cual es necesario un desarrollo creativo, se necesitan personas inquietas y con capacidades de invención. En la innovación social se tiene en cuenta la innovación de tipo socio-cultural que busca el mejoramiento de la calidad de vida de los miembros de una comunidad, esto se puede llevar a cabo siempre y cuando exista un equipo interdisciplinar el cual mejore las relaciones interpersonales, pero a la vez se creen bienes y servicios para el progreso y el mejoramiento de la comunidad intervenida. Se podría llegar a colegir que en este equipo interdisciplinar se requieren profesionales en psicología, psiquiatría, ciencias sociales y demás campos encargados del estudio del comportamiento humano. En este punto es donde se debe destacar el trabajo del diseñador industrial al ser una profesión que sintetiza tres factores importantes: conocimiento, metodología y creatividad. Los diseñadores son personas idóneas para este campo social al tener ambición por explorar, aprender y materializar lo que se necesita, además de ser conceptualizadores de lo que se busca en cada proyecto.

A lo que se debe llegar en este momento es a ser socialmente responsables, a pensar en el beneficio de las personas que se verán afectadas con las decisiones de diseño que se toman, siendo un puente que conecta la sociedad con la técnica, llegando a soluciones sostenibles y replicables.

De acuerdo con la propuesta de Manzini, la innovación puede surgir desde cualquier ámbito, puede estar en los laboratorios o en experimentos de calle. Para Manzini, el diseño se debe tomar como una herramienta generadora de calidad de vida. Las soluciones pueden ser bienes, servicios o un ecosistema donde interactúan los dos. Esto se puede evidenciar en el caso de estudio n° 2, donde se reinventan tradiciones

culturales, se llega a una colaboración interdisciplinar, se involucra a los ciudadanos y todo esto a través de una plataforma tecnológica, donde el papel del diseñador es intervenir en la tradición del tejido para crear mayor variedad de productos, y a su vez intervenir en la técnica haciéndola más eficiente.

También podemos observar la combinación de soluciones que implica bienes y servicios como es el caso de estudio n°3, en el cual se plantea una aplicación móvil que presta un servicio de intercambio de información entre productores agrícolas para dar a conocer sus productos y a la vez existe el intercambio de sus productos generando rentabilidad económica. Acá observamos beneficios al brindar dos soluciones que se combinan y a la vez se crea ese puente en el cual interactúa la comunidad con la tecnología.

Para Papanek, la profesión del diseñador puede llevar a la destrucción de nuestro propio entorno si realizamos productos caprichosos y sin responsabilidad social. Esta propuesta plantea que el diseño debe contribuir a la ecología y grupos minoritarios de la sociedad, siendo en este punto donde debemos practicar la responsabilidad social mediante los métodos de resolución a los problemas que se planteen y la forma como se van a desarrollar.

Además, se encuentra Juan Sobejano, quien sostiene que el pensamiento de diseño debe centrarse en experiencias para los usuarios, más que en productos; esto hace que los diseños se adapten al usuario y no al contrario. Para Sobejano, la innovación social debe llevar a un desarrollo, a un mejoramiento donde se dé respuesta a la sociedad, mas no al mercado. Esto se evidencia en el caso n°1, en el cual el equipo de diseño se concentra en las experiencias de los usuarios para desarrollar las actividades cotidianas (bañarse o cocinar), donde la solución del problema lleva al desarrollo de la comunidad.

5. CONCLUSIONES

Al pensar en diseño, el imaginario general son productos para ser vendidos, fabricados por una

industria y dirigido a un cliente. Esto visto desde el mercado en el cual se desarrollan profesionalmente la mayoría de diseñadores, en los cuales los departamentos de desarrollo de productos se encargan de manejar áreas de producción en empresas y de-más trabajos técnicos alrededor de la industria productiva. Pero los diseñadores han comprendido que es necesario tener una responsabilidad social en la práctica del diseño. Esto se puede notar en las charlas acerca de responsabilidad social que tuvieron lugar en el Congreso Latinoamericano de Diseño del año 2015 en Buenos Aires, Argentina. En las charlas presentadas, ejemplo «Impacto social del diseño en proyectos colaborativos», «El diseño como herramienta social», «¿Para quién diseñamos? Encuentro entre diseño y sociedad», y «El diseño como herramienta de inclusión», es evidente el fuerte compromiso de los autores por generar conciencia en los asistentes y que, a partir de ese momento, todos los diseños tuvieran un enfoque social, que fueran pensados por y para personas. Es decir, que los diseños deben tener algo más que el beneficio transaccional de una compraventa de servicios, deben poseer esa responsabilidad social de la que se carece muchas veces al crear un diseño.

La innovación social necesita aportes del diseño industrial donde las actividades productivas desarrollen el capital humano y social, y productos y procesos convenientes. De esta manera el diseñador debe proporcionar soluciones tangibles e intangibles que puedan dar solución a los problemas humanos en comunidades concretas y que sea posible su replicabilidad para así contribuir al bienestar social del mayor número de comunidades posibles. El diseño enfocado a la innovación social debe verse como una contribución profesional que debe tenerse en cuenta en el desarrollo económico global.

Para concluir, es importante mencionar que algo de lo cual se trató en la mayoría de las charlas en el Congreso mencionado fue el diseño consciente, los expositores mencionaban constantemente este término refiriéndose a cuáles podrían ser las vías para hacer del diseño algo más que una herramienta

consumista, y los diseñadores son responsables de darle una mayor profundidad: pensar en las consecuencias de diseño en la planeación es la clave fundamental, prestando atención a los sistemas naturales, industriales y culturales que se encuentran en el contexto. En este momento los diseñadores se encuentran en el proceso de toma de conciencia generando diseños impulsados por el cambio social.

REFERENCIAS

- ANÓNIMO (2014). *Tipos de innovación*. //www.camara.es
- ANÓNIMO (2012a). *Guía de la innovación social*. //www.asturias.es
- ANÓNIMO (2012b). *La ejemplificación de lo que podemos entender como diseño social*. //www.diseñadorindustrial.es
- ARQHYS (2012). *Diseño social*. //www.revistaarqhys.com
- BARRERA, J. G. (2013). *Diseño con responsabilidad social*. Bogotá: Primer encuentro nal. de diseño.
- BASTIDAS, A. y MARTÍNEZ, H. (2016) *Diseño Social*. Bogotá: Fundación Universidad Autónoma de Colombia.
- BERMEJO, I. (2014). *La técnica y sus condiciones en la educación para la innovación en el Diseño Industrial*. XX Jornadas de Reflexión Académica en Diseño y Comunicación Facultad de Diseño y Comunicación. //fido.palermo.edu.
- CALDERÓN, P. (2010). *Diseño social (evadiendo la definición)*. www.pablocalderonsalazar.com
- CASANOVA, P. (2016). *Diseño social, un campo de acción para y por las capacidades diferentes*. Programa piloto despertar. Buenos Aires, Argentina.
- CHAPARRO, I. (2010). *Ezio Manzini y la innovación social* (Entrevista). //www.vimeo.com
- COMPROMISO EMPRESARIAL (2015). *Las 10 mejores innovaciones sociales de 2014*. //www.compromisoempresarial.com
- DRAIMIN, T. (2014). *El lado oscuro de la innovación social*. *Revista innovación social*. Bogotá, Colombia. Revista Innovación Social SAS.
- DISEÑO SOCIAL.ORG (2012). *Diseño social vs diseño industrial*. //disenosocial.org
- GARAY, L. (2003). *La inclusión social y la construcción del Estado Social de derecho*. En: inclusión Social y nuevas ciudadanías. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana, Facultad de Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales y Departamento Administrativo de Bienestar Social – Serie de Políticas.
- LEE, G. (2015). *La responsabilidad social del diseño industrial*. Proyecto de graduación UP. Buenos Aires, Argentina.

- MALDONADO, T. (1993). *El diseño industrial reconsiderado*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- MANZINI, E. y JEGOU, F. (2003). *Los escenarios de la vida urbana*. Temas de Medio Ambiente. Milano.
- MARTÍNEZ, A. (2014). *Innovar para mejorar*. Innovamos. País Vasco, Madrid.
- MÉNDEZ ORTIZ, E. (2015). *Concepto, modelo y metodología del observatorio de innovación social*. Bogotá, Colombia. Uniminuto.
- MOYANO C. (2015). *Relación estratégica del diseño con el medio social, cultural, productivo y ambiental local*. Actas de diseño. Buenos Aires, Argentina.
- MUÑOZ, J. (2008). *El diseño industrial como constructor social*. Actas de diseño. Buenos Aires, Argentina.
- MUÑOZ, J. (2013). *Diseño social: definiciones*. //foroalfa.org
- MUÑOZ, J. (2013). *¿Qué es diseño social?* //disenosocial.org
- ORTEGA HERMIDA, C. (2016). *8 definiciones de innovación social*. Youngmarketing. //www.youngmarketing.co.
- ORTIZ, G. (2013). *La industria de la innovación a través del diseño como motor de desarrollo económico nacional*. I Encuentro Latinoamericano de Diseño "Diseño en Palermo" Comunicaciones Académicas. //fido.palermo.edu.
- ORTIZ, N. (2011). *El diseño industrial y su vínculo social*. //mooldesign.blogspot.com.co
- PAPANEK, V. (1971). *Diseñar para el mundo real, ecología humana y cambio social*. Madrid: H. Blume Ediciones.
- PAPINI, C. (2013). *Innovación: Un viaje hacia cómo empezaron las cosas*. XX Jornadas de Reflexión Académica en Diseño y Comunicación Facultad de Diseño y Comunicación. //fido.palermo.edu.
- PELTA, R. (2012). *Diseñar para el cambio social*. Revista temática de diseño.
- QUIROGA, N. (2014). *Diseño con proyección social: sinergia entre la academia y los procesos comunitarios*. Actas de diseño. Buenos Aires, Argentina.
- ROJAS RODRÍGUEZ, C. (2011). *Calidad de vida, diseño, innovación, competencias*. Seminario de investigación en diseño. Memorias. Duitama, Colombia.
- SOBEJANO, J. (2013). *¿y por qué innovación social?* Innodrive.com.