

BASES PARA UN DISEÑO SOCIAL, INNOVADOR E INCLUYENTE

Compiladores:

María Gabriela Villar García

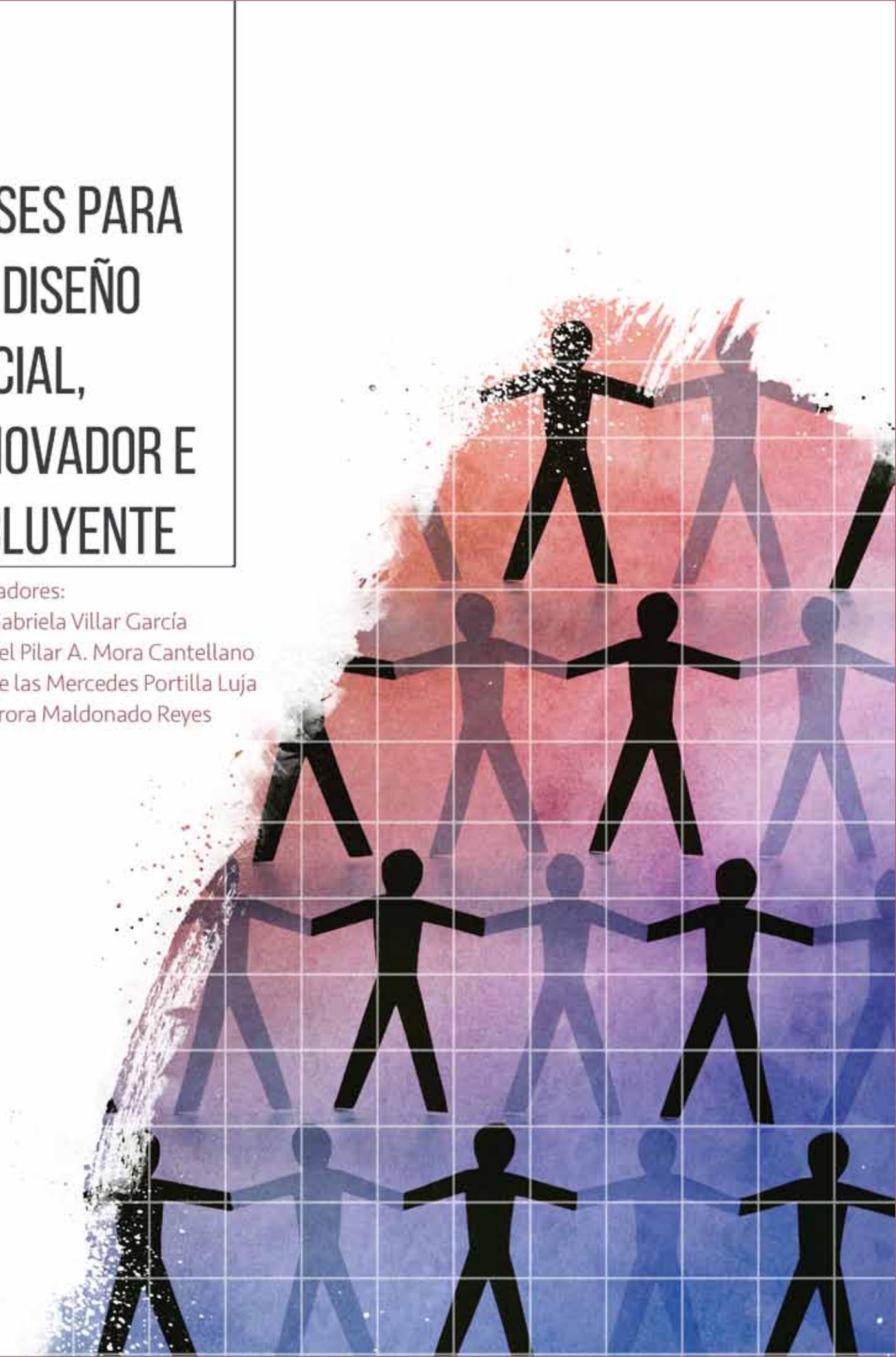
María del Pilar A. Mora Cantellano

María de las Mercedes Portilla Luján

Ana Aurora Maldonado Reyes



Universidad Autónoma
del Estado de México





**Universidad Autónoma
del Estado de México**

Dr. en Ed. Alfredo Barrera Baca
Rector

M. en E. U. y R. Marco Antonio Luna Pichardo
Secretario de Docencia

Dr. en C. I. Carlos Eduardo Barrera Díaz
Secretario de Investigación y Estudios Avanzados

M. en C. Jannet Valero Vilchis
Secretaria de Rectoría

Dr. en A. José Edgar Miranda Ortiz
Secretario de Difusión Cultural

Dra. en Ed. Sandra Chávez Marín
Secretaria de Extensión y Vinculación

M. en E. Javier González Martínez
Secretario de Finanzas

M. en Dis. Juan Miguel Reyes Viurquez
Secretario de Administración

Dr. en C. C. José Raymundo Marcial Romero
Secretario de Planeación y Desarrollo Institucional

M. en L.A. María del Pilar Ampudia García
Secretaria de Cooperación Internacional

Dra. Mónica Marina Mondragón Ixtlahuac
Secretaria de Cultura Física y Deporte

Dr. en C. S. Luis Raúl Ortiz Ramírez
Abogado General

M. en R. I. Jorge Bernaldez García
Secretario Técnico de la Rectoría

Lic. en Com. Gastón Pedraza Muñoz
Director General de Comunicación Universitaria

M. en A. P. Guadalupe Santamaría González
Directora General de Centros Universitarios
y Unidades Académicas Profesionales

M. en D. F. Jorge Rogelio Zenteno Domínguez
Encargado del Despacho de la Contraloría Universitaria.

CONSEJO EDITORIAL

Martha Patricia Zarza Delgado
Presidenta

Linda Emi Oguri Campos
Secretaria

María Gabriela Villar García
Primer vocal

Alejandro Vargas Castro
Segundo vocal

Georgina Alicia García Luna Villagrán
Tercer vocal

Liliana Romero Guzmán
Cuarto vocal

Jesús Aguiluz León
Quinto vocal

Verónica Zendejas Santín
Sexto vocal

Héctor Paulino Serrano Barquín
Séptimo vocal

Marcos Mejía López
Octavo vocal

DISEÑO EDITORIAL:

Carmen Georgina Martínez Galindo
Jorge Armando Balderas
José Antonio Sánchez Escárcega

Este libro acreditó el proceso de revisión por pares bajo la modalidad de doble ciego, recurriendo a dictaminadores externos a la institución editora.

Primera edición, noviembre 2019
Bases para un diseño social, innovador e incluyente

ISBN INTERNET: 978-607-633-095-1

ISBN CD ROM: 978-607-633-094-4

Compilación:

Dra. María Gabriela Villar García

Dra. María del Pilar A. Mora Cantellano

Dra. María de las Mercedes Portilla Luja

Dra. Ana Aurora Maldonado Reyes

Universidad Autónoma del Estado de México

Av. Instituto Literario 100 Ote.

Toluca, Estado de México

C. P. 50000

Tel: (52) 722 277 38 35 y 36

<http://www.uaemex.mx>

Las ideas manifestadas en los capítulos, son responsabilidad de los autores, por lo que no necesariamente refleja el punto de vista de la institución. Se autoriza su reproducción y/o utilización de los materiales haciendo mención de la fuente.

Bases para un diseño social, innovador e incluyente

Compilación:

Dra. María Gabriela Villar García
Dra. María del Pilar A. Mora Cantellano
Dra. María de las Mercedes Portilla Luja
Dra. Ana Aurora Maldonado Reyes

ÍNDICE

APARTADO I

Capítulo 1. Diseño socialmente responsable. Reflexiones para una base común

Socially responsible design. Reflections for a common foundation

Dr. Luis Rodríguez Morales 4

Capítulo 2. El trabajo del diseño como principio libertario de la sociedad

Design work as a libertarian principle of society

Dr. Aarón J. Caballero Quiroz 19

Capítulo 3. Diseño desde la perspectiva emocional para el beneficio social

Design from the emotional perspective for social benefit

Dra. Deyanira Bedolla Pereda 32

Capítulo 4. Enfoques sociales para el ejercicio del diseño

Social approaches to design exercise

Dra. María Gabriela Villar García 48

Capítulo 5. La investigación y la educación del diseño industrial para el desarrollo social desde la diversidad cultural

Industrial Design research and education for social development from diversity

Dra. María del Pilar Alejandra Mora Cantellano 58

Capítulo 6. La educación inclusiva, el diseño para todos, diseño universal para el aprendizaje y las TIC.

Inclusive education, design for all, universal design for learning and ICT

Dra. María del Consuelo Espinosa Hernández 74

Capítulo 7. Una experiencia académica: Diseño para la innovación social

An academic experience: Design for social innovation

Mtra. Ana María Torres Fragoso, Dra. Alejandra Marín González 84

Capítulo 8. Tendencias y desafíos para el diseñador Gráfico. Innovación y responsabilidad social hacia la atención de adultos mayores

Trends and challenges for the graphic designer. Innovation and social responsibility towards the attention of older adults

Dra. Celia Guadalupe Morales González, Dra. María de las Mercedes Portilla Luja 94

Capítulo 9. Proyectos comunitarios SEDESOL–UDEM–Diseño Industrial

Community projects -SEDESOL-UDEM-Industrial Design

Dra. Cristina Fernanda Guzmán Siller, Dra. Melissa de la Luz Díaz Quiroz 111

Capítulo 10. Visibilización de las mujeres en la imagen promovida por el diseño editorial

Visibility of women in the image promoted by editorial design

Mtra. Adriana Luisa Esteve González 126

APARTADO 2

Capítulo 1. Consideraciones para la práctica del diseño social*Considerations to Practice Social Design*

L. D. G. Ana Iris Espinoza Núñez, Dra. María de las Mercedes Portilla Lujá 140

Capítulo 2. La necesidad del pensamiento complejo en el diseño hacia la inclusión.**Caso de estudio: Asocive***The complex thinking role in inclusive design. Case study: Asocive*

Mtra. Flor de María Gómez Ordoñez, Mtra. Adriana Alejandra Santana Castro 157

Capítulo 3. El diseño gráfico y la innovación social como factores de desarrollo social*Graphic design and social innovation as factors of social development*

L. D. G. Adilenne Jilary Mondragon Valdés, Dra. María Gabriela del Villar García 177

Capítulo 4. Escenarios y desafíos de la imagen ante el consumo mediático en la infancia*Scenarios and challenges of the image before media consumption in childhood*

Dra. Diana Elisa González Calderón 189

Capítulo 5. Todos necesitamos diseño industrial*We all need industrial design*

Mtra. Norma Patricia Guzmán Márquez, Mtra. Amparo Gómez Castro 201

Capítulo 6. El diseño omotenashi en Japón como reflejo de hospitalidad*Omotenashi Design in Japan as a reflection of hospitality*

Dra. Linda Emi Oguri Campos, Mtra. Leticia Oguri Campos, Dra. Eska Elena Solano Meneses 213

Capítulo 7. El diseño de interiores como un espacio arquitectónico de experiencia cultural incluyente*Interior design as an architectural space of inclusive cultural experience*

Arq. María Elisa Caviedes Mondragón, Dra. María de Pilar Alejandra Mora Cantellano, Dra. Fabiola Aguilar Díaz 223

Capítulo 8. Planes nacionales de demencia en Grecia y México: el papel del diseño arquitectónico inclusivo*National dementia plans in Greece and Mexico: the role of inclusive architectural design*

Dra. Eska Elena Solano Meneses, Dra. Konstantina Vasiliki Iakovou, Dra. Linda Emi Oguri Campos 235

INTRODUCCIÓN

El diseño social es un concepto vivo, incluye una serie de elementos alrededor de él que le hacen trascender como una disciplina que genera valor en los grupos a partir de su praxis. En este sentido, se reconoce una serie de planteamientos en torno a los aspectos sociales del diseño, mismos que están vinculados con necesidades y fenómenos contemporáneos que han sido poco abordados o atendidos, dado que implican una postura del profesional del diseño, quien requiere de una sensibilidad a priori para dirigir su atención a grupos pequeños y/o minoritarios, lo que involucra también, una mirada distinta, que deja de lado la dinámica de mercado como única posibilidad del ejercicio de la disciplina.

Desde el contexto planteado, se presenta en esta obra una serie de propuestas, reflexiones y experiencias en torno al papel que desempeña el diseño, que se distingue, desde los términos, como la innovación social y la inclusión como una apuesta para redefinir la práctica de la disciplina a favor del bien común, un diseño que se ejerce para trabajar a favor de las personas y de los grupos más desfavorecidos. Las participaciones tienen, como eje conductor al diseño, como parte de un engranaje social. Se presentan dos apartados: el primero está integrado por la participación de los integrantes de la Red Nacional de Investigación de Diseño para el Desarrollo Social, que alberga la Facultad de Arquitectura y Diseño de la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEMéx), y también participan la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Cuajimalpa, La Universidad Autónoma de Nuevo León, La Escuela de Diseño del Instituto Nacional de Bellas Artes, y se cuenta con una intervención particular de la Universidad de Monterrey,

Escuela de Arte, Arquitectura y Diseño, la facultad de Artes y la de Arquitectura y Diseño de la UAEMéx.

El segundo apartado está integrado por un conjunto de colaboraciones de especialistas, casi todos de la Facultad de Arquitectura y Diseño de la UAEMéx, quienes presentan una serie de aportaciones que convergen en la preocupación social que demanda esta disciplina: una nueva forma de hacer diseño, con nuevas estrategias, conceptos, ideas y soluciones más pertinentes y justas, con una profunda comprensión de los contextos, de los textos y, sobre todo, de los actores que participan como receptores en el ejercicio del diseño. Se reconoce en las distintas participaciones, un reposicionamiento de la disciplina a favor de la justicia social como camino a recorrer para posicionar al ejercicio del diseño como social, innovador e incluyente.

Este libro, es resultado del esfuerzo de cada uno de los participantes. Es importante mencionar que el contenido de cada uno de los capítulos, así como las opiniones vertidas en estos son responsabilidad de cada autor, quienes con su colaboración, hacen posible la edición de este ejemplar que constituye un esfuerzo a favor de una nueva forma de pensar y hacer diseño.

Dra. María Gabriela Villar García

APARTADO I

Capítulo I. Diseño socialmente responsable. Reflexiones para una base común

*Socially responsible design.
Reflections for a common foundation*

Dr. Luis Rodríguez Morales

Resumen

El diseño es un campo que, por su relación con la tecnología y la cultura, presenta un alto grado de dinamismo. Es común encontrar enfoques que enfatizan algún aspecto particular; este es el caso del Diseño Socialmente Responsable o Diseño para la Innovación Social. Debido a que es un campo emergente, aún no se definen aquellas características que deben presentar los trabajos de investigación y diseño que se identifican con esta vertiente. El objetivo del presente texto, es el de proponer una estructura básica de temáticas que podrían tener en común estos trabajos, con el propósito de desarrollar aquellos aspectos que, en su conjunto, ofrezcan la coherencia y fortaleza necesarias para consolidar este enfoque.

Palabras clave: personas, procesos, contextos.

Abstract

Design is a field that, due to its relationship with technology and culture, presents a high degree of dynamism. It is common to find approaches that emphasize a particular aspect, this is the case of Socially Responsible Design or Design for Social Innovation. Due to the fact that it is an emerging field, the characteristics that must be presented by the research and design projects that identify with this aspect have not yet been defined. The objective of this text is to propose a basic structure of themes that these projects could have in common, with the purpose of developing those aspects that together offer the coherence and strength necessary to consolidate this approach.

Key Words: people, processes, contexts.

Introducción

El diseño, a lo largo del siglo XX, ha pasado por diversos enfoques. Cada uno de ellos ha contribuido a la consolidación de la disciplina en lo general, y de distintas especialidades profesionales en lo particular. Este proceso, por un lado, ha generado el surgimiento de nuevos campos y, por otro, ha generado cuestionamientos sobre la pertinencia y posible “emancipación” de otros, que, si bien pueden tener raíces comunes, en su desarrollo adquieren la madurez suficiente para dar lugar a nuevas profesiones.

Históricamente, los campos profesionales del diseño se han desprendido, paulatinamente, desde el siglo XIX, de la Arquitectura, dando lugar, en un principio, al Diseño Industrial, al Gráfico y al de Interiores. Ante el avance tecnológico, hoy somos testigos del nacimiento de otras profesiones como el Diseño Digital que, a su vez, se desprende del Gráfico y del Industrial. Estos campos surgen por el desarrollo tecnológico, que demanda especialistas en el conocimiento y manejo de técnicas particulares de producción y conceptualización de los distintos mercados y sus procesos de distribución y consumo.

Estos cambios, naturalmente ligados a la evolución de cualquier campo del conocimiento, traen cuestionamientos profundos. La pregunta ¿qué es diseño?, que encontramos insistentemente en textos de la década de 1950, continúa vigente, si bien, es claro, ahora se plantea desde perspectivas distintas. Es importante reconocer que esta diversidad de enfoques genera ciertos problemas, en especial cuando se desea comunicar a la sociedad en general, lo que puede hacer un diseñador, y por otro lado, al interior de la disciplina, puede representar una ventaja:

Honestamente, una de las grandes fortalezas del diseño es que no nos hemos establecido en una sola definición. Los campos en los que la definición es una cuestión aceptada, tienden a ser letárgicos, moribundos o campos muertos donde la indagación ya no ofrece retos a lo que es aceptado como verdad. Sin embargo, considero que las definiciones son críticas para el avance de las indagaciones y debemos enfrentar con regularidad esa responsabilidad en el diseño, aún si desechamos una definición de vez en cuando e introducimos algunas nuevas (Buchanan, 2001:8).

Buchanan ofrece una visión sobre el desarrollo de estos nuevos campos en lo que considera los cuatro órdenes del diseño, que van, sucesivamente, de los símbolos a los objetos, la acción y el pensamiento, que corresponden al surgimiento del Diseño Gráfico, el Industrial, el de Interacción y el Ambiental (Buchanan, 2001).

Dentro de este marco, se puede concluir que el enfoque del Diseño Socialmente Responsable se ubica en el cuarto orden, es decir, se enfoca, desde el pensamiento, en problemas del medio ambiente, entendido este último no sólo desde la perspectiva de la sustentabilidad, sino desde una perspectiva amplia que incluye lo diseñado en relación con el desarrollo social.

Como cualquier otro campo en formación, el nombre que se da a este enfoque aún no está claramente definido. Algunos lo llaman Diseño Social, mientras que otros prefieren hablar de Innovación Social o Socialmente Responsable. Estas denominaciones tienen en común el considerar proyectos, generalmente ubicados en localidades específicas, que hacen uso de conocimientos, habilidades y competencias que encontramos en la formación tradicional del diseñador y que se abocan a proyectos que no necesariamente tienen como resultado final un producto o un mensaje visual, como es el caso del Diseño Industrial o el Gráfico. A las competencias tradicionales se añaden otras, propias de este tipo de proyectos, pero que en la actualidad están sujetas a debate. Es por tanto una labor en proceso definir estas competencias.

Por otro lado, a partir de la revisión de los textos publicados en la última década en diversos medios, se puede afirmar que las temáticas centrales de la comunidad giran alrededor de tres ejes: procesos, personas y contextos, mismos que corresponden a métodos, usuarios y ambientes. Dentro de estas temáticas, se advierte que subyace una idea común: el diseño, más allá de manifestarse en campos profesionales que buscan dar soluciones a problemas inmediatos, debe convertirse, en tanto disciplina, en un agente de cambio (WDO, 2017). No basta con resolver aspectos funcionales o productivos, sino que debe desarrollar una conciencia sobre el impacto político y social de lo diseñado: *“Lo que todos los agentes de cambio necesitan hacer, es aprender a mover el diseño fuera de su función económica y llevarlo hacia un marco político”* (Fry, 2010:8).

Por lo tanto, ante esta situación, es pertinente preguntar: ¿qué lugar ocupa el enfoque del Diseño Socialmente Responsable? Dar respuesta a esta pregunta es una tarea que la comunidad debe enfrentar, para llegar -al menos- a consensos básicos que ofrezcan un lenguaje común y ejes de acción compartidos. Más aún, cuando hay voces que proponen que el diseño, desde sus orígenes, ha estado íntimamente ligado a la sociedad. Por tanto, es necesario explicitar las características de esta postura. Para esto, el primer paso es desarrollar un gran marco compartido, que permita establecer algunas nociones básicas, así como alcances y perspectivas, de manera que se pueda entablar un diálogo ordenado.

Por otro lado, particularmente en los cursos de posgrado, se puede observar un incremento en las tesis que abordan precisamente la cuestión del diseño socialmente responsable. En estos casos, también es notoria la carencia de bases comunes, lo que no ayuda a establecer criterios sobre los enfoques o alcances de estos trabajos ni marcos teóricos generales que permitan ubicarlos dentro de una vertiente genérica y articulada.

Como muestra de estos esfuerzos, encontramos trabajos que se abocan desde propuestas urbanas, hasta enfoques que claramente pueden ser ubicados dentro de disciplinas como la Sociología o la Economía. Si bien la interdisciplina debe estar presente, surge de nueva cuenta la pregunta ¿qué es Diseño? y de manera más específica ¿qué es el Diseño Socialmente Responsable?

Por los motivos anteriores, la propuesta del presente texto es iniciar una discusión que permita establecer qué temáticas son fundamentales para campo de la Innovación Social Responsable, de manera que se pueda construir una base compartida. Como cualquier listado, el que se presenta es tentativo y, por supuesto, incompleto. Dependiendo de la perspectiva que se adopte, esta selección puede parecer poco pertinente, algunos dirán que faltan ciertos temas fundamentales, mientras que otros pueden considerar que alguno sobra y está fuera de lugar, si se da este caso, entonces se cumplirá el objetivo: iniciar un diálogo que permita llegar a bases consensuadas para el Diseño Socialmente Responsable.

Para iniciar esta revisión, es necesario establecer una definición de Diseño Socialmente Responsable o Diseño para la Innovación Social y algunas de sus características fundamentales.

El Diseño Socialmente Responsable se identifica como una actividad intelectual, capaz de proponer innovaciones encaminadas al desarrollo sostenible de la sociedad y que satisfagan las necesidades de grupos sociales específicos, al tiempo que generan nuevas formas de establecer relaciones entre los miembros de esos

grupos y el medio ambiente (Whiteley, 1994). En este sentido, se propone un diseño guiado por las necesidades y aspiraciones de la sociedad (social change driven), en oposición a respuestas generadas a partir de una innovación tecnológica que surge por otros motivos (technology/economy driven).

Los resultados del Diseño Socialmente Responsable se alcanzan en comunidad, es decir, la figura del diseñador deja de ser la de un individuo con un alto grado de talento personal y se transforma en alguien con la capacidad de enriquecer, sintetizar y ofrecer propuestas de instrumentación-producción a las ideas de un grupo. Esta postura se manifiesta en el co-diseño.

El producto que ofrece el Diseño Socialmente Responsable se puede considerar como un sistema artefacto-servicio, pues no se limita al tradicional diseño de productos o mensajes visuales, sino a una síntesis entre los productos y los servicios que estos prestan en visiones que usualmente proponen alternativas al modelo tradicional de diseño-producción-distribución-consumo-desecho.

Las soluciones de los procesos de innovación social consideran como fundamental un enfoque enraizado en la sostenibilidad ambiental y económica, así como la inclusión de grupos menos favorecidos, física o económicamente, buscando reducir las brechas que producen desequilibrios que son social, cultural y económicamente insostenibles.

La revisión de los temas que se proponen está estructurada conforme a tres ejes, considerando -en principio- que deben estar presentes en cualquier trabajo de diseño, y que, a su vez, son retomados de las preocupaciones anteriormente mencionadas y conforman los ejes de reflexión en el diseño: personas, procesos, contextos.

Procesos

La cuestión de los métodos ha sido central en el desarrollo del diseño, en especial desde la década de 1960. A lo largo de esta evolución, se ha pasado del enfoque en métodos proyectuales centrados en la forma, desarrollados por autores que consideraban que el objetivo del diseño era la configuración de una forma: *“El objetivo final del diseño es la forma [...] todo problema de diseño se inicia con un*

esfuerzo por lograr un ajuste entre dos entidades: la forma y su contexto” (Alexander, 1969:12); hasta posturas que enfatizan al diseño centrado en el usuario (Rodríguez Morales, 2010). Este proceso se inició con claras referencias al método científico y, en años recientes, se ha acentuado la inclusión de técnicas desde las ciencias sociales como la Etnografía, tomada de la Antropología.

Algunos textos, en búsqueda de un pragmatismo propio de la tradición del diseño, han llegado a reducir estos aportes a la búsqueda de una cierta empatía con el usuario que, si bien puede ser un aspecto interesante, no deja de ser una reducción del enfoque más amplio de los estudios etnológicos. A partir de estos esfuerzos, resulta evidente que, en la actualidad, los métodos de diseño buscan acercarse a enfoques derivados de las humanidades.

Por otro lado, aumentan los trabajos que buscan explorar la manera particular en que los diseñadores abordan los problemas que buscan solucionar. Este enfoque resulta ser de particular interés para el Diseño Socialmente Responsable, pues puede formular preguntas sobre si el enfoque y la manera de enfrentar los problemas que plantean los proyectos de innovación social, corresponden con la visión tradicional del diseño, o bien, establecer sus diferencias específicas.

A partir de las características del Diseño Socialmente Responsable antes enunciadas, es posible centrar las exploraciones sobre métodos en los siguientes aspectos fundamentales: interdisciplina, complejidad, pensamiento sistémico y estratégico y enmarcar un problema.

Interdisciplina. Posturas simplistas sobre la interdisciplina consideran que si se reúnen personas de distintas profesiones para solucionar un problema, se “hace interdisciplina”, sin embargo, los procedimientos para establecer relaciones entre diversos campos del conocimiento no siempre son considerados. Baste como ejemplo sencillo señalar la dificultad para establecer los criterios que llevan a definir qué disciplinas deben colaborar en la solución de un determinado problema y, posteriormente, establecer posibilidades de ponderación y liderazgo. Si bien existen muchos textos sobre esta temática, el de Allen Repko propone no sólo métodos de trabajo, sino también reflexiones útiles para la investigación desde la óptica de la interdisciplina. En términos generales, para este autor:

La interdisciplina es un proceso para dar respuesta a preguntas, resolver problemas, o analizar una temática que es muy amplia o compleja para ser tratada adecuadamente por una sola disciplina [...] al integrar conocimientos y modos de razonar de dos o más disciplinas, para obtener resultados que no se pueden obtener por otros procesos, se llega a la interdisciplina (Repko, 2012:21).

Para el caso del diseño socialmente responsable, la interdisciplina no se limita a los conocimientos de campos estructurados, pues en ocasiones el llamado conocimiento tradicional o de grupos o etnias sociales específicas, puede ser relevante para enfrentar un problema.

Complejidad. La idea de complejidad en el ámbito del diseño se estudia desde distintas perspectivas. Una de ellas es la propuesta por Edgar Morin (Morin, 2017), cuyas ideas se relacionan, desde una óptica interdisciplinaria, con problemáticas sociales. Otro enfoque es el de Donald Norman (Norman, 2011), quien estudia la complejidad desde la perspectiva de la interrelación de artefactos con los usuarios. Por otro lado, los textos de Horst Rittel se refieren específicamente a las problemáticas que enfrenta el diseño y la planeación. La noción de “*problemas perversos*” elaborada por Rittel (Rittel, 1973) es citada en múltiples ocasiones, sus escritos en general, se refieren a las características de los problemas que usualmente enfrentan los diseñadores; si bien el Diseño Socialmente Responsable encuentra en estas tres pertinentes vertientes, las ideas de Rittel, más allá del concepto de “*problemas perversos*”, se destacan por abordar temáticas que se pueden referir de manera inmediata a los casos del Diseño Socialmente Responsable (Protzen y Harris, 2010).

Pensamiento sistémico. La idea de “*sistema*” ha estado presente en el ámbito de los métodos del diseño desde su inicio. Con el tiempo, el concepto se ha vuelto más comprehensivo y abarca la idea de un objeto en tanto que estudia las partes que lo componen y cómo se relacionan (por ejemplo, una bicicleta es un sistema) y también considera la noción de lo diseñado en relación con otros factores desde una perspectiva más amplia, por ejemplo, el impacto de lo diseñado en el medio ambiente. Esta segunda postura es la que se relaciona de manera directa con los proyectos de innovación social, pues permite el análisis del problema y su eventual

solución con muchos otros factores que, en ocasiones, pueden percibirse como desconectados o con una relación débil entre ellos. De nuevo, hay muchos autores que abordan esta temática, sin embargo, la postura de Donella Meadows resulta de particular interés para el Diseño Socialmente Responsable, por su interés con los problemas ambientales y sociales. Meadows fue líder del equipo de científicos que presentó el reporte al Club de Roma sobre los límites del crecimiento (Meadows, et al., 1980) y que despertó la conciencia sobre los problemas generados por el uso indiscriminado de los recursos no renovables y la sociedad. Menos conocida es su obra sobre el desarrollo del pensamiento sistémico (Meadows, 2008), debido a su amplitud y capacidad para relacionar aspectos tecnológicos con problemáticas sociales, su enfoque resulta ser particularmente útil para el estudio de este aspecto, central a los métodos del Diseño Socialmente Responsable.

Pensamiento estratégico. Cercana al pensamiento sistémico, ésta perspectiva resulta de interés para el Diseño Socialmente Responsable por su énfasis en la organización e instrumentación de soluciones con un objetivo central, al tiempo que se presta atención a los aspectos de la innovación. El pensamiento estratégico también enfatiza la toma de decisiones como parte importante para la instrumentación de soluciones. La gran diferencia con el pensamiento sistémico radica en este aspecto y no solamente en su análisis (Chevalier, 2016).

Enmarcar. Uno de los primeros pasos para enfrentar un problema complejo, o bien “perverso”, es enmarcar la situación que se enfrenta. Dentro de los procesos metodológicos mencionados, éste adquiere importancia por ser la fase en la que se establece una postura y, por tanto, la perspectiva desde la que se analizará el problema. En el caso del diseño tradicional de productos, este paso se ha omitido al considerar que la función es el aspecto que debe privilegiarse, mientras que en el caso de los problemas perversos, este punto de partida no es evidente y requiere de técnicas de análisis particulares que permitan establecer un punto de partida relevante y pertinente (Dorst, 2015).

A partir de lo expuesto, es fácil observar que la propuesta de estas temáticas para el caso de los procesos metodológicos pertinentes para el Diseño Socialmente Responsable, va de lo más general, como lo es el carácter interdisciplinario necesario en estas problemáticas, pasando por el análisis general del tipo de problemas a

enfrentar y continuando por enfoques sistémicos y estratégicos, para llegar al nivel de detalle en cuanto a la manera de enfrentar los primeros pasos, para ofrecer soluciones a problemas de esta naturaleza. La propuesta es que, quienes se adentren en el terreno de la Innovación Socialmente Responsable, posean perspectivas comunes para facilitar el diálogo y la consolidación de esta temática.

Contextos

Las reflexiones sobre contextos abarcan un amplio espectro de cuestiones. Por un lado, está el medio ambiente, sin duda central, y por otro, encontramos aquellos ámbitos que de una manera general influyen y, muchas veces, determinan soluciones, como son el económico y el político. El desarrollo de proyectos de diseño vinculados al bienestar social deben contemplar estos contextos, en especial, porque pertenecen a temáticas que no forman parte de las reflexiones habituales en el ámbito del diseño.

Medio ambiente. Sin duda, una preocupación central del diseño -al igual que en muchas otras disciplinas- es el deterioro ambiental y la búsqueda de soluciones sustentables y sostenibles. Esta preocupación ya forma parte de las consideraciones en los proyectos de diseño en general, por lo que hay mucho material que aporta estudios y ejemplos de aplicación. En el caso de las innovaciones sociales, muchos de los ejemplos que se pueden consultar tienen esta consideración como eje principal (Manzini, 2015). Dentro del abundante material disponible, se puede subrayar la necesidad de ahondar en aspectos que son propios al diseño, como es el caso de la expresividad de lo diseñado y la manera en que este factor impacta a la sociedad, convirtiendo al diseño en un agente de cambio en cuanto a la cultura de consumo (Ehrenfeld, 2009). De la misma manera, es importante pensar en los resultados del proceso de diseño como una forma de activismo social (Chick, and Micklethwalte, 2011) y por lo tanto de una postura ética (Fry, 2008).

Economía. Uno de los factores que influye de manera decisiva en el desarrollo e instrumentación de cualquier proyecto, es el económico. El aspecto que se refiere al costo o insumos necesarios es analizado de manera habitual en los proyectos de diseño, sin embargo, para el caso de la innovación social, el factor de la economía requiere de la revisión de marcos más amplios. Uno de ellos es el de la generación

de valor y sus implicaciones para la sostenibilidad de las soluciones, por lo que es necesario tener una idea general sobre procesos como el crecimiento, el desarrollo, la demanda, el consumo y cómo se interrelacionan entre ellos. Si bien éstas temáticas son lejanas para los diseñadores, autores como John Heskett las han abordado desde la óptica del diseño y ofrecen panorámicas que permiten su fácil comprensión (Dilnot, 2016). Resulta obvio enfatizar la importancia que tiene la economía en los proyectos de Diseño Socialmente Responsable, de aquí que se subraye su relevancia.

Política. Entender al diseño como un acto político es fundamental cuando se trata de proyectos de innovación social. Más allá de posturas partidistas o de simpatías por un lado u otro del espectro electoral, diseñar es un acto político. Por lo general, los diseñadores son poco conscientes de este hecho, por lo que es necesario reflexionar sobre las implicaciones de este factor (Fry, 2010) y sobre la importancia que tiene en la orientación y desarrollo de proyectos de innovación social. Desarrollar la conciencia sobre este factor lleva implícita la toma de conciencia del impacto que un proyecto tiene en la vida y aspiraciones de una comunidad; de manera muy particular, esto es evidente en proyectos de innovación social. Dentro de las modificaciones de habitus (mencionado más adelante), ésta es trascendental, pues implica el desarrollo de posturas éticas y la conciencia de que el diseño es un agente de cambio y, por lo tanto, es activo y el diseñador es un activista (Manzini, 2019).

Personas

El eje que se refiere a las personas alude a la manera de estudiar y analizar a quienes están relacionados de alguna manera con la solución del proceso de diseño, tanto en la dimensión funcional, como en la simbólica, de aquí que este eje guarde una estrecha relación con el de los procesos. Un aspecto que es necesario resaltar es que la postura o imagen tradicional que se tiene del diseñador; como alguien que de manera “objetiva” y distante observa a un usuario, se modifica al tomar el diseñador un rol más activo e involucrado en la búsqueda de soluciones.

Por otro lado, desde la perspectiva del diseño tradicional, se piensa en un usuario cuyas necesidades y expectativas son definidas a partir de estudios de corte mercadológico y con uso intenso de investigaciones cuantitativas. En el caso del Diseño Socialmente Responsable, estos estudios cambian para adoptar una visión más amplia, pues el “usuario” es en realidad un grupo social que abarca un amplio espectro, por lo que resulta imposible definir a tan sólo un usuario específico. Esta condición lleva implícita el cambio de énfasis: de estudios cuantitativos a los cualitativos, si bien el resultado final debe acercarse a un equilibrio entre ambos. Es dentro de este marco, que los tópicos relevantes en cuanto al eje de personas son los siguientes:

Cadenas de usuarios. Por los motivos señalados, se piensa en una cadena de personas (stakeholder) involucradas en alguna parte del ciclo diseño-producción-consumo (Chick y Micklethwalte, 2011). En este aspecto, el estudio de las personas se relaciona de manera directa con el pensamiento sistémico, pues lo central es comprender la manera en que se interrelacionan dentro de la constelación social y, a partir de estos elementos, encontrar (insights) aquellas características, deseos y necesidades relevantes para el grupo social.

Incluyente. Cada día, con mayor énfasis, el diseño muestra una creciente preocupación por incluir en sus propuestas a grupos sociales marginados, no sólo por cuestiones económicas, sino también por aspectos políticos, culturales y físicos (Holmes, 2018). Si bien el diseño considera cada día más la inclusión desde la óptica de las discapacidades, el diseñador socialmente responsable debe adoptar una perspectiva aún más amplia y atender las demandas de otros grupos sociales (Clarkson, 2003) que, desde el punto de vista cultural, pueden ser considerados como minoría o bien en situación desventajosa. Este aspecto aborda cuestiones variadas y sumamente complejas que el Diseño Socialmente Responsable no puede desdeñar. Más aún, la inclusión, con todas sus aristas, parece ser un rasgo distintivo y por lo tanto una fortaleza de este enfoque.

Etnografía. El diseño surge como una profesión de carácter multidisciplinario y actualmente se enfatiza su enfoque interdisciplinario¹. A lo largo de este proceso, la inclusión de visiones antropológicas ha enriquecido la perspectiva del diseño, al aportar conocimientos sobre la dimensión cultural, lo que ha ayudado a rebasar los

¹ En este sentido, vale la pena mencionar que algunos autores consideran que el Diseño Socialmente Responsable obedece a un enfoque transdisciplinario, sin embargo, éste es un debate en desarrollo.

límites impuestos por el funcionalismo (Cranz, 2016). Es necesario subrayar que la tendencia pragmática del diseñador en busca de soluciones, ha llevado a posiciones reduccionistas que se centran en el desarrollo de la empatía hacia los usuarios. Si bien esto puede resultar enriquecedor en cuanto al estudio de las personas, la dimensión cultural es mucho más amplia, por lo que el marco de referencia en el Diseño Socialmente Responsable debe ir más allá de la búsqueda de herramientas o técnicas de apoyo en los procesos y entrar en el ámbito de la reflexión (During, 2007).

Co-diseño. Derivado de los puntos anteriores, el co-diseño se establece como un enfoque fundamental. Esta perspectiva representa un cambio trascendental en muchos aspectos, pues tradicionalmente el diseñador era considerado como el ente “*creativo*” y ahora pasa a ser un miembro del grupo que indaga sobre las soluciones. Este cambio se refleja, por un lado, en los procesos y, por otro, enfatiza la necesidad de entender de otra manera el trabajo en equipo y cómo establecer otras relaciones (Mohr, 2016). Otro aspecto importante es que la solución, en vez de ser generada por un especialista, se obtiene a partir de la cooperación para fomentar un cambio en las relaciones sociales y empoderar a los miembros de un grupo social. El gran reto que enfrenta este enfoque es el de transformar a estos grupos de trabajo en asociaciones eficientes, capaces de definir sus propios objetivos, medios y procesos de evaluación.

Habitus. Ligado de manera estrecha con los puntos anteriores, se presenta la cuestión del habitus del diseñador; es decir, aquellos conocimientos, actitudes, valores y contextos en que se desarrolla la actividad profesional y que dan identidad a la profesión (Bourdieu, 2003). Este gran contexto influye en lo que la imaginación colectiva percibe sobre el perfil de un diseñador y, por lo tanto, en lo que los estudiantes aspiran a desarrollar, como las habilidades que se espera que los diseñadores desplieguen en su desempeño. Con base en lo antes expuesto, resulta evidente que este perfil debe modificarse desde el interior; esto es, desde la propia imagen que tiene el diseñador de sí mismo. Esto puede parecer un llamado a procesos complejos de reflexión personal, sin embargo, la idea puede centrarse alrededor de los ejes mencionados, con el objetivo de definir las habilidades, competencias y, así, el habitus que se requiere de un diseñador en el ámbito de la transformación social.

Reflexiones finales

El Diseño para la Innovación Social, al ser un campo emergente, aún carece de la estructura necesaria para guiar y dar coherencia a la diversidad de proyectos que, bajo este rubro, se desarrollan. Si bien no es deseable establecer una camisa de fuerza que limite el surgimiento de nuevos enfoques, es necesario llegar a un consenso sobre los marcos conceptuales básicos que identifican a este enfoque. Esto es importante, no solo para guiar nuevos proyectos, sino también para entender los alcances y resultados que se puedan obtener.

Un aspecto que hay que subrayar, es que esta base compartida debe proveer un lenguaje común que, además de permitir diálogos estructurados, también pueda aportar posibles rutas en la formación de diseñadores que se interesen por realizar trabajos que rebasen los límites tradicionales de los campos profesionales del diseño. En especial el porqué, con base en el número de proyectos de recepción profesional y de posgrado, parece que la cantidad de personas interesadas en este enfoque va en aumento.

En estos tiempos de incertidumbre y de cultura líquida, la construcción de estos consensos ayuda en la construcción de espacios y objetivos comunes. Llegar a este objetivo requiere de diálogos intensos y las propuestas expuestas en el presente trabajo buscan iniciar estos esfuerzos.

Referencias:

- Alexander**, Christopher, 1969. Ensayo sobre la síntesis de la forma. Ediciones Infinito, Buenos Aires.
- Bordieu**, Pierre, 2003. Campo de poder, campo intelectual. Montessor, Buenos Aires.
- Buchanan**, Richard, 2001. Design research and the new learning. Design Issues 17, 3–23.
- Chevalier**, Arnaud, 2016. Strategic Thinking in Complex Problem Solving. Oxford University Press, Oxford.
- Chick, Anne, Micklethwalte, Paul, 2011. Design for Sustainable Change: How Design and Designers Can Drive the Sustainability Agenda. AVA Publishing, Lausanne.
- Clarkson**, John, Coleman, Roger, Keates, Simeon, 2003. Inclusive Design: Design for the Whole Population. Springer, Berlín.
- Cranz**, Galen, 2016. Ethnography for designers. Routledge, Nueva York.
- Dilnot**, Clive, 2016. A John Heskett Reader. Bloomsbury, Londres.
- Dorst**, Kees, 2015. Frame innovation: create new thinking by design. MIT Press, Cambridge.
- During**, Simon, 2007. The Cultural Studies Reader. Routledge, Nueva York.
- Ehrenfeld**, John, 2009. Sustainability by Design: A Subversive Strategy for Transforming Our Consumer Culture. Yale University Press, New Haven.
- Fry**, Tony, 2010. Design as politics. Berg Publishers, Londres.
- Fry**, Tony, 2008. Design futuring: sustainability, ethics and new practice. Berg Publishers, Londres.
- Holmes**, Kat, 2018. Mismatch: How Inclusion Shapes Design. MIT Press, Cambridge.
- Krippendorff**, Klaus, 1998. Stakeholder Theory, in: Proceedings of International Workshop on Semantics in Design and the Linguistic Nature of Things. Presented at the International workshop on semantics in design and the linguistic nature of things, Munich.
- Manzini**, Ezio, 2019. Politics of the Everyday (Designing in Dark Times). Bloomsbury, Londres.
- Manzini**, Ezio, 2015. Design, When Everybody Designs: An Introduction to Design for Social Innovation. MIT Press, Massachusetts.
- Meadows**, Donella, 2008. Thinking in Systems. Chelsea Green Publishing, Vermont.

- Meadows**, Donella, Randers, Jörgen, Behrens, William, 1980. Los límites del crecimiento. Reporte para el Club de Roma. Fondo de Cultura Económica, México.
- Mohr**, Bernard, 2016. Co-Creating Humane and innovative Organizations: *Evolution in the Practice of Socio Technical System Design*. Global STS-D Network, Amsterdam.
- Morin**, Edgar, 2017. Introducción al pensamiento complejo. Gedisa, México.
- Norman, Donald, 2011. Living with Complexity. MIT Press, Cambridge.
- Protzen**, Jean-Pierre, Harris, David, 2010. The Universe of Design. Horst Rittel's theories of Design and Planning. Routledge, Berkeley.
- Repko**, Allen, 2012. Interdisciplinary Research. Process and Theory. Sage Publications, Londres.
- Rittel**, Horst, W., Melvin Horst, 1973. Dilemmas in a general theory of planning. *Policy sciences* 4, 155–169.
- Rodríguez Morales**, Luis, 2010. Del diseño centrado en la forma al diseño centrado en el usuario, in: *Seminario Diseño Industrial*. Presented at the Primer seminario de diseño industrial, UACJ, Ciudad Juárez, pp. 45–66.
- WDO**, 2017. Montreal Design Declaration. Presented at the World Design Summit, Montreal.
- Whiteley**, Nigel, 1994. Design for Society. Reaktion Books, Londres.

Capítulo 2. El trabajo del diseño como principio libertario de la sociedad

Design work as a libertarian principle of society

Dr. Aarón J. Caballero Quiroz

Resumen

El presente trabajo expone históricamente las posibilidades que tiene el pensar al diseño en asociación con la producción industrial, pero como trabajo que libera a quien lo ejerce de cara a conformar sociedades igualmente libres y en consecuencia justas.

El trabajo que el diseño puede hacer para incidir en las sociedades va más allá de hacer los procesos de producción más eficientes y limpios, además de asequibles. El diseñador tendría que hacer una revisión de lo que socialmente significa su labor en un mundo en donde la principal fuente de desigualdad en las sociedades, a las que les ofrece productos, pasa por la alienación del trabajo. Las puntualizaciones que se exponen a continuación aspiran a señalar los principales aspectos que tendrían que ser revisados para construir un discurso que evidencie con mucha mayor claridad lo que precisamente se señala en esta investigación, de manera rigurosa y comprometida.

Los orígenes que tiene el diseño moderno, como práctica profesionalizada, son expuestos en este documento con la finalidad de comprender la genética social bajo la que surge, dentro de un contexto muy específico, y poder establecer un paralelismo para pensar los retos sociales a los que se enfrenta la profesión en la actualidad, como aprendizaje y como ejercicio de lo aprendido.

Palabras clave: diseño, trabajo, sociedad.

Abstract

The present work exposes historically the possibilities that have to think the design associated to the industrial production but like work that frees to whom it exerts it face to form societies equally free and consequently just.

The work that design can do to influence societies goes beyond making production processes more efficient and cleaner, as well as affordable. The designer would have to make a revision of what socially means his work in a world where the main source of inequality in the societies to which he offers products also goes through the alienation of work and the points outlined below aspire to point out the main aspects that would have to be reviewed in order to construct a discourse that evidences with much greater clarity what precisely is pointed out in this research in a rigorous and committed manner.

The origins of modern design as a professional practice are exposed in this document with the aim of understanding the social genetics under which it arises, within a very specific context and that could establish a parallel to think about the social challenges facing the profession nowadays as learning and as an exercise of what has been learned.

Key words: Design, work, society.

Introducción

Mucho es lo que se ha señalado en relación al surgimiento del diseño, cómo se le entiende y ejerce hoy día, consecuencia de la industrialización que vive el mundo occidental durante la primera mitad del siglo XX.

Una referencia como esa explica y fundamenta, en gran medida, a los procesos y los resultados que arrojan, además de los procedimientos a los que acude para empatar su labor con las exigencias que la industria entraña, si lo que se quiere es igualar a la generación de objetos para vida cotidiana con una producción masiva y serial de los mismos.

A pesar de las certezas que ofrece lo anterior, se ha dejado pendiente señalar la vocación social con la que el diseño se constituye: menos como una labor que puede atender necesidades, que como profesión que en sí misma se ofrece como

una opción contestataria de lo que el mundo industrializado demanda con todas sus problemáticas económicas, políticas y sociales.

Es una labor aun por indagar, en especial si se hace remontándose al origen que pueda tener como profesión moderna, el abordar al diseño como un ejercicio social en el cual la principal beneficiaria es la sociedad del diseño, y no como los productos, en sí, que ofrece a una sociedad para la procuración de su bienestar.

Lo anterior obliga a construir una genealogía del diseño basada en un contexto político, social y económico concretos, que parten, al igual que la mayoría de los estudios realizados hasta ahora, de concentrarse en las consecuencias que acarrea la industrialización, pero abriendo el cerco hacia la situación que como naciones artesanales y agrícolas vivían, muchas de ellas envueltas en severas crisis económicas, consecuencia de las dos grandes guerras, pero sobre todo, y concerniente a lo social, con una profunda crisis de valores a la que urge dar rumbo mediante nuevas configuraciones políticas basadas en principios humanos.

Los resultados que arrojará una indagación como esa, van mucho más allá de ofrecerse tan sólo una construcción histórica de la formación profesional o del ejercicio de la profesión; aspiran, ante todo, a convertirse en un elemento de contraste respecto de la posibilidad que tiene el diseño de convertirse en una auténtica alternativa de reconfiguración social.

Principios genealógicos del diseño

Si se quiere señalar un origen del diseño moderno, relativo a la formación profesional, que a grandes rasgos y en lo esencial, continúa vigente en la actualidad, dos son las escuelas a las que se acude: la Staatliche Bauhaus (Bauhaus) y la Hochschule für Gestaltung de Ulm (HfG Ulm), ambas de origen alemán.

Referido al contexto político, ideológico y social en el que surgen ambas escuelas y no a los programas de estudio o a las prácticas y resultados que obtenían, varias son las coincidencias que exhiben, sin que con ello se esté afirmando categóricamente que una es la continuación de la otra. Eso sería materia de un estudio distinto al que ahora se está tratando.

Las dos instituciones son consecuencia, en lo ideológico y con respecto al rumbo que pretenden seguir, de la aspiración de sus fundadores –Walter Gropius de la Bauhaus y el matrimonio Aicher-Scholl de la HfG Ulm– quienes ven en la creación de una nueva profesión la posibilidad de promover ciertos principios que reconozcan, ante todo, la recuperación del hombre y de las sociedades que conforma.

A ello se refieren, por ejemplo, Giulio Argan (2006) y Elaine Hochman (2002) cuando exploran la figura de Walter Gropius y su más importante obra de 'construcción'²: la Bauhaus. Ambos autores coinciden en que los esfuerzos de Gropius por promover un proyecto, que Van de Velde se ve obligado a abandonar por ser extranjero en tiempos de tensa paz, con el que aparentemente se respondía a las exigencias que el Deutscher Werkbund demandaba para acercar la producción artística, artesanal e industrial. Este proyecto era, en realidad, para Gropius la última esperanza después de la decepción que significó la creencia en un régimen aristocrática y militar que promovió la guerra, arrastrando al pueblo alemán a la tragedia y dilución de las comunidades.

“Ahora estoy trabajando en algo completamente diferente, una Bauhütte”, transcribe Hochman (2002, p. 51), en su libro *La Bauhaus. Crisol de la modernidad*, de una carta que Gropius escribe a su amigo Osthaus, cinco meses antes de recibir el ofrecimiento de dirigir la nueva escuela de arte y artesanía en 1918, haciendo referencia a que dicho proyecto, *'una cabaña de obra'* como las que durante el medioevo se edificaban, serviría como acto que reúne a una comunidad para trabajar juntos por un mismo ideal que a todos beneficie.

Y en ese mismo sentido, apuntan los señalamientos de Argan respecto del proyecto que Gropius maquinaba: *“va ser el arte mismo el que, operando y desarrollándose en lo vivo de la sociedad, y participando en su devenir, concurra de este modo a determinarla.”* (Argan, 2002, p. 7). Todo ello en las postrimerías de la crisis ideológica y social, así como económica y política, que trajo consigo la conclusión de la Primera Guerra Mundial en Alemania, como ya se señalaba. Un contexto semejante, aunque en paralelo y con más de 30 años de diferencia, vivió la génesis de la HfG de Ulm. El matrimonio Aicher-Scholl, conformado por Inge Scholl y Otl Aicher, decide crear la Escuela Superior de Diseño de Ulm como una forma de continuar el proyecto libertario y redentor de los hermanos menores de Inge, Sophie y Hans, quienes

² Para Walter Gropius, construir (Erbauung) era mucho más que levantar muros y coronarlos con losas, acaso ello formaría parte de la verdadera edificación, de aquella que Alemania estaba requiriendo: el regreso a una unidad espiritual que congregara de nuevo a sus habitantes.

en un intento por despertar la conciencia del pueblo alemán, fueron apresados y ejecutados, casi de inmediato, tras distribuir octavillas en contra del régimen nazi:

“Terminada la guerra, Inge Scholl, decidida a conmemorar el sacrificio de Sophie y Hans, dedicó su vida a la reeducación de jóvenes alemanes para la «regeneración espiritual de una destruida y confusa Alemania de posguerra»” (Jacob, 2002, p. 13).

Esa reeducación, que inicia como una escuela para adultos, de 1946 a 1950, y que formaría a sus inscritos en temas de política, literatura y filosofía, entre otros (Oswald, 2015), transita hacia la escuela de diseño que finalmente, fue a partir de 1953 y durante 15 años, tras integrar los Aicher-Scholl al arquitecto Max Bill –egresado de la Bauhaus– para formar parte del grupo de los directivos de la HfG Ulm, esto después de conocer sus posturas respecto al diseño, a través de su exposición *“Die gute form”* y que los Aicher-Scholl llevarían a Ulm en 1947, así como las motivaciones que convocan al diseño, mediante un artículo de su autoría y que Aicher lee en el número 5 de la revista *Das Werk* de 1946, de acuerdo a lo referido por Maite Escaño (2015).

Es así que, en lo ideológico y lo social, el diseño es en realidad el efecto de ‘*construir*’ la sociedad alemana, menos por la atención de necesidades materiales como la vivienda, los objetos de uso corriente o la vestimenta, que por la conciliación y reunificación de una sociedad diluida por la desilusión, la confrontación y la muerte. En el caso específico del momento histórico vivido por la Bauhaus, parte de la sociedad alemana que la recibía pugnaba por una revolución social que instituyera garantías para los obreros, el sector más desfavorecido por las nuevas formas en que el pueblo alemán se organizaba, determinado por una economía basada en la producción industrial.

Por otro lado, el resto de la población, cansada y depauperada por la guerra, deploraba toda revuelta que ocurriera al interior de la nación germana, buscando a toda costa cualquier opción que garantizara la estabilidad social, entendida más como recuperación de la economía y menos como una identidad acorde con las nuevas formas que manifestaba el trabajo de esa economía.

Gropius, aunque fundó la Bauhaus bajo el principio de congregar a la sociedad mediante esas nuevas formas laborales, lo hizo desde una postura idealista que marginarían al diseño a convertirse en una auténtica opción de cambio social, lo que si ocurriría con la HfG Ulm años más tarde. En ese sentido, el fundador de la Bauhaus buscaba el cambio con una absoluta responsabilidad social, como también lo proclamaba Bruno Taut, llegando a convertirse incluso en el líder del Consejo de Trabajo para el Arte (Arbeitsrat Für Kunst, AFK), creado precisamente por Taut en 1918 para congregar a los arquitectos comprometidos con el cambio.

El idealismo, tanto de la Bauhaus como del AFK, los alejó de comprender cabalmente la realidad –como le ocurrió al expresionismo en el que ideológicamente se fundaba la Bauhaus– y los hizo perder de vista lo que contribuiría a cohesionar la sociedad, no sólo alemana, sino todas aquellas que comenzaban a trazarse a partir de organizaciones laborales basadas en la producción industrial. En su lugar, el arte en general y sus nuevas manifestaciones, muchas de ellas ajenas a las reconocidas por la Academia, ensayaron y consolidaron en la Bauhaus sus propias formas, sus nuevos lenguajes y originaron el curso que el arte asumiría durante el resto del siglo XX.

En el caso de la HfG Ulm, como ya se mencionó, en el fondo yacía la misma inquietud que acaso no había quedado resuelta por la Bauhaus y que consistía en pugnar por reconstruir a la sociedad mediante los elementos que la cohesionan, como lo era el trabajo asalariado que la industria ofrecía, dándole ello un peso específico en la consolidación de una nación moderna, como lo pretendía el gobierno alemán desde mediados del siglo XIX.

El momento histórico que modela la HfG Ulm se encuentra determinado por la división de Alemania en dos Estados, el democrático y el federal, oficialmente declarada en 1949. Cada uno de estos Estados, a su vez, se encontraba definido y supeditado a los dos grandes bloques que se perfilaron con la victoria de los aliados después de la Segunda Guerra Mundial, el Bloque Occidental y el Bloque Soviético.

La ciudad de Ulm formaba parte de la República Federal Alemana que, por una parte, era apoyada y reconocida en su soberanía por el Bloque Occidental de países europeos así como por Estados Unidos. Y por otro, dada su posición estratégica

como frontera del límite que dividía el mundo en los dos grandes polos, su capacidad de autodeterminación se limitada y supeditaba al Estatuto de Ocupación, que restringía sus decisiones a la contención de cualquier avance o amenaza del Bloque Oriental.

En ese sentido, la configuración de una sociedad en la Alemania occidental debería estar determinada por el desarrollo de la principal actividad que había influido en la conformación de esa federación, políticamente hablando. Es así que, apoyados en la inercia, que desde el Deutscher Werkbund de 1907 se desata, el eje que vertebraría una consolidación política, y que entre otras consignas tiene la conformación social, es el de una solides económica basada en la recuperación de la producción industrial.

Esta es la oportunidad que ven Inge y Otl —y que en su momento no advirtió Gropius— reflejadas, por un lado, en las intenciones que tiene sobre el diseño Max Bill y por otro, en sus aspiraciones de promover una sociedad libre a través no sólo de la educación sino, en concreto dirigirla hacia la apropiación de su fuerza de trabajo que, de acuerdo a la nueva políticas, son la fuerza que cohesiona las sociedades³.

La formación de ciudadanos que buscaba el matrimonio Aicher- Scholl con la HfG Ulm en 1953, es el de una escuela que egrese profesionales poseedores de su fuerza de trabajo, evitando con ello ser asalariados y eliminando así o reduciendo lo más posible el control que ejercen los medios producción sobre el trabajador.

El discurso que Inge y Otl exhibían frente al Gobierno Estatal de Bade-Württemberg y con los representantes del gobierno norteamericano⁴, para conseguir los recursos necesarios que pusieran en marcha a la escuela, era el de formar profesionales que fortalecerían la industria así como la reconfiguración de la vida moderna en general, “desde el pocillo del café hasta la ciudad” (Maldonado, 1968, p. 40), como años más tarde lo señalaría Tomás Maldonado.

³ De acuerdo a los señalamientos que hace Zygmunt Bauman (2000) la consideración principal que debe observarse, cuando de sociedades modernas se hable, es esa tensión que las conforma y que se crea por la posición de poder que las relaciones laborales establecen.

⁴ Entre los esfuerzos que hizo Inge Scholl por recabar fondos para la puesta en marcha de la HfG Ulm, se encontró la solicitud de ayuda económica al Alto Comisionado John McCloy, quien fuera además presidente del Banco Mundial en 1949.

Hacia adentro de la escuela, la dinámica no era diferente y una muestra de ello fueron los “*grupos de desarrollo*” (Entwicklungsgruppen) que, entre otros, rescataron a la compañía Braun, al borde de la quiebra, rediseñando sus productos. Paradójicamente, lo que parecía un elemento sólido que garantizaba fondos estatales y privados para sostener la escuela, acaso fue tomado, por un lado, como una competencia desleal hacia el mercado laboral, y por otro, como mera especulación, dados los niveles bajos de producción y excesivas argumentaciones que los grupos de desarrollo generaban, o los productos accesorios que proponían, lo que terminaría por retirarles los fondos y decretar oficialmente el cierre de la Escuela Superior de Diseño de Ulm en 1968, reubicando al estudiantado que quedaba a un Instituto en la Universidad de Stuttgart.

Fundamentos teóricos del trabajo para una sociedad de diseño

Varios son los aspectos a considerar para construir la idea del diseño como el trabajo que conformará a las sociedades y, en ese sentido, convertirse auténticamente en un diseño para la sociedad más que en un diseño social. Todo ello partiendo del principio de libertad, que procura el diseño, a través del trabajo libre.

El primero de esos aspectos, como ya se señalaba, es la libertad o la liberación, que costaría la vida a los hermanos Scholl en 1943, 10 años antes de que la HfG Ulm abriera sus puertas.

La libertad será el efecto a desatar con las prácticas que una Escuela Superior de Diseño promueva y, a su vez, será el objetivo fundamental a cumplir, partiendo siempre del principio rector, a través del cual se trazarán los instrumentos que permitan causarlo, así como a los contenidos que se impartirán en sus aulas y talleres.

Esta proclama por la libertad proviene, como ya se señalaba, de la situación que vive Alemania hacia finales de la Segunda Guerra:

Ha llegado el momento de rendir cuentas, el momento de que la juventud alemana se desquite de la tiranía más aborrecible que nuestro pueblo ha sufrido jamás. En nombre de todo el pueblo alemán, exigimos al Estado de Adolf Hitler que nos devuelva la libertad personal, ese valioso bien de los alemanes que nos ha estafado de la forma más miserable. (Scholl, 2005: 48 y 49).

Como lo deja entrever esta proclama, que los hermanos Scholl, Sophie y Hans, distribuyeron en la Universidad de Berlín en 1943, la conformación de una sociedad debe ser en absoluta libertad una libertad, que no se refiere tanto a un derecho que debe ser observado y cumplido por el Gobierno que la rige, sino por la conquista que los individuos de una comunidad deben procurar.

Tales son las precisiones que Zygmunt Bauman (1991) hace respecto de la libertad, y que coinciden con los reclamos de fondo que los miembros de la Rosa Blanca⁵ hacían, ya que se cree que la libertad, como corrientemente, no se reduce a la posibilidad de tomar decisiones sin ningún tipo de coerción, sino que se desata, en un primer momento, bajo situaciones que son objeto de oposición para quienes las consideran un atentado precisamente a su libertad, pero por ser opuestas.

Contrario a lo que corrientemente se ha creído sobre la búsqueda de las revoluciones con movimientos armados, la revolución es en realidad el ejercicio de la libertad oponiéndose a una dificultad dada y, después de las experiencias vividas por las primeras revoluciones: La Guerra de Independencia de las 13 Colonias de Norteamérica en 1775 y la Revolución Francesa de 1789, el ejercicio pacífico de la libertad tiene mayores probabilidades de hacer sociedad, que el enfrentamiento con los sectores que pugnan por ella en una lucha armada.

Esas eran las intenciones de la Rosa Blanca y esa fue también, posteriormente, la lección aprendida por el matrimonio Aicher-Scholl al tratar de fundar, en un primer momento, una “preparatoria para adultos” (Volkshochschule) en 1946, que además de celebrar la memoria de los Hermanos Scholl, procuraría la libertad en la que una sociedad se reconoce como tal, basándose para ello en la educación.

Y la educación es clave para conseguir la libertad en la que una sociedad puede constituirse, como lo apunta John Dunn (2014) en las referencias sobre las conclusiones a las que llega el marqués de Condorcet que, tras la sangrienta revuelta francesa de 1789, lo único que consigue con sus consignas originales es la asunción

⁵ La Rosa Blanca es un movimiento pacifista de resistencia contra el régimen nazi que surge en Alemania en 1942 y que se esfumará prácticamente con la aprensión de los hermanos Scholl y el profesor Kurt Huber, miembros activos del movimiento.

del poder de aquellos que no lo tenían: “*La Bastilla fue tomada para buscar pólvora, no libertad*” (Hubard, 2016, p. 25).

La educación para la libertad tiene que ver menos con los conocimientos adquiridos que con el acto de conocer; y así lo promueven Inge y Otl, tanto en la preparatoria para adultos, conociendo a través de la política y la filosofía, como en la HfG Ulm mediante la semiótica y los “*wicked problems*” sin que ello implique, de forma exclusiva, el acceso a los conocimientos que todas esas disciplinas generan.

Actuar es la segunda consigna que deriva de todo ello, porque el acto es el que libera, el que sitúa y el que permite finalmente constituirse como humano. Y el trabajo, de acuerdo con lo señalado por Hannah Arendt (2005), por un lado y se refiere a la transformación del mundo mediante quien lo ejecuta, pero por otro, el trabajo es, al mismo tiempo, la relación que establece quien trabaja con el resultado que se obtiene de ello, para así pertenecer al mundo que ellos transformaron. El mundo se crea a partir del trabajo.

Este es el trabajo que deberá ensañarse en la nueva escuela que se creará a partir de lo buscado en la preparatoria para adultos de los Aicher-Scholl, y de Max Bill, con sus procedimientos productivos y funcionales, como los buscados por la industria y que ocasionan la “*Gute Form*”, y que terminarán por dar forma, nunca mejor dicho, al acto de conocer.

El elemento final del proyecto, y que puso en marcha la HfG Ulm, para así liberar con la formación de profesionistas en el camino a la conformación de una nueva sociedad, es la emancipación de ese trabajo.

Si el trabajo se libera bajo los términos en que se ha señalado y, en el caso concreto de la HfG Ulm, el “*proyecto*”⁶ asumiría la forma que debe tener ese trabajo, dicho proyecto ante todo tendría que ser un acto absolutamente libertario. No es posible egresar de una escuela con tales aspiraciones para formar una nueva sociedad como obreros que se sumarán a las prácticas de un trabajo asalariado, como sí lo pretendía inconscientemente la Bauhaus, por justo que fuera ese salario:

⁶ En la HfG Ulm no había referencias al término diseño, ni como práctica, ni como producto, ni como proceso, de ahí que para el nombre de la escuela se acuda al término “*Gestaltung*” y no “*design*”. Lo que corrientemente y en la actualidad se conoce como diseño o diseñar, en la HfG Ulm se refería como proyecto (*entwurf*) que mentaba y daba relevancia al proceso y no al producto que resulta, este es tan solo la constatación del proceso, lo que ocurre a la inversa cuando se acude al término diseño.

El mecanismo de transformación social era la contradicción entre las fuerzas de producción y las relaciones sociales de producción, que daban lugar a enormes problemas de exceso de producción. El racionalismo económico marxista implicaba que la producción futura debía ser organizada en su momento racionalmente, de la misma manera que el racionalismo más epistemológico de Condorcet implicaba que el pensamiento humano (...) debía llegar a ser en su momento más humano (Dunn, 2014: 59).

El primer punto de lo señalado por Dunn, y que aborda la HfG Ulm, es que un proyecto debe ser consecuencia de un proceso razonado, esto es lo que ha trascendido de la enseñanza y del modelo Ulm, que comúnmente se interpretó como una práctica científica: de acuerdo a sus autores intelectuales, razonar la producción y evitar los excesos de producción que originan las contradicciones referidas y por tanto la provocación de una gran problemática social.

El segundo aspecto al que atiende es pensar al proyecto menos como producto que como trabajo; son las prácticas que, como parte de la enseñanza, se promovían al interior de la escuela. Y los grupos de desarrollo, como también ya se señalaba, incitaban a la emancipación del trabajo: los ingresos o remuneraciones por el trabajo serían para el sostenimiento de la escuela, como ocurría en la HfG Ulm, o que fueran para el desarrollo personal en el que se reconocería una nueva sociedad conformada a partir de ello, pero no debían ser el objetivo principal para que acudieran a su función esencial de situar en el mundo con la transformación que ocasionan. La remuneración debería ser un efecto colateral para hacerle perder importancia y otorgársela al trabajo y de esa manera quedaría liberado el diseñador.

Conclusiones

Abordar el problema de la producción industrial, como genética implícita en el diseño, hasta ahora ha sido la principal preocupación que se ha tenido desde sus primeros intentos por conformarse, en tanto que profesión, al interior de las dos escuelas dedicadas a tales esfuerzos y no como el nuevo esquema bajo el que se conformarían las sociedades a partir del tipo de trabajo que significa.

Ponerlo de esta manera, y en especial en la confección de planes y programas de estudio, es un tema pendiente de abordar ya que, si bien es cierto que los conocimientos y las habilidades a impartir para formar diseñadores son el

herramental fundamental para el ejercicio de la profesión, no es menos importante la consideración de la práctica partiendo de los orígenes que tuvo, no sólo como la forma más eficaz de atender necesidades, sino como los modos económicos y políticos que el trabajo tiene de liberar, para así hacer sociedad con el ejercicio mismo de una profesión como el diseño. Y el trabajo expuesto, aunque puntual en los señalamientos que hace al respecto, y no por ello menos exhaustivos, ofrece elementos para iniciar una exploración bajo esos términos que permita significar la labor que realiza el diseño en relación con las sociedades de las que surge y hacia las que se dedica, más allá de la generación de satisfactores que pudieran demandar y en los que no necesariamente se reconoce a la sociedad en sí misma.

Bibliografía

- Zygmunt**, B., (1991) Libertad. México, Editorial Patria, Nueva Imagen.
- Dunn**, J., (2014) Revoluciones modernas. Introducción al análisis de un fenómeno político. Madrid, Editorial Tecnos.
- Heiner**, J., (2002) "*HfG Ulm: visión personal de un experimento en democracia y educación de diseño*", en *Diseño: hfg Ulm*, América Latina, Argentina, la Plata: 5 documentos. La Plata, Ediciones Nodal.
- Scholl**, I., (2005) Los panfletos de la Rosa Blanca. Barcelona, Galaxia Gutenberg.
- Hochman**, E., (2002) La Bauhaus. Crisol de la modernidad. Barcelona, Editorial Paidós.
- Arendt**, H. (2005) La condición humana. Barcelona, Editorial Paidós.
- Argan**, G. (2006) Walter Gropius y la Bauhaus. Madrid, Abada Editores.

Revistas

- OSWALD**, David (2014) "*El Departamento de Información de la Escuela de Diseño de Ulm*". infolio n° 3. ISSN 2255-4564. [fecha de consulta: 18/05/19] <http://www.infolio.es/articulos/oswald/informatio.pdf>
- ESCAÑO**, Maite (2015) "*Tres artículos de Max Bill*". Cuaderno de Notas n° 16. ISSN: 1138-1590. [fecha de consulta: 18/05/19] <http://polired.upm.es/index.php/cuadernodenotas/issue/view/349>
- MALDONADO**, Tomás (1968) "*Diagnóstico del diseño*". Arquitectura n° 109. [fecha de consulta: 19/05/19] <https://www.coam.org/media/Default%20Files/fundacion/biblioteca/revista-arquitectura-100/1959-1973/docs/revista-articulos/revista-arquitectura-1968-n109-pag39-44.pdf>

Capítulo 3. Diseño desde la perspectiva emocional para el beneficio social

Design from the emotional perspective for social benefit

Deyanira Bedolla Pereda

Resumen

El diseño emocional ha perseguido hasta la actualidad principalmente objetivos económicos, productivos y mercantiles; en este trabajo se presentan los aspectos más relevantes del estudio y aplicación del tema a la perspectiva social del diseño. El diseño emocional tiene un gran potencial en dicha perspectiva, a partir de la fundamentación de su desarrollo proyectual en la consideración de las emociones humanas, las cuales más allá de ser un constructo de todo individuo, tienen un papel central en la determinación y construcción de relaciones sociales humanas, por lo cual son también planteadas como elementos que guían, motivan, conforman determinadas conductas e interacciones humanas que pueden producir efectos pro sociales, muy necesarios en el contexto actual. Se presentan en este texto tres aspectos relevantes del tema: **a)** el estudio del papel que juegan las emociones en la determinación de la dimensión social humana, **b)** la identificación de emociones específicas que puedan llevar a conductas con efectos pro sociales claros; **c)** y una propuesta inicial de modalidades específicas para desarrollar diseño desde la perspectiva emocional con acento social, con el fin de guiar interacciones y comportamientos en beneficio de la sociedad, sobre todo frente a problemáticas sociales como la fragmentación y desintegración social, un problema social importante presente a nivel global .

Palabras clave: diseño, emociones, social.

Abstract

*The emotional design has pursued to the present mainly economic, productive and commercial objectives. This paper presents the most relevant aspects of the study and application of the topic to the social perspective of design, since it has great potential. This is based on the consideration that emotional design bases its project development on the consideration of human emotions, which, beyond being a human construct of every individual, have a central role in the determination and construction of human social relationships. For which reason they are also proposed as elements that guide, motivate, shape, determined human behaviors and interactions that offer the possibility of producing prosocial effects, so necessary in the current context. Three relevant aspects of the subject are presented in this text: **a)** the study of the role that emotions play in determining the human social dimension, **b)** the identification of specific emotions that may lead to behaviors with clear pro-social effects; **c)** and an initial proposal of specific modalities to develop design from the emotional perspective with a social accent, in order to lead to interactions and behaviors for the benefit of society, especially in the face of social problems such as fragmentation and social disintegration, which is an important problem of social environment present at a global level.*

Key words: design, emotions, social.

Introducción

Este texto presenta los aspectos más relevantes del proyecto de investigación, cuyo objetivo es plantear el aprovechamiento del diseño emocional en favor de la mejora del contexto social actual.

Con base en dicho objetivo, se presentan tres aspectos relevantes: **a)** el estudio del papel que juegan las emociones en la determinación de la dimensión social humana, **b)** la identificación de emociones específicas que puedan conducir a conductas con efectos pro sociales claros, **c)** la exploración dirigida a proponer de manera inicial modalidades para desarrollar diseño desde la perspectiva emocional con acento social, con el fin de conducir a interacciones y comportamientos en beneficio de la sociedad a través del diseño.

Puede decirse que la perspectiva emocional del diseño inicia formalmente en 1999, con la conformación de la International Design and Emotion Society en la Universidad de Delft, con sede en los países Bajos⁷, y posteriormente, en 2004, se hace ampliamente conocido con el planteamiento y concepción del término por el psicólogo cognitivo Donald Norman, a través de su libro *Emotional Design* (Norman, 2004). En América Latina, el tema es también de gran interés y los académicos que trabajamos en él conformamos, desde 2014, una red dedicada especialmente al estudio del tema, denominada Red Académica de Diseño y Emociones (RADE).⁸

Al reconocer que el éxito de un objeto en el mercado puede ser determinado en gran medida por su apariencia y por el placer y la satisfacción que produce en el usuario, el ámbito emocional humano ha llegado a ser un tema relevante y de gran interés, en general, en la proyección de productos industriales (Helander, 2006); Donald Norman ha subrayado este hecho al señalar que las emociones tienen el poder de cambiar nuestra percepción, como resultado de la interacción y relación afectiva con los objetos con los que convivimos en nuestro entorno (Norman, 2004).

La identificación y explicación del proceso mediante el cual los objetos generan emociones (ya que el diseño emocional tiene su origen en el ámbito del diseño de productos), fue explicado por Desmet, quien desde la disciplina del diseño industrial y con base en la tradición de las tres teorías cognitivas de la emoción, concibe un modelo básico para explicar la generación de emociones a través de los productos (Desmet, 2002).

Es así que, a partir de la gran utilidad del diseño emocional para conducir al éxito a un objeto en el mercado hasta el día de hoy, éste ha perseguido principalmente objetivos económicos, productivos y mercantiles, de manera que son muy numerosos los productos y servicios que, a través de la evocación de emociones por medio de su diseño o bien de la publicidad, asocia al producto con emociones específicas y de esta manera se induce a su compra.

La aplicación del enfoque emocional en algún proyecto del área del diseño con una perspectiva social es escasa y, sin embargo, tiene un importante potencial ya que, hasta hoy, es un tema que no ha sido abordado ampliamente.

⁷ <http://www.designandemotion.org/>

⁸ Con sede en la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM), unidad Cuajimalpa en la Ciudad de México. La RADE, está integrada por investigadores de América Latina que se encuentran trabajando en el tema diseño y emociones en diversas regiones del mundo, como lo son México, España, Estados Unidos, Chile, Finlandia, Nueva Zelanda y Japón. Primer libro colectivo publicado: Ortiz Nicolás Juan Carlos (compilador), *Diseño y Afectividad*, Cidi UNAM, México 2017. <https://racademicade.wordpress.com/>

Haciendo referencia a los antecedentes del diseño y a la perspectiva social, el papel que juega o podría jugar el diseño en la sociedad es un tema que no es nuevo en el área, ya que ha sido discutido en diversidad de trabajos desde distintas perspectivas; como lo es por ejemplo, la responsabilidad social de los diseñadores desde un punto de vista histórico y ético (Papanek, 1984; Madge, 1993; Margolin, 2007; Woodham, 1997); o el daño potencial del diseño en términos del perjuicio que provoca conducir a los usuarios a un consumo constante y, por extensión, a una enorme generación de desechos (Whiteley, 1993; McDonough, 2002; Chapman, 2005).

Muy recientemente han surgido nuevas reflexiones en las que es posible observar un interés y preocupación por abordar y atender problemáticas sociales que afectan profundamente el bienestar de las personas. Trabajos como el de Garduño (2018), Margolin (2017), Manzini (2014), iniciativas como el Laboratorio para la Ciudad⁹; la del departamento de arquitectura y diseño del Museum of Modern Art (MoMA) en Nueva York¹⁰, así como reflexiones y propuestas desde el ámbito de la enseñanza del diseño, como el trabajo de Ramírez (2011) y el de Ortiz (2014), son muestra clara de esta actual preocupación, si bien, como es sabido, en la disciplina del diseño y afines ya ha existido desde el siglo XIX una clara preocupación y desarrollo de contribuciones con enfoque social, a partir de movimientos artísticos de distintas agrupaciones¹¹.

Considerando los trabajos citados, un aspecto que necesita discutirse más ampliamente, e inclusive extender la perspectiva de estudio, es, por un lado, la cuestión de hasta qué punto el uso, más que la producción y eliminación de productos del diseño de todo tipo (objetos, servicios, espacios, etc.), ha llevado a implicaciones sociales no deseadas; y por otro, es sobre todo necesario reflexionar sobre la potencialidad que ofrece el diseño para, mediante su uso e interacción, guiar a las personas a tener prácticas y conductas pro sociales que conduzcan de manera relevante a mejorar el contexto social actual.

⁹ Laboratorio para la Ciudad de México. Se trata de un área experimental y creativa del gobierno de la Ciudad de México; integrada en el año 2013, incluye de manera importante a profesionales del diseño para su labor; se trata de un área experimental y creativa que hasta el día de hoy se ha enfocado en dos grandes ramas: la innovación cívica y la creatividad urbana. Busca ser un vínculo eficiente entre la sociedad civil y el gobierno local. <https://www.alcaldesdemexico.com/notas-principales/laboratorio-para-la-ciudad-innovacion-civica-y-creatividad-urbana/>

¹⁰ Proyecto denominado "design and violence", experimento curatorial online que habla del "lado oscuro" que tiene el diseño; dirigido a la disminución de la violencia, desarrollado a través de una mirada crítica; convocado en el año 2017 por Paola Antonelli, curadora en jefe del departamento de Arquitectura y Diseño del Museum of Modern Art (MoMA) en Nueva York. <https://www.moma.org/interactives/exhibitions/2013/designandviolence/about/>

¹¹ Durante el siglo XIX es de relevancia mencionar principalmente a Pugin, Morris, y Ruskin.

Existen pocos trabajos con esta perspectiva, es decir, fomentar un cambio de comportamiento a través del diseño, podemos mencionar por su relevancia el de Tromp (2013), ya que señala que la perspectiva humana desde la que se han desarrollado los productos industriales hasta hoy, ha llevado a la satisfacción efectiva de las necesidades individuales de los usuarios, pero ha ignorado o inclusive ha ido en detrimento del bien colectivo o de grupo. La influencia que sin lugar a dudas tiene el diseño en el comportamiento humano, conlleva importantes implicaciones sociales, dicha influencia, considera Tromp (2013), está a menudo oculta y es involuntaria por parte de los diseñadores, por lo cual se convierte en un importante objeto de estudio.

A partir de lo apenas expuesto, el presente trabajo busca reflexionar y contribuir al respecto, ya que es evidente que en la actualidad vivimos frente a numerosas e importantes problemáticas sociales, como lo son la desintegración y discriminación social, entre muchas otras; éstas se subrayan aquí porque en el contexto mexicano están desgraciadamente muy presentes hoy en día, e inclusive se han acentuado respecto a décadas pasadas.

El diseño, cuyo quehacer se basa en un saber multidisciplinario en constante evolución, tiene mucho que decir, que hacer y aportar para contribuir a la mejora de dicho contexto social, en especial desde perspectivas del diseño como la emocional, de nacimiento reciente, centrada en la proyección del diseño con base en las emociones humanas, misma que tienen un papel central en la determinación y construcción de relaciones sociales humanas, siendo planteados como elementos que guían, motivan, conforman determinadas conductas e interacciones humanas que brindan la posibilidad de producir efectos pro sociales, tan necesarios en el contexto actual.

La dimensión emocional y el ámbito social

Se ha señalado ampliamente en anteriores trabajos (Bedolla, 2018; 2014; 2013), la gran importancia de las emociones para conducir a la mejora de la calidad y fomento del aprendizaje, cuidar e incrementar la salud de las personas, así como para contribuir a la sustentabilidad fortaleciendo los lazos afectivos con los objetos a través del diseño. A continuación, el presente texto señalará el estudio acerca de la

potencialidad de las emociones como constructos humanos, que analizados desde una perspectiva social, a diferencia de la individual como se ha hecho mayormente hasta ahora, tiene un papel central en la determinación y construcción de relaciones sociales humanas.

Desde la psicología, el concepto tradicional de emoción se asume como una reacción esencialmente interna y personal de todo individuo, como consecuencia se ha supuesto que se pueden analizar mejor las emociones desde una perspectiva psicológica o una cognitiva individual (Parkinson 1996).

Sin embargo, Parkinson (1996) propone otra perspectiva que conduce a considerarlas, más que como constructos individuales, como fenómenos sociales; la Psicología Social provee importantes bases teóricas para entender otros aspectos muy relevantes de la emoción; de modo que el autor no niega que los procesos cognitivos y fisiológicos contribuyan también al fenómeno emocional; el tema implica más bien, dice, la prioridad conceptual que se otorga a cada uno de los factores que intervienen en el proceso emocional humano. De este modo, los principios organizativos de la emotividad dependen en última instancia de aspectos sociales.

Parkinson identifica tres modalidades de interacción social que, de acuerdo con él, claramente originan emociones en los individuos:

- a) Relaciones sociales: es decir, emociones que son resultado de relaciones sociales reales, anticipadas, imaginadas y recordadas.
- b) Influencia interpersonal: es decir, reciprocidad y contagio emocional, muchas veces inconsciente y no verbal, entre individuos de un determinado grupo social.
- c) Valores culturales: se refiere al establecimiento social de la emoción con base en los objetivos implícitos y explícitos que conlleva la cultura del contexto en el que se desenvuelve el individuo.

David Le Bretón (2013), por otro lado, desde el ámbito de la Antropología, señala que las emociones son relaciones, una construcción social y cultural; explica que una emoción, es a la vez interpretación, expresión, significación, relación y regulación de un intercambio; son expresiones colectivas del individuo y del grupo simultáneamente y representan signos de un lenguaje colectivo; un sistema abierto de significados, valores, ritualidades y vocabulario.

Desde el ámbito de la Sociología, Hochschild (1975), uno de los tres pioneros de la denominada sociología de las emociones, incorpora a las emociones como una vía de acceso clave para el conocimiento de cualquier fenómeno o situación social.

Identificación de emociones específicas que puedan conducir a conductas con efectos pro sociales claros

A partir de la pregunta ¿cuáles son las emociones que podrían ser útiles para alcanzar fines pro sociales?, se llevó a cabo el estudio de las clasificaciones de las emociones sociales; con base en ello podemos decir, de acuerdo con Shlomo (2008), que existen diversas clasificaciones hechas al respecto: aquella que señala que las emociones sociales no son innatas y que son aquellas originadas por algún tipo de evento social (Oatley, 1987); otra clasificación señala que son sencillamente aquellas más frecuentemente comunicadas a otras personas (Fridlund, 1991); una tercera clasificación menciona que son aquellas que caracterizan procesos sociales que generalmente están conformados por emociones (Frijda, 1986).

Las clasificaciones anteriores señalan que son diversas las emociones específicas señaladas como “*sociales*”; las mencionadas más frecuentemente son: culpa, envidia, vergüenza, gratitud, admiración, orgullo, celos, simpatía, ofuscación y enamoramiento. Y serán entonces, aquellas que tienen sentido en relación con los demás y que surgen en un contexto social determinado. Partiendo de ello, Shlomo, Anat y Parkinson (2008) amplían la caracterización de emociones sociales y proponen como fundamento para identificarlas a la naturaleza de la evaluación o valoración que les dio origen, la cual puede ser una situación social directa o indirecta y no necesariamente involucrar o hacer referencia directa a otra persona.

A partir de dicha idea, hemos identificado ejemplos significativos de emociones experimentadas socialmente, que independientemente de lo directo o indirecto de la situación social que las originó, presentan claros efectos en beneficio de la colectividad.

Se citarán aquí por cuestiones de espacio, muy sintéticamente, sólo dos ejemplos de los estudiados con dicho fin, uno de ellos fue el que denominamos “*ira social*”, movimiento llamado De los indignados que se desarrolló en Madrid España en

mayo del 2011; otro ejemplo es el denominado “*Empatía y solidaridad*” del grupo de mujeres voluntarias autodenominadas “*Las Patronas*”, de la comunidad ubicada en Amatlán de los Reyes, Veracruz México, que ayudan a los migrantes en su paso por su comunidad sobre el tren: “*La bestia*”¹².

Después del análisis de estos y otros diversos ejemplos, de manera incipiente (ya que por su complejidad es un tema que necesariamente requiere de exploraciones y estudios más amplios), fue posible señalar los siguientes efectos pro sociales a partir de las emociones identificadas:

Un efecto de cohesión, cooperación, participación y reunión relacionados principalmente a emociones positivas, y un efecto de concientización, preocupación e interés por el prójimo relacionados principalmente con emociones negativas.

A partir de ello se señalaron cuatro grupos de emociones sociales con base en su efecto en pro del ámbito social:

1. Efecto adhesivo social: empatía, solidaridad, alegría, ira.
2. Efecto adhesivo social con base en su gran carga cultural: patriotismo, religiosidad.
3. Efecto preocupación e interés por el prójimo: tristeza, compasión, ira.
4. Efecto concientización: vergüenza, culpa, miedo.

Estudios para la propuesta de modalidades para el desarrollo de diseño desde la perspectiva emocional con acento social

Una vez identificada la naturaleza y relevancia de las emociones a nivel social, y al mismo tiempo reconocidas las emociones con claros efectos pro sociales, el trabajo prosiguió hacia la búsqueda por concebir de manera inicial modalidades específicas, a partir de las cuales desarrollar proyectos de diseño en sus diferentes dimensiones (comunicativa bidimensional física o digital, objeto, espacio), desde la perspectiva emocional con acento social.

Como una manera de comenzar, se llevó a cabo la búsqueda de casos o ejemplos de elementos de diseño, de cualquier modalidad, en fuentes bibliográficas y, al mismo tiempo, en la identificación y análisis de ejemplos aplicativos de diseño en diferentes soportes y modalidades en el contexto real.

¹² Para una amplia referencia de estos y otros ejemplos al respecto consultar: Bedolla Pereda Deyanira (2019), “Emociones para un diseño en favor del contexto social”, Revista Academia XXII, publicada por la facultad de arquitectura de la UNAM, Núm. 19, junio 2019 (En proceso de edición).

El objetivo de ello fue identificar y analizar ejemplos de elementos de diseño que conduzcan llevar a cabo comportamientos positivos a nivel de interacción social o bien a acciones pro sociales como cooperar, compartir y colaborar, que pudieran brindar la oportunidad de tener efectos positivos en relación a la convivencia e integración social en procesos sociales, educativos y comunicativos.

El análisis de los ejemplos¹³ se realizó a través de la identificación de tres aspectos en cada uno de ellos: efecto social, emoción o expresión afectiva involucrada, medios o elementos utilizados.

De este modo, se proponen de manera inicial tres modalidades para involucrar emociones pro sociales en el diseño: modalidad cognitiva, modalidad interactiva y modalidad sensorial, las cuales se describen a continuación.

Modalidad cognitiva

Se propone la modalidad cognitiva, con base en ejemplos, como el diseño de servicios o productos que se presentaron, de alguna manera, como hilo conductor el basarse en ideas explícitas textuales que hacen una clara referencia a emociones o situaciones que las involucran claramente, y de esta manera influyen visiblemente en el comportamiento de las personas.

La influencia de las ideas emotivas explícitas se explica a través de su relación con el ámbito de la economía conductual y psicología cognitiva, dichas disciplinas se refieren al estudio de cómo los factores psicológicos, sociales o cognitivos afectan las decisiones de los individuos. La toma de decisiones de las personas es influida por determinados factores, que se pueden usar para influir en el comportamiento de los usuarios. Entre dichos factores se encuentran, de manera relevante, las ideas explícitas emotivas que pueden ser capaces de inducir, conducir y fomentar, la empatía, la solidaridad, y la reflexión hacia la situación y/o necesidad del prójimo (Forrester 2017).

Ejemplos de algunos elementos de diseño analizados que llevaron a la identificación de esta modalidad son:

- Objeto cuya función es hacer un audio-grabación de vivencias personales que buscan generar empatía en el prójimo.

¹³ Para una amplia referencia de estos y otros ejemplos al respecto consultar: Bedolla Pereda Deyanira (2019). "Emociones para un diseño en favor del contexto social", Revista Academia XXII, publicada por la facultad de arquitectura de la UNAM, Núm. 19, junio 2019 (En proceso de edición).

- Ideas textuales de un juego de mesa dirigido a fomentar el respeto, la diversidad, y la tolerancia.
- Del ámbito de la mercadotecnia: los eslóganes de empresas que ofrecen determinado servicio, frases que caracterizan una campaña publicitaria.
- Herramientas digitales que pueden provocar empatía al ayudar a los usuarios a ver las perspectivas y los procesos de pensamiento de otras personas, revelados a través del diseño de sistemas como Twitter, Facebook y otros, que permiten ver en cualquier momento los problemas y preocupaciones de millones de personas.
- Otros modos de influir mediante la cognición en el ámbito emocional son las emociones cultivadas mediante la educación, aplicando prácticas y estrategias de culturas colectivas que refuerzan e inhiben maneras de sentir; como la cultura japonesa: el Amae es la manera en que un japonés concibe su identidad como parte de un espectro colectivo mucho más grande y profundo.

Modalidad Interactiva

Se propone la modalidad interactiva con base en ejemplos cuyo patrón, o elemento en común, es definir un modo de uso o interacción que conduzca a un comportamiento que presente algún aspecto positivo de interacción social o colectiva en beneficio de la comunidad.

El estudio de dichos ejemplos mostró que es evidente que el comportamiento de los usuarios puede ser regulado externamente, primeramente, como consecuencia lógica de constreñir el funcionamiento de un objeto a un modo de uso específico; y en segundo lugar, como guía e influencia externamente motivada por el elemento de diseño.

Ejemplos de elementos de diseño analizados que llevaron a la identificación de esta modalidad son:

- Objeto cuya modalidad de trabajo es colectiva, por lo cual induce a compartir, colaborar y considerar al prójimo. Organiza y conduce al trabajo colectivo, en equipo, en un ambiente educativo o laboral (mesa colaborativa).

-Objetos que desarrollan su función a través de interacciones “lúdicas”, derivadas de juegos y mecanismos básicos de psicología social, desde el establecimiento de objetivos a través de desafíos y objetivos, hasta el condicionamiento operante mediante refuerzos y recompensas impredecibles, que logran invitar a las personas a usarlo y mediante ello generan un beneficio social o incluso ambiental.

La interacción lúdica está relacionada directamente con la alegría, la diversión, el humor y el placer; la alegría es claramente una emoción denominada por Ekman (1972), pionero dentro de la psicología en el estudio de las emociones, como una emoción básica.

-Uso de medios existentes, como las redes sociales abiertas, para conducir, interactuar y aprender compartiendo información en lugar de acumularla.

-Otro modo de influir emocionalmente, es la modalidad de enseñanza “*aprendizaje-servicio*”, enfoque cuyo alcance de objetivos educativos se lleva a cabo mediante actividades de voluntariado: los estudiantes abordan necesidades genuinas de la comunidad; es una modalidad adaptable a diferentes niveles de edad, necesidades de la comunidad y objetivos curriculares.

Modalidad Sensorial (lenguaje plástico)

Se identificó la modalidad sensorial con base en ejemplos cuyo elemento en común fue el aprovechamiento de la expresividad emocional de los distintos elementos visuales, táctiles, auditivos y olfativos que pueden integrar el lenguaje plástico de algún elemento del diseño.

Ello se explica porque los sistemas sensoriales humanos definen procesos que determinan amplia y profundamente las emociones humanas; dicha afirmación se basa en un trabajo anterior (Bedolla 2002), cuyo estudio se desarrolló a partir de disciplinas como la Medicina, y la Estética experimental, principalmente.

La intervención de los sentidos en la dimensión emocional humana se explica porque la sensación-percepción es el nivel primario de la recepción de información del entorno, pero existe un nivel paralelo en el que encontramos a la emoción, que

ocurrirá una vez que la visión, el oído, tacto, gusto y olfato nos hayan informado de los colores, sonidos, sensaciones táctiles, perfumes, etc., por lo cual, tanto la sensación como la percepción, han actuado como un primer filtro en el desencadenamiento emocional.

Ejemplos de elementos de diseño analizados que llevaron a la identificación de esta modalidad son:

- Uso del color, imágenes, formas, sonido, música, aromas u otros estímulos sensoriales que logran establecer un estado emocional particular para la interacción de un usuario con un sistema, espacio u objeto.
- Sistema que refleja o imita al estado de ánimo de un usuario mediante la voz, para aumentar el compromiso que el usuario siente ante una acción o servicio (chatbots o programas informáticos con los que es posible mantener una conversación, para pedir algún tipo de información o para llevar a cabo una acción).
- Usar efectos sensoriales ambientales (sonido, luz, olfato, etc.) para animar a los usuarios a interactuar o comportarse de una manera específica.
- Objetos caracterizados como un personaje significativo para atraer las emociones de las personas, o hacer que se conecten emocionalmente con su comportamiento.
- Lenguaje plástico sensorial de las pantallas de distintos dispositivos capaces de provocar sensaciones y emociones a nivel consciente e inconsciente. Más de dos sentidos favorecen mayor retención de información.

Comentarios finales

La dimensión emocional humana es compleja y representa el fundamento de la perspectiva emocional del diseño, la cual ha sido aún poco explorada desde la perspectiva social; es necesario seguir profundizando en ello desde el diseño emocional ya que, aunque ya ha sido abordada en distintos modos por el diseño, hasta la actualidad se había hecho de manera implícita y limitada.

Este texto ha presentado los aspectos más relevantes de una exploración inicial. Las propuestas presentadas como modalidades para el desarrollo de diseño con el fin de modificar comportamientos en beneficio de la sociedad desde la perspectiva emocional del diseño, no son exhaustivas ni definitivas, sino que son un modo de comenzar a identificar diversas maneras de desarrollar proyectos de diseño desde la perspectiva emocional en pro de la sociedad.

Bibliografía

Bedolla Pereda Deyanira (2002), *“Diseño sensorial: Las nuevas pautas para la innovación especialización y personalización del producto”*, tesis de doctorado, Escuela Superior de Ingenieros Industriales de Barcelona (ETSEIB), Universidad Politécnica de Cataluña (UPC).

Bedolla Pereda Deyanira & Caballero Quiroz Aarón (2013), *“Mapas emocionales para una sustentabilidad del diseño”*, en *Geo significación del diseño, una aproximación sistémica a la estructura de la complejidad del diseño*, ed. Francisco Gutiérrez Ruiz & Jorge Rodríguez Martínez, 65-90, UAM Azcapotzalco, México. **Bedolla Pereda** Deyanira (2014), *“Aportaciones del Diseño Emocional a la responsabilidad social”*, trabajo presentado en el Coloquio Internacional de Diseño, Toluca México, 1 - 3 de octubre.

Bedolla Pereda Deyanira (2018), *Emociones y Diseño, sensaciones, percepciones y deseos*, editorial Designio, libros de diseño, México.

Bedolla Pereda Deyanira (2019), *Emociones para un diseño en favor del contexto social*, Revista Academia XXII, publicada por la facultad de arquitectura UNAM, Núm. 19, Junio (en proceso de edición).

Chapman Jonathan (2005), *Emotionally durable design, objects, experiences and empathy*, Earthscan London.

Garduño García Claudia (2018), *El diseño como libertad en práctica*, Aalto Arts books, Helsinki.

Desmet Paul (2002), *“Designing Emotions”*, tesis de doctorado, Faculty of Industrial Design Engineering, Delft University of Technology, Países Bajos.

Ekman Paul (1972), *Friesen Wallace, Ellsworth Phoebe, Emotion in the Human Face*, New York: Pergamon Press.

Forrester Ian (2017), *The power of emotional advertising*, <http://blog.affectiva.com/the-power-of-emotional-advertising>.

Fridlund Alan (1991), *The sociality of solitary smiles: effects of an implicit audience*, *Journal of personality and social psychology*, 60, 229 -240

Frijda Nico (1986), *The emotions*, Cambridge University press, Cambridge.

Helander Martin, Khalid Halimahtun, (2006), *Affective and pleasurable design*. In: *Handbook on Human Factors and Ergonomics*, edited by Salvendy, G., Wiley, New York.

Hochschild Rusell Arlie (1975), "The sociology of feeling and emotion: selected possibilities", en *Another voice: feminist perspectives on social life and social science*, Marcia Millman, Rosabeth Kanter, (Nueva York: Anchor Books, 1975), cap.10 p. 280 – 307.

Le Breton David (2012), Por una antropología de las emociones, *Revista latinoamericana de estudios sobre cuerpos, Emociones y Sociedad*, núm. 10, año 4. diciembre 2012- marzo 2013, 69 – 79.

McDonough William, & Michael Braungart (2002), *Cradle to Cradle: Remaking The Way We Make Things*, North Point Press, New York.

Madge Pauline (1993), "Design, Ecology, Technology: A Historiographical Review", *Journal of Design History*, 6(3), 149-166.

Manzini Ezio (2014), "Making things happen: Social innovation and design", *Design Issues*, 30 (1) (2014), 57-66.

Margolin Víctor (2007), "Design, the future and the human spirit", *Design Issues*, 23 (3), 4 – 15.

Margolin Víctor (2017), *Construir un mundo mejor, diseño y responsabilidad social*, Designio, México.

Norman Donald (2004), *Emotional design, why we love or hate everyday things*, Basic Books, New York.

Oatley Keith, & P.M. Johnson Laird (1987), Towards a cognitive theory of emotions, *Cognition and Emotion* 1, 29 – 50.

Ortiz Nicolás Juan Carlos (2014), "Innovación social y diseño, una propuesta metodológica", (trabajo presentado en el 2º Coloquio Internacional, Las facetas de la evaluación, Ciudad de México: Universidad Autónoma Metropolitana, Nov 12.

Papanek Victor (1984), *Design for the Real World: Human Ecology and Social Change*, Academy Chicago Publishers Chicago.

Parkinson Brian (1996), "Emotions are social", *British Journal of Psychology*, 87, 663-683

Ramírez Mariano (2011), "Designing with a social conscience: An emerging area in industrial design education and practice", (trabajo presentado en la International Conference on Engineering Design, ICED11, 15-18 de agosto, Technical University of Denmark; documento on line.

Shlomo Hareli, Rafaeli Anat and Brian Parkinson (2008), "Emotions as Social Entities: Interpersonal Functions and Effects of Emotion in Organizations", en *Research Companion to Emotion in Organizations*, Neal Ashkanasy and Cary Coope, United

Kingdom, Edward Elgar Publishing Ltd, Cheltenham, p 349- 359

Tromp Nynke (2013), "Social Design: How products and services can help us act in ways that benefit society", (Tesis de doctorado, Delft University of Technology.

Whiteley Nigel (1993), Design For Society, Reaktion Books, London.

Woodham Jonathan M., (1997), Twentieth-Century Design, Oxford University Press, Oxford New York.

Capítulo 4. Enfoques sociales para el ejercicio del diseño

Social approaches to design exercise

María Gabriela Villar García

Resumen

La praxis del diseño en la actualidad no puede estar desvinculada de la serie de fenómenos sociales, culturales y políticos que suceden en las distintas sociedades, en este tenor surge la necesidad de repensar el quehacer del diseño social como una práctica dirigida por un compromiso socialmente responsable, que requiere reconocer una serie de circunstancias, marcos referenciales e incluso legales, deben ser considerados para proponer un ejercicio responsable y capaz de transformar realidades.

El horizonte de acción del diseño social es amplio, si se reconocen los marcos que se presentan en este texto, en donde el diseñador se enfrenta al reto de generar condiciones de vida más igualitarias, equitativas, justas. El objetivo del presente, es plantear una serie de variables que se conjugan para pensar en la praxis del diseño, desde el adjetivo social, como una posibilidad de hacer diseño desde la diversidad cultural para el desarrollo social. Se retoma, de manera particular, el enfoque de derechos humanos como indispensable para repensar el ejercicio del diseño para grupos minoritarios y vulnerables, se expone de manera general al desarrollo social inclusivo y a la diversidad cultural como marcos para establecer, desde las academias, una agenda de investigación del diseño desde la diversidad cultural para el desarrollo social.

Palabras clave: diseño social, enfoque de derechos humanos, diversidad cultural para el desarrollo social.

Abstract

The praxis of design nowadays cannot be disconnected from the series of social, cultural and political phenomena. In this tenor arises the need to rethink the task of social design as a practice driven by a socially responsible commitment that requires recognizing a series of circumstances and referential and even legal frameworks that must be considered today to propose a responsible exercise and capable of transforming realities.

The action horizon of social design is broad, from the frameworks presented in this text, we face as designers the challenge of generating more equal, equitable, and just living conditions. The purpose of the text presented is to propose a series of variables that combine to think about the praxis of design from the social adjective as a possibility to design from cultural diversity for social development. In particular, the human rights approach is taken as essential to rethink the design exercise for minority and vulnerable groups, it is generally exposed to inclusive social development and cultural diversity as frameworks to establish a design research agenda from the academies from cultural diversity to social development.

Key words: *social design, approach to human rights, cultural diversity for social development.*

Introducción

El diseño como disciplina social

Repensar al diseño como disciplina al servicio de la sociedad de hoy en día, se ha convertido, desde la academia y grupos de investigación, en una necesidad derivada de la búsqueda que implica redefinir los retos que enfrenta la disciplina en un mundo cambiante y que requiere de una visión holística que incorpore un ejercicio objetivo y comprometido con la sociedad a la que se dirige. Si se presta atención a la historia del diseño, y en específico a la del Diseño Gráfico, ésta nos coloca en una tesitura de denuncia social. Así nace el Diseño Gráfico:

El diseño aparece como un cuestionamiento no solo de las ideologías que acompañaba las prácticas de la cultura, sino de las técnicas y de los procesos por los cuales la cultura era producida. Por lo tanto es justo pensar al diseño, en su primera etapa, como un proyecto revolucionario [...] Que venía a poner en crisis un sistema de símbolos caducos, que no daba lenguaje y expresión propia a la revolución industrial (Chaves, 2002: 14).

¿Acaso estaremos observando circunstancias similares en la actualidad? Es evidente que se requiere dar lenguaje y expresión a toda una serie de circunstancias sociales actuales que han sido poco abordadas desde el diseño, ese diseño que no tiene como fin último el comercio y que se tiñe del adjetivo social como posibilidad para actuar en favor de grupos desprotegidos, vulnerables o con requerimientos específicos, haciendo alusión al diseño que nace en palabras de Chaves (2012), cargado de una voluntad de transformación social. Ese diseño que se antoja noble, sensible, capaz de transformar contextos cercanos; un diseño que ofrece soluciones, que en su actuar o aplicación es clave para que sucedan cambios —de pensamiento, en el contexto, en las formas de actuar—. Se trata del diseño que ofrece soluciones para el bien común, ponderando o priorizando a aquellos grupos desprotegidos o vulnerados por circunstancias distintas. Un diseño que se mira desde los ojos de la justicia social, pero que se fundamenta en el derecho, sí, a la satisfacción de necesidades, pero a partir del reconocimiento a los derechos humanos como intrínsecos al mismo ser humano.

Lo anterior me hace pensar en una serie de ámbitos que la disciplina del diseño requiere reconocer para abordarlos desde su ejercicio. Algunos son: la diversidad cultural, los grupos vulnerables, protección de la infancia, fomento de la igualdad, equidad, entre otras. Todas las anteriores, desde un enfoque de derechos humanos, por lo que de inicio se realiza un breve acercamiento al enfoque mencionado con la intención de reconocer que es desde esta perspectiva que el diseño debe acercarse a temáticas vinculadas, o que reconocen, a la diversidad y los temas mencionados por derecho.

Desarrollo

El enfoque de derechos humanos en el ejercicio del diseño

Repensar las formas de hacer diseño implica reflexionar el cómo, a manera cuestionamiento. Por muchos años se ha identificado al diseño, y en específico al diseño social, como un vehículo de bienestar. En la actualidad se reconocen otros factores que se integran al ejercicio con grupos, como lo es el enfoque de Derechos Humanos.

La Unesco, en su exposición sobre Inclusión Social y Derechos Humanos, menciona que *“Los países de América Latina y el Caribe están experimentando diversos procesos de transformación social. Si bien durante los últimos años se han venido consolidando las democracias y ha disminuido la pobreza, esta sigue siendo una región con marcadas desigualdades, con exclusiones, y sufriendo graves violaciones de derechos humanos”* (Unesco, s.f: 1), por lo que se pretende contribuir a que existan sociedades más inclusivas y sostenibles, promoviendo la solidaridad, el respeto y eliminando todas las formas de discriminación bajo un enfoque de derechos humanos y equidad de género; en este sentido, en el año 2008, la misma institución hace una invitación a renovar el compromiso por la *“dignidad y justicia para todas las personas”*, manifestando que sólo una cultura de los derechos puede garantizar una plena cultura de paz, haciendo una invitación a valorar la diversidad.

“Es a partir del respeto y promoción de los derechos humanos y la valoración de la diversidad, que estaremos en mejores condiciones para lograr una cultura universal de los derechos humanos y alcanzar mayores y mejores niveles de desarrollo” (Unesco, 2008: s.p). Bajo esta premisa, el interés del diseño a favor de la diversidad cultural y para el desarrollo social tiene en claro, como lo menciona dicha declaración: *“la educación en y para los derechos humanos, encuentra en su preámbulo el primer fundamento ético como eje central de una cultura de los derechos”* (Unesco, 2008: s.p). Por lo anterior, la importancia de reconocer esta declaración a partir del ejercicio de la disciplina del diseño, la cual pretende el desarrollo social desde la perspectiva de la Unesco, misma que se particularizará más adelante. Desde lo particular, la Declaración Universal de los Derechos Humanos (DUDH) está vigente desde 1948 y, en lo general, apela a un plan de acción global para la igualdad, libertad y

dignidad a partir de 30 derechos y libertades. Su pertinencia en el ámbito radica en reconocer un ejercicio profesional sin distinción de ninguna clase, como la raza, el color o sexo, la orientación sexual o identidad de género, el idioma, la religión, entre otros. Un ejercicio profesional bajo esta perspectiva, sugiere una misión y una visión y, por lo tanto, una agenda por definir desde la disciplina, un eje para su actuar a favor de todos y todas, desde el planteamiento del Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA).

El enfoque basado en los derechos humanos se centra en los grupos de población que son objeto de una mayor marginación, exclusión y discriminación. Este enfoque a menudo requiere un análisis de las normas de género, de las diferentes formas de discriminación y de los desequilibrios de poder a fin de garantizar que las intervenciones lleguen a los segmentos más marginados de la población (UNFPA, s.f. 1).

De acuerdo con esta institución, el enfoque basado en los derechos humanos debe centrarse en grupos y sectores de la población que son objeto de mayor marginación, exclusión y discriminación. En este sentido, se plantea un enfoque que requiere un análisis de las normas de género, de las diferentes formas de discriminación y de los desequilibrios, para poder garantizar que las intervenciones lleguen a los segmentos más marginados de la población.

La UNFPA comparte, junto con todos los sectores, los elementos de buenas prácticas propios del enfoque basado en los derechos humanos:

Los programas ven en el pleno ejercicio de los derechos humanos el fin último del desarrollo.
Las personas son consideradas agentes principales de su propio desarrollo, en lugar de receptores pasivos de productos y servicios.
La participación es a la vez un medio y un objetivo.
Las estrategias proporcionan empoderamiento, en lugar de negarlo.
Tanto los resultados como los procesos son supervisados y evaluados.
Los programas se centran en grupos de la población marginados y excluidos.
El proceso de desarrollo es de titularidad local.
Los programas tienen como objetivo reducir las desigualdades y empoderar a quienes se han quedado atrás.
El análisis de situación se utiliza para identificar las causas inmediatas, subyacentes y fundamentales de los problemas de desarrollo.
El análisis incluye a todos los grupos de interés, entre ellos, las capacidades del Estado como principal garante de derechos y el papel de otros agentes no estatales

Las normas de los derechos humanos dirigen la formulación de objetivos, metas e indicadores medibles en la programación.

Los sistemas nacionales de rendición de cuentas deben ser reforzados con el objetivo de garantizar una revisión independiente del desempeño del gobierno así como el acceso a vías de recurso para los sujetos agraviados.

Se promueve el desarrollo y el mantenimiento de alianzas estratégicas" (UNFPA, s. f.: 1).

Concluyendo sobre el enfoque de derechos humanos, hay que decir que:

Respetar un derecho significa abstenerse de interferir en el disfrute de ese derecho. Proteger un derecho significa evitar que otras partes interfieran en el disfrute de ese derecho. Hacer cumplir un derecho significa adoptar medidas activas para poner en práctica leyes, políticas y procedimientos, incluida la asignación de recursos, que permitan a las personas disfrutar de sus derechos (UNESCO, 2016: s. p.).

La disciplina del diseño debe, de acuerdo a lo anterior, generar medidas y procedimientos que permitan plantear soluciones en conjunto con los grupos para generar desarrollo social. Se reconoce el ejercicio desde la interacción social.

Desarrollo Social – Desarrollo Social Inclusivo

El factor y concepto de desarrollo social retoma importancia para valorar el diseño social. Desde la perspectiva abordada en proyectos o experiencias de investigación, la búsqueda de un concepto acorde con los planteamientos es constante. En ese sentido, se expone la definición elaborada por Uribe (2004), quien define el desarrollo como:

Un desplazamiento ascendente de una sociedad a lo largo de un continuum en cuyos extremos estarían, por un lado, las sociedades más avanzadas y, por el otro, las más atrasadas. Por avance o atraso se entiende un conjunto de bienes y prácticas que tienen que ver con la tecnología, la productividad, la afluencia y la mayor distancia respecto a la mera supervivencia (Uribe, 2004: 13).

Así mismo, define el Desarrollo Social como:

el resultado de la mejora de los índices colectivos de bienestar como esperanza de vida, mortalidad infantil, ingreso disponible, ingesta calórica o acceso a servicios sociales; es decir, todo lo que significa que los grupos humanos vivan más, tengan mayor goce de bienes de consumo y sufran menos las penalidades impuestas por los embates de la naturaleza, la enfermedad y los riesgos a los cuales estamos expuestos (Uribe, 2004: 13).

Cabe mencionar que la definición sobre desarrollo social requiere ser permeada, aun con el enfoque de derechos humanos, como posibilidad para romper con el esquema de violación de estos en grupos vulnerables.

Las definiciones expuestas por Uribe (2004) van de acuerdo con los planteamientos de diversas instituciones que ponderan la variable económica como principal factor del o para el desarrollo. En la búsqueda de definiciones acordes con el espíritu del diseño para el desarrollo social y para la diversidad cultural, se observa que la Unesco ofrece una distinción a considerar para los proyectos sociales, desde el reconocimiento de la diversidad y por tanto la inclusión, lo llama Desarrollo Social Inclusivo.

Desde la perspectiva de la Unesco en su Informe de seguimiento de la educación en el mundo, existe una particularidad en el desarrollo social que es denominada Desarrollo Social Inclusivo, éste:

Exige atajar las arraigadas marginación y discriminación en contra de las mujeres, las personas con discapacidad, las poblaciones indígenas, las minorías étnicas y lingüísticas, las poblaciones refugiadas y desplazadas, entre otros grupos vulnerables. Para cambiar normas discriminatorias y empoderar a las mujeres y los hombres, se pueden mejorar la educación y los conocimientos que transmite a fin de influir en los valores y las actitudes (Unesco, 2016: s. p.).

Así mismo, está encaminada a la eliminación de la pobreza, la reducción de las desigualdades, la creación de empleo, la promoción de las cooperativas, la familia, el rol de la sociedad civil, la tercera edad y el envejecimiento de la sociedad, la juventud, la discapacidad y los pueblos indígenas. También reconoce una serie de acuerdos que guían el quehacer para el desarrollo social inclusivo.

Son muchos los acuerdos internacionales que guían el trabajo de las Naciones Unidas en relación con el desarrollo social, como son, sin limitarse a ello, la Declaración de Copenhague sobre Desarrollo Social y el Programa de acción del Cumbre Mundial sobre Desarrollo Social, la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, el Programa de Acción Mundial para los Jóvenes, el Documento final de la Reunión de Alto Nivel sobre la Discapacidad y el Desarrollo, el Plan de Acción Internacional de Madrid sobre el Envejecimiento y los objetivos del Año Internacional de la familia, el Año Internacional de las Cooperativas y el Tercer Decenio de las Naciones Unidas para la Erradicación de la Pobreza (UNESCO, s. f.: s. p.).

Todas las anteriores muestran un abanico de posibilidades para establecer marcos referenciales en el ejercicio del diseño desde el enfoque del desarrollo social inclusivo, entendido como acciones que posibiliten o disminuyan las desigualdades sociales, reconociendo también la diversidad cultural.

Diversidad cultural

La diversidad cultural está reconocida como un principio que legitima y da valor a las diferencias culturales, su concepto está relacionado con cuestiones de identidad, identidad cultural, interculturalidad y multiculturalidad, todas vinculadas con el término cultura, que desde la postura de Villar (2015), debe entenderse como una dimensión de la vida social, que se define a partir de sus referencias a los procesos simbólicos de la sociedad. Se asume a la cultura como una dimensión analítica de la vida social, regida por una lógica de signos y símbolos que se reconocen en las creencias, valores y prácticas culturales:

La cultura es una organización social de significados, que son interiorizados por los sujetos en forma de representaciones compartidas colectivamente siendo objetivadas en textos o narrativas que corresponden a un contexto histórico específico y socialmente estructurado (Villar, 2015: 23).

Desde la Unesco (2001), se reafirma que la cultura debe ser considerada como el conjunto de rasgos distintivos que caracterizan a una sociedad o a un grupo social y que abarca las artes, las letras, los modos de vida, las maneras de vivir juntos, sistemas de valores, creencias y costumbres.

A partir las orientaciones principales de un plan de acción para la aplicación de la Declaración Universal de la Unesco sobre la Diversidad Cultural, que pueden ser revisadas en Unesco (2001), desde las disciplinas del diseño se podrían establecer proyectos para: acciones a favor de la salvaguarda del patrimonio cultural, reforzar o coadyuvar en la cohesión social, incentivar el desarrollo social inclusivo, promoción o difusión de los derechos humanos de las minorías, entre ellos los derechos culturales, promover diversas formas de expresión mediante la palabra y la imagen, promover políticas culturales e institucionales, incentivar la participación de la sociedad civil para promover la diversidad cultural y el desarrollo humano sostenible, todas a partir del enfoque de la innovación social como posibilidad.

Reflexiones finales

Queda expuesto el quehacer del diseño a partir de la configuración de una agenda de investigación para el diseño desde la diversidad cultural para el desarrollo social. Después de abordar conceptos, definiciones y ámbitos pendientes en el diseño y específicamente en el diseño social, resulta necesario plantear una serie de estrategias que coadyuven a implementar proyectos dirigidos a grupos sociales vulnerables. Podríamos preguntarnos: ¿cómo un diseñador puede contribuir al bienestar humano desde el enfoque de los derechos humanos?, Margolin (2012) escribe:

Una agenda de investigación amplia para el diseño social debe comenzar por abordar una serie de cuestiones ¿Qué papel puede desempeñar un diseñador en un proceso colaborativo de intervención social? ¿Qué se está haciendo actualmente en este sentido y qué debe hacerse? ¿Cómo se puede cambiar la percepción pública de los diseñadores con el fin de presentar una imagen de un diseñador socialmente responsable? ¿Cómo pueden las organizaciones que financian investigaciones y proyectos de bienestar social tener una percepción más fuerte del diseño como una actividad socialmente responsable? ¿Qué tipos de productos satisfacen las necesidades de las poblaciones vulnerables? (Margolin Sylvia & Víctor, 2012: 69).

La serie de cuestionamientos expuestos en este texto evidencian la necesidad de trazar, desde grupos de investigación, estrategias que encaminen la labor del diseño social, que promuevan un modelo social de la práctica del diseño que considere todas las particularidades explícitas y no sólo las que en este texto que se presenta. Se hace una invitación a establecer una agenda de investigación para el diseño social, desde el enfoque de los derechos humanos, que considere las causas con las que nació la disciplina y que retome un papel activo para considerar su actuar desde la diversidad cultural y para el desarrollo social.

Fuentes de consulta:

Chaves, N. (2001). El oficio de diseñar. Propuesta a la conciencia crítica de los que comienzan. Barcelona: Gustavo Gilli.

Margolin Sylvia & Victor. (2012). Un “*modelo social*” de diseño: cuestiones de práctica e investigación. KEPES, 8, 61-72. Disponible en: http://vip.ucaldas.edu.co/kepes/downloads/Revista8_4.pdf

UNESCO. (s.f). Inclusión Social y Derechos. Mayo 9, 2019, de UNESCO Sitio web: <http://www.unesco.org/new/es/office-in-montevideo/social-and-human-sciences/social-inclusion-and-human-rights/>

UNESCO. (2008, Diciembre 10). Declaración Universal de Derechos Humanos. UNESCO, 1, 70. 2019, mayo 13, De <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000179018> Base de datos.

UNESCO. (2016). Informe de Seguimiento de la Educación en el Mundo. Mayo 3, 2109, de UNESCO Sitio web: <https://gem-report-2016.unesco.org/es/chapter/las-gentes-el-desarrollo-social-inclusivo/>

UNESCO (s.f.). Desarrollo Social. Mayo 1, 2019, de UNESCO Sitio web: <https://www.un.org/development/desa/es/key-issues/social.html>

UNFPA. (s.f). El enfoque basado en los derechos humanos. Mayo 1, 2019, de UNESCO Sitio web: <https://www.unfpa.org/es/el-enfoque-basado-en-los-derechos-humanos>

UNESCO (2005). “*Diversidad cultural. Materiales para la formación docente y el trabajo de aula*”. Santiago, Chile. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000151226>

UNESCO (2002). “Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural. Una visión, una plataforma conceptual, un semillero de ideas, un paradigma nuevo. Paris, Francia. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000127162_spa

UNESCO. (2001). Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural. Mayo 5, 2019, de UNESCO Sitio web: http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=13179&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

Uribe, C. (2004). Desarrollo social y bienestar. Universitas Humanística, 58, 11-25. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=79105802>

Villar, M. (2015). Tesis Doctoral: La construcción social de la identidad colectiva mexicana representada a través del texto publicitario. Estudio de caso: La familia de clase media en el México de los años 50’s a 60’s. Toluca, México: UAEMéx.

Capítulo 5. La investigación y la educación del Diseño Industrial para el desarrollo social desde la diversidad cultural

Industrial Design research and education for social development from cultural diversity

María del Pilar Alejandra Mora Cantellano

Resumen

El Diseño Industrial, como disciplina, se ha fundamentado en diversas teorías y enfoques, los cuales han posibilitado establecer diversos programas educativos, así como llevar a cabo proyectos de investigación con el propósito de impactar favorablemente el desarrollo de grupos sociales. Para promover un enfoque de desarrollo social, con una visión desde la diversidad, se considera establecer las siguientes preguntas: ¿qué está entendiendo el diseño como desarrollo social? y ¿que se define como diversidad cultural y su impacto en el diseño? En este trabajo se describen algunas relaciones entre procesos educativos y productos de investigación, con la diversidad y el desarrollo social desde postulados de la Unesco. Asimismo, se describe al Diseño como una herramienta social, desde la diversidad cultural, para el desarrollo social y se relaciona con el quehacer del Cuerpo Académico de Diseño y Desarrollo Social. Por último, a modo de reflexión, se destaca la importancia de la teorización para llevar a cabo propuestas educativas y de investigación en esta disciplina, que conduzcan a realizar acciones efectivas para el progreso y bienestar social.

Palabras clave: Diseño, diversidad cultural, desarrollo social.

Abstract

Industrial design as a discipline has been based on various theories and approaches, which have enabled the establishment of various educational programs, as well as carrying out research projects, with the aim of positively impacting the development of social groups. To promote a social development approach, with a vision from diversity, it is considered to establish the following questions: What is design understanding as social development? and what is defined as cultural diversity and its impact on design? This work describes some relationships between educational processes and research products, with diversity and social development from UNESCO's postulates. Design is also described as a social tool from cultural diversity, for social development, and relates to the work of the Academic Body of Design and Social Development. Finally, by way of reflection, the importance of theorization in carrying out educational and research proposals in this discipline, which lead to effective actions for progress and social welfare, is emphasized.

Key words: *Design, cultural diversity, social development.*

Introducción

Dentro de la investigación y la educación en el diseño, el enfoque social, particularmente, la visión que incorpora a la diversidad, ha de ser reflexionado y orientado hacia el diseño de productos para la resolución de necesidades sociales. Este proceso es ya dirigido al bienestar de los grupos sociales, sobre todo de los menos favorecidos o vulnerables.

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 (Margoli & Margolín, 2012 citado en Saavedra, 2017).

Es importante reconocer que, la mayoría de los discursos al respecto, provienen de otras realidades sociales, aunque sí se cuenta con reflexiones, como la de Tomas Maldonado, que desde 1945, menciona una postura del diseño hacia lo social en los países latinoamericanos. De igual modo, las propuestas sustentables de Papanek (1985), en los setentas y los aspectos relacionados con la responsabilidad social que describe Bonsiepe en 1975, son pioneros en este escenario; pero aún se requiere de una mayor profundización en los aspectos teóricos para el desarrollo de una vertiente que fundamente estos estudios, además de que sea un enfoque teórico influyente en los actuales procesos educativos y de investigación del diseño para el desarrollo social, que posibilite un acercamiento a las instituciones de educación superior para la formación de los profesionales y para el desarrollo de proyectos de investigación (Saavedra, 2017).

Para llevar a cabo una aproximación teórica que posibilite establecer postulados educativos y de investigación desde esta visión, se hace necesario establecer los nexos con los conceptos de la diversidad cultural, entendida ésta como una fuente de diferencias entre los seres humanos, ya que, es a través de ella, que los actores sociales construimos nuestra identidad. La educación, desde este enfoque, debe desarrollar capacidades respetando las características biológicas, sociales, culturales y de identidad personal y colectiva para poder realizar acciones efectivas en las sociedades locales y globales.

De acuerdo con la Declaración Universal del 2001 (Unesco, 2008), el proceso de enseñanza-aprendizaje debe considerar la cultura de procedencia, la identidad, la condición social, el género y las competencias de los individuos para llevar a cabo una construcción de conocimientos, habilidades y valores, convirtiéndose en el punto de partida del proceso educativo.

La importancia de los conceptos sobre diversidad cultural y su impacto en el desarrollo de los pueblos se pone de manifiesto en la convención sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales, celebrada en París en el 2005 (Unesco, 2005).

Desde estos aspectos, tanto los programas educativos como los proyectos de investigación en el diseño que tienen como propósito promover este tipo de

desarrollo, deberán acercarse con un enfoque para el bienestar social, para el respeto y la admiración a las diferencias y a la identidad de cada grupo social. Para este propósito, se describen conceptos y enfoques para propiciar una reflexión que, en futuros proyectos, posibilite establecer aproximaciones teóricas y metodológicas que respalden esta orientación social del diseño.

Procesos educativos y de investigación para la diversidad cultural

El sistema moderno de la educación en México, incluidos los programas educativos del diseño, ha pretendido la formación de una identidad nacional, aunque en algunos casos, en correspondencia con ideales de otros países. Ambas posiciones han funcionado en menoscabo de las identidades de los pueblos originarios. La visión de la diversidad cultural impone un reto a la educación para desarrollar una toma de conciencia de igualdad del valor de las culturas y de las ventajas de las diferencias, entendiendo que la interculturalidad es un proceso de enriquecimiento, *“El contacto cultural no debería entenderse como una contaminación, amenaza, deterioro o invasión sino como enriquecimiento u oportunidad. Ello implica no quedarse en la polaridad de aprendizaje de lo propio y de lo ajeno sino propiciar una reflexión sobre los espacios intermedios de negociación y encuentro (muchas veces conflictivos)”* (Unesco, 2008, p. 13).

De acuerdo con Schmelkes (2013), la pluriculturalidad se define como un antecedente para reconocer la diversidad como una aspiración de igualdad. Esta autora identifica algunos fundamentos filosóficos y los presenta como necesarios para el logro de este reconocimiento, pues permiten reflexionar acerca de la existencia de las asimetrías educativas, situación que conlleva a perseguir el orgullo por cada identidad, así como el reconocimiento de la otredad y la igualdad cultural, reconociendo los aportes de cada grupo al contexto nacional e internacional.

Las universidades son instituciones que posibilitan desde su quehacer en la docencia y la investigación, el propiciar una cultura para la democracia que se preocupe por elaborar propuestas de desarrollo o de progreso que contribuyan a la integración social entendiendo que no sólo importa el currículo y los contenidos formales, sino las prácticas y los procesos de investigación que promuevan los valores y la cultura de los individuos (Mora-Cantellano, Maldonado, Villar, 2018).

Asimismo, define que la pluriculturalidad, al convertirse en una consideración nacional, se establece como una cualidad para un país, ya que, más allá de reconocer que no es una debilidad, se puede considerar una fortaleza identitaria, basándose en las siguientes condiciones:

La globalidad, a través de los actuales medios de comunicación, nos pone en contacto con diferentes culturas, situación que durante la cotidianidad nos permite sensibilizarnos aun en forma inconsciente de la existencia de múltiples culturas y posibilita relativizar la propia, propiciando un reconocimiento de la diversidad. Sin embargo, también debe reconocerse que ha existido una tendencia unificadora que aún intenta imponer un sólo modo de producción, de consumo y de forma de vida y, aunque se presenta como una reacción de defensa ante lo propio, pone de manifiesto la diversidad.

La globalización ha incrementado también las posibilidades migratorias y el reconocimiento de la diversidad en los espacios cotidianos de todas las comunidades y sus relaciones con el contexto, como un asunto cultural que tiene importantes repercusiones en el desarrollo y supervivencia de los seres humanos y de todos los organismos que comparten un medio ambiente. Entendiendo que la diversidad está en todos los aspectos, convirtiéndose en una situación multifactorial y compleja.

Otro de los factores que la diversidad ha considerado importante, es la relación de otredad, cuya postura dominante durante la modernidad, definió la existencia de las culturas superiores que debían borrar las diferencias para establecer relaciones de igualdad. En contraposición, el actual planteamiento promueve que el contacto con el otro enriquece a todos los actores (Schmelkes, 2013).

En el ámbito de la educación hay mucho por hacer en nuestro país, inclusive desde el reconocimiento de la postura que los mexicanos mostramos de no reconocernos como racistas, pero que también hemos sido educados en un sistema que no valora a los pueblos indígenas, considerándolos atrasados. Situación descrita desde la postura de la superioridad de algunas culturas sobre otras.

Una paradoja al respecto, es el orgullo que se manifiesta por la riqueza cultural prehispánica, que puede enemistarnos por la recuperación de un patrimonio mexicano ubicado en otras latitudes, esto en contraposición al desprecio cotidiano hacia los pobladores de comunidades étnicas.¹⁴

Así, para reconocer las posibilidades de esta diversidad cultural, de acuerdo con Zavala, se *"hace referencia a un ideal, a un deber ser o un proyecto utópico que busca mejorar las relaciones asimétricas entre las culturas para generar intercambios más dialógicos"* (2005, citado en la Unesco, 2008, p.22).

Para introducir una visión de la diversidad cultural en las instituciones educativas, se deben establecer planes y programas de estudio, así como líneas de investigación que promuevan la convivencia, la democracia y el aprecio por la diferencia cultural. En este sentido, se refiere una propuesta de la Unesco (2008), para enfrentar a la diversidad cultural con el desarrollo de proyectos educativos y de investigación, a partir de tres vectores: la convivencia, la pertinencia y la inclusión.

La pertinencia analiza la relevancia cultural y la significación de los contenidos educativos, ya que éstos deben considerar las experiencias, los saberes previos y, desde luego, la identidad y los valores de los actores. Para que el aprendizaje sea significativo, la estructura cognitiva debe poder relacionarse con el constructo del estudiantado. Así, debe presentarse como valioso, tanto para el individuo como para su entorno familiar; siendo coherente con su concepción del mundo ya que la construcción sólo es posible desde los conocimientos previos y competencias adquiridas, sin estos convertirse en barreras para el diálogo y el encuentro con el otro. "Los sistemas educativos, si quieren ser verdaderamente equitativos, requieren aprendizajes expansivos que, les aseguren a las personas poder desempeñarse en sociedad de un modo diferente a como lo habrían hecho sólo con la cultura de que disponen" (Sepulveda, 2001, citado en la Unesco, 2008, p.20).

En el segundo aspecto, para el logro de la convivencia, se deben estructurar contenidos educativos, a través de la valoración de cada cultura e identidad para que, los individuos aprecien todas las culturas en equidad y diferencias. Esto conduce a la toma de conciencia de las singularidades y de la existencia del patrimonio compartido como seres humanos, afirmado el derecho a la diferencia y con una apertura a los elementos universales (Unesco, 2008).

¹⁴ Siendo que México, de acuerdo con el INEGI, 2011, citado por Schmelkes (2013) es el país latinoamericano con mayor cantidad de habitantes de origen étnico "6.9 millones de mexicanos de tres años y más hablan una lengua indígena que significa 6.6. % de la población nacional. Sin embargo, 15.7 millones (14.86%) se consideran indígenas... también sea el país más diverso de América... reporta la existencia de 68 grupos etnolingüísticos" (Schmelkes, 2013, pág. 2).

Tanto en los procesos educativos como en los de investigación, es determinante el diálogo con las diferentes culturas. Ya que las vivencias de la diversidad permiten apreciar las diferencias y analizar la propia identidad, y la percepción del otro sobre esas diferencias, así como establecer el respeto a los derechos humanos y a los distintos puntos de vista e interpretaciones de las necesidades para el desarrollo, a través de una crítica constructiva.

La inclusión, como el tercer vector o aspecto, es entendida como una función que permite el análisis crítico para optimizar los procesos de participación de todos, para minimizar las desigualdades, sobre todo en el caso de las poblaciones vulnerables como las minorías migrantes, las que contemplan capacidades diferentes, los grupos indígenas, el sector de las mujeres y los niños (Unesco, 2008).

Este enfoque, para abordar la diversidad cultural en la educación y la investigación, tiene una explicación desde la filosofía de la educación pluricultural, la cual destaca el reconocimiento que las naciones elaboran como pluriculturales, como una presunción de presentarse como diversos culturalmente y en donde esta diversidad proporciona una ventaja identitaria como país.

El desarrollo social desde la diversidad cultural

La diversidad cultural, de acuerdo con la Declaración Universal de la Unesco (2005), se describe como una característica o condición esencial de la humanidad y debe ser considerada como un valor y, como tal, existe la obligación de preservarla para el beneficio mundial. Del mismo modo, se define que ésta crea un mundo rico y variado que potencializa las posibilidades, las capacidades y los valores de los sujetos, para emplearlos como impulso para el desarrollo de las comunidades, los pueblos y las naciones. Lo anterior, desde un enfoque que permite marcos de democracia, respeto y justicia social, como un factor indispensable para la paz y la seguridad, así como el logro de los derechos humanos.

Asimismo, este planteamiento destaca la relevancia que la cultura representa como un elemento estratégico en las políticas nacionales e internacionales para el logro del desarrollo social y la erradicación de la pobreza, en concordancia con la Declaración del Milenio (Unesco, 2000).

Dado que la diversidad cultural se presenta a través de distintas manifestaciones, corresponde con las identidades de los muchos pueblos y naciones del mundo. Es importante considerar, además de su heterogeneidad, la necesidad de la preservación y de reconocimiento como un recurso material e inmaterial que debe ser resguardado, sobre todo en el caso de presentar riesgo de extinción. Así, los conocimientos tradicionales de los pueblos originarios deben ser reconocidos desde sus estructuras sustentables, además de las posibilidades que despliegan para la cohesión social y el progreso de grupos vulnerables, como los étnicos, especialmente el sector femenino.

Asimismo, se destaca que la cultura es viva y se debe respetar el derecho de los pueblos a manifestarse, en libertad de crear, difundir y distribuir sus expresiones culturales tradicionales, sobre todo de los mencionados pueblos originarios para emplearlas en pro de su desarrollo. También, el compartir ideas, valores y tradiciones con otros pueblos y naciones, ya que la comunicación promueve el desarrollo de estas expresiones y permite la interacción y los intercambios, reiterando que estos intercambios e interacciones alimentan y fortalecen la creatividad cultural de todos los involucrados, posibilitando la innovación para el desarrollo de las sociedades (Unesco, 2005).

Al respecto, la Unesco (2005) reitera el derecho de la propiedad intelectual para proteger los resultados de los anteriores procesos creativos y de innovación, ya que se destaca que las creaciones culturales, además de contener valor económico, son portadoras de identidades, valores y significados, siendo más que sólo mercancías. En este tenor, se destaca que los procesos de globalización, si bien posibilitan a través de las tecnologías de la comunicación esta interacción cultural, también representan retos para la diversidad, por los riesgos de desequilibrio entre los países ricos y pobres; aunque puede favorecer a los procesos de transculturación.

Entre los propósitos de la Convención sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales de la Unesco (2005), se planteó el dirigir acciones y políticas para la promoción y protección de la diversidad cultural, afirmando que la misma se refiere a la multiplicidad de formas en que se expresan las culturas de los grupos y sociedades. Estas expresiones se transmiten dentro y entre los grupos y las sociedades y se manifiestan no sólo en las diversas formas en que se expresa, enriquece y transmite el patrimonio cultural de la humanidad,

mediante la variedad de expresiones culturales, sino también a través de distintos modos de creación artística, producción, difusión, distribución y disfrute de las expresiones culturales, cualesquiera que sean los medios y tecnologías utilizados.

Asimismo, describe que el contenido cultural de los grupos tiene un sentido simbólico, además de una dimensión artística y de valor cultural que emana de las identidades sociales. También define que las expresiones culturales son resultado de la creatividad de los actores individuales y colectivos y que poseen un contenido cultural.

En relación con las actividades, identifica que éstas comunican cultura, independientemente de su calidad o finalidad, así como de su valor comercial, además de contribuir a la producción de bienes o servicios culturales.

También describe a las industrias culturales, que son aquellas que producen y distribuyen bienes o servicios culturales, así como las políticas y medidas culturales son referidas como aquellas relativas a la cultura, ya sean éstas locales, nacionales, regionales o internacionales, que están centradas en la cultura como tal o cuya finalidad es ejercer un efecto directo en las expresiones culturales de las personas. Para el proceso de protección de estas acciones, productos e industrias se identifica la necesidad de la adopción de medidas encaminadas a *“la preservación, salvaguarda y enriquecimiento de la diversidad de las expresiones culturales”* (Unesco, 2005, p. 1).

El desarrollo social a partir de la diversidad cultural, es planteado desde el reconocimiento de estos objetos y servicios de cultura como elementos disparadores del desarrollo. Desarrollo social, considerado desde los factores endógenos de los grupos sociales y la retroalimentación a través de la diversidad cultural o interculturalidad. Esta vía es planteada como una interacción imparcial de diversas culturas y como una posibilidad de generar expresiones culturales compartidas o adquiridas por medio del diálogo y de una actitud de respeto mutuo.

El diseño como una herramienta social desde la diversidad cultural

De acuerdo con Subirats y Badosa (2008) lo social, visto desde el diseño, debe relacionarse con aspectos éticos, ya que se dirige a los problemas relacionados con la equidad y el respeto a los derechos humanos, y no sólo en términos de cantidad de consumidores y la resolución de ciertas necesidades a través de productos diseñísticos. Según Chaves, lo social es *“la dimensión de una actividad cuya finalidad es garantizar la equidad por encima de los intereses individuales y disociantes, la ausencia de lucro privado o su recanalización hacia fines solidarios “Social” sería pues, en esta acepción, sinónimo de solidario”* (2001; citado en Subirats & Badosa, 2008, p 38).

La capacidad de innovar en el ámbito social está estrechamente vinculado al conocimiento y a la capacidad de dar respuesta a las necesidades sociales y ciudadanas, a imaginar y plantear soluciones como un atributo personal o de un grupo de personas basado en aptitudes y valores culturales e interpersonales (Parada Camargo, et al., 2017, p. 578).

Si bien las propuestas de diseño tienen que ser viables económicamente hablando, el diseñador debe manifestar una posición de responsabilidad para integrar todas las dimensiones humanas en los proyectos realizados, ya que estos pueden tener impactos imprevisibles en la sociedad. De acuerdo a lo planteado por Papanek en la década de los setentas del siglo pasado, la responsabilidad del diseñador debe considerar los aspectos éticos y morales emplear un buen juicio social para considerar si lo solicitado estará a favor de un desarrollo social o no (Saavedra, 2017).

En el marco internacional, esta visión del diseño social ha crecido a partir de la mitad del siglo pasado, incorporando a profesionales del diseño, a educadores y a investigadores, ampliando su campo de aplicación desde la visión de diseñadores destacados, quienes han argumentado las repercusiones de este diseño social en la ética de la disciplina. Este diseño social ha manifestado importantes repercusiones en la esfera social, cultural y ambiental. Como el caso de Papanek (1985), que promueve el desarrollo de la cultura y la calidad de vida por encima del desarrollo económico o el de Ken Garland, (2010) un diseñador gráfico también reconocido en el campo de la educación, ha llamado la atención sobre la responsabilidad social de esta disciplina, así como del cambio para el trabajo colaborativo con los grupos sociales y el impacto que llevan consigo los productos dentro de las sociedades,

propugnando por una toma de conciencia hacia la responsabilidad compartida con los productores, usuarios y grupos sociales (referidos por Teerapong, 2016).

Un enfoque que actualmente abarca algunas de las consideraciones descritas, es el diseño para la innovación social, que de acuerdo con Manzini (2014), puede describirse como una opción del diseño participativo y de iniciativas innovadoras, con una mayor duración o permanencia en los contextos sociales abordados por el diseño. Este enfoque implica un proceso de diseño consensuado y complejo, en el que las actividades creativas adquieren un carácter proactivo ya que el diseñador se convierte en un facilitador de las iniciativas de otros actores sociales. Llevando a cabo un proceso que destaca en las fases creativas y de innovación que corresponden al quehacer diseñístico. Este quehacer implica el desarrollo de proyectos, la conceptualización, las propuestas de producción, elaboración de modelos y prototipos, convirtiendo al diseñador, además de proyectista, en una fuente de impulso para el desarrollo social, situación que se suscita en su posición de experto, en cuanto a conocer el cómo se innova, promoviendo que las cosas sucedan y que las ideas se materialicen (Manzini, 2014).

De acuerdo con lo anterior, el diseño con un enfoque de innovación social puede convertirse en una herramienta para introducirse exitosamente en la sociedad, llevando a cabo proyectos de mayor pertinencia que promuevan la convivencia y la inclusión. Este enfoque presenta como característica, ir más allá de supuestos de desarrollo económico; supuestos que tradicionalmente han considerado que la innovación sólo se establece por la inserción de un nuevo bien para la generación de plusvalía, dejando fuera la participación social.

Esta participación, desde el modelo de desarrollo de tetrahélice, define que la cuarta hélice es justamente la sociedad, además de los otros factores, que son la industria, la academia y las instituciones (Mora-Cantellano, 2017). Así, la sociedad es indispensable para que se produzca un proceso innovador que propicie un desarrollo social desde adentro y que genere un bienestar o progreso social. Este enfoque del diseño para el desarrollo social, posibilita que las innovaciones generadas por un grupo social se elaboren con acciones derivadas del empleo de sus recursos culturales, con una visión endógena. Proceso que, desde el diseño, debe emplearse como un proyecto basado en los factores del grupo social, *“asentado en recursos inamovibles de la comunidad, como el patrimonio cultural, las tradiciones, la cultura y los saberes locales, considerar a la red de actores”* (Mora-Cantellano, 2017, p. 12).

Resultados y Conclusiones

Desde el Cuerpo Académico de Diseño y Desarrollo Social de la Facultad de Arquitectura y Diseño de la Universidad Autónoma del Estado de México, se ha planteado una línea de generación y aplicación del conocimiento (LGAC) con el propósito de *“Generar conocimiento a partir de los enfoques teórico-conceptuales y las herramientas metodológicas de la disciplina del diseño, desde la diversidad cultural para dar respuesta a necesidades sociales, incidiendo en el desarrollo social a través de la cultura material”* (Facultad de Arquitectura y Diseño UAEM, 2019).

Basado en la definición descrita de conceptos y enfoques teóricos, se han desarrollado algunas reflexiones para la LGAC, así como aportaciones metodológicas para promover, desde la investigación y los procesos educativos del diseño, la incorporación de los enfoques de la diversidad cultural y su importancia para el desarrollo social.

Cabe destacar, que una de las aportaciones metodológicas es una propuesta de diseño desde los factores endógenos de los grupos sociales, definida como Endodiseño, que posibilitará estructurar proyectos educativos y de investigación,

una propuesta del diseño para coadyuvar al desarrollo innovador desde los factores endógenos, está basada en el empleo de los recursos arraigados de la comunidad, como el patrimonio cultural, las tradiciones, la cultura y los saberes locales, que plantea que la innovación en el diseño puede describirse de acuerdo a la forma en que se inserta en la cultura y en la forma en que se apropian los valores simbólicos que conforman el producto diseñado y que se diferencia de acuerdo a los niveles de uso de los valores o recursos endógenos de un territorio o de una región (Mora & Villar, 2018, p.6).

Lo anterior, puede retroalimentarse desde los tres vectores que elabora la Unesco, para apoyar proyectos de interculturalidad que permitan, más allá de sólo la investigación participativa o del enfoque sustentable, incidir en el desarrollo social. Asimismo, se ha desarrollado una propuesta metodológica para la innovación social que se describe en tres fases: la de análisis y creatividad cultural, la de interacción social multidisciplinaria y de apropiación, y la de interpretación para la concreción y la configuración; que han permitido, en una investigación de campo con la comunidad de artesanos en San Antonio la Isla, llevar a cabo un análisis desde las dos primeras fases, quedando aún pendiente establecer resultados desde la concreción y configuración del diseño.



Fuente: Mora, Villar, Maldonado, p. 14.

Para el Plan de estudios de la Licenciatura en Diseño Industrial, se elaboró la Unidad de Aprendizaje de Proyectos de Diseño Industrial, que corresponde al octavo semestre de la licenciatura. Este programa se presenta con el siguiente propósito:

pretende abordar una problemática de un contexto sociocultural, desde los conceptos de la innovación social y su vinculación con la universidad. Desde el diseño industrial se propone el empleo de un enfoque que parta del análisis de los factores endógenos de los grupos, describiendo los elementos tangibles e intangibles de la comunidad para interactuar y proponer un proyecto de diseño innovador y sustentable que pueda dar soluciones a las problemáticas abordadas a través del desarrollo de productos, sistemas, servicios o estrategias que posibiliten una mejora del bienestar social de las comunidades proporcionando mayor valor social (UAEM, 2019).

Se ha puesto en marcha el semestre pasado, quedando por evaluar los resultados, aunque a priori y en opiniones de los estudiantes, abrió un nuevo paradigma en su trabajo de diseño.

Además, con el propósito de teorizar en la disciplina, se considera que está pendiente regresar a los orígenes y abordar los enfoques teóricos que dan lugar al diseño, desde las teorías del lenguaje, destacando a la semántica y los enfoques

interpretativos, así como las reflexiones desde la Teoría Crítica para discutir el actual enfoque del diseño para el desarrollo social, que tiene como base el respeto a los derechos humanos, a la equidad y, desde luego, al enfoque del desarrollo endógeno que parte del aprecio de la cultura, tradiciones y valores de cada pueblo, sin caer en la concepción de la supremacía de la cultura, respetando las diferencias y valorando cada una de las características singulares de la identidades, situaciones que se posibilitan describiendo al diseño como lenguaje que es interpretado en las acciones cotidianas de los grupos sociales.

Concluyendo que, desde un enfoque reflexivo del quehacer del diseñador y del impacto de sus realizaciones, la postura que adquiere el diseñador como promotor y facilitador de las experiencias y acciones participativas en los grupos sociales con los que interactúa, empleando a la innovación social como una vía para el desarrollo, es la de encontrar posibilidades para aprovechar la diversidad y los recursos culturales de los grupos sociales y así configurar propuestas para un desarrollo social reflexivo y pertinente.

Referencias bibliográficas.

Facultad de Arquitectura y Diseño UAEM, 2019. Cuerpo Académico de Diseño y Desarrollo Social. [En línea]

Available at: investigacion.faduaemex.org.mx/dideso/ [Último acceso: 6 mayo 2019].

Manzini, E., 2014. Making Things Happen: Social Innovation and Design. *Design/Issues* Massachusetts Institute of Technology, 30(1), pp. 57-66.

Mora-Cantellano, P., 2017. La educación del diseño para la innovación social. *PAG Revista iberoamericana de Producción Académica y Gestión Educativa*, 4(8), pp. 1-21.

Mora Cantellano, P., & Villar García, M. G. (2018). El endodiseño como una perspectiva para el desarrollo de comunidades. En *Reflexiones* (págs. 1-11). México: UAM.

Mora-Cantellano, P. Maldonado, A. Villar, G. V., 2018. Innovación social como una política cultural para el diseño y el desarrollo regional.

En: Puebla: AMECIDER_UNAM, pp. 1-21.

Papanek, V. 1985, *Design for the real world: human ecology and social change*, 2nd edn, Thames and Hudson, London.

Saavedra, E., 2017. Aproximaciones a los discursos en torno a la dimensión social del diseño. *Actas de diseño*, 1(25), pp. 191-197.

Schmelkes, S., 2013. Educación para un México intercultural. *Revista electrónica Sinéctica*, enero-junio, Issue 40, pp. 1-12.

Subirats, J. & Badosa, J., 2008. *Academia.edu ¿Que diseño para que sociedad?*. [En línea]

Available at: https://www.academia.edu/5126095/Qué_diseño_para_qué_sociedad_-_Notas_sobre_la_funcionalidad_social_del_diseño

[Último acceso: 6 mayo 2019].

Teerapong, K., 2016. Kon-har kom-pop. A research-trogh design to understand interpersonal relationships among the graphic designers undertaking social design projects. 1 ed. RMIT : RMIT University.

UNESCO, 2000. Cumbre del Milenio de las Naciones Unidas. [En línea]

Available at: <https://www.un.org/es/development/devagenda/millennium.shtml>

[Último acceso: mayo 2].

UNESCO, 2005. Convención sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales. París, s.n.

UNESCO, 2008. Innovemos. REd regional de Innovaciones Educativas para América Latina y el Caribe. 978-956-8302-96-2 ed. Santiago Chile: Oficina Regional de Educación de la UNESCO para América Latina y el Caribe.

Universidad Autónoma del estado de México, 2019. Programa de Estudios de Proyectos de Diseño Industrial. Toluca FAD. UAEM.

Capítulo 6. La educación inclusiva, el Diseño para todos, Diseño Universal para el aprendizaje y las TIC

Inclusive education, design for all, universal design for learning and ICT

María del Consuelo Espinosa Hernández

Resumen

La presente ponencia aborda la educación inclusiva, el Diseño para todos, el Diseño Universal para el aprendizaje y el uso de las TIC, desde la perspectiva de que todos los alumnos deben ser tratados de la misma manera, con derechos y obligaciones, desde su aprendizaje sin hacer algún tipo de discriminación. También se deben tomar en cuenta las políticas educativas que habrán de abordar los currículos de la planeación educativa, como lo es la inclusión, integración y accesibilidad universal para todo tipo de alumnos. La educación inclusiva deberá ser un proceso en el que se comprometan todos los elementos que conforman el sistema educativo: la metodología y práctica pedagógica que se pueda materializar a través de los recursos humanos y materiales, garantizando la igualdad de oportunidades. El Diseño para todos, como un elemento de construcción del conocimiento; el Diseño Universal, como parte de la inclusión de los alumnos a los espacios educativos; y el Diseño Universal para el aprendizaje, donde se incluyen a todos por igual, haciendo uso de las tecnologías de la información (TIC) como parte de las herramientas que les ayudan a tener una perspectiva clara del contexto en donde se desarrollan con un aprendizaje autónomo y sin ser excluidos. La sociedad aún no acepta este tipo de alumnos por ser diferentes o por no estar preparados para ello.

Palabras clave: educación inclusiva, Diseño para todos y TIC.

Abstract

This paper addresses inclusive education, design for all, universal design for learning and use of ICT, from the perspective that all students should be treated in the same way with rights and obligations from their learning, without making some kind of discrimination, we

must also take into account educational policies, they will have to address the curricula of educational planning, such as inclusion, integration and universal accessibility for all types of students. Inclusive education should be a process in which all the elements that build the educational system are committed, from the methodology to the pedagogical practice which can be materialized through human and material resources, guaranteeing equal opportunities. Design for all as an element of knowledge construction, Universal Design as part of the inclusion of students in educational spaces and Universal Design for learning where all are included equally, making use of the technologies of Information (ICT) as part of the tools that help them to have a clear perspective of their context in which they develop with autonomous learning and without being excluded, society still does not accept this type of students because they are different or because they are not prepared for it.

Key words: *inclusive education, Design for all and ICT.*

Introducción

El propósito de este documento es analizar cómo se aborda desde la educación inclusiva, el Diseño para todos, el Diseño Universal para el aprendizaje y el uso de las tecnologías de la información y comunicación (TIC), a partir de las políticas educativas que se integran en los currículos con alumnos que presenten algún tipo de discapacidad. Desde la diversidad, la inclusión, la integración, la accesibilidad universal, visto desde el diseño para todos, tomando en cuenta el enfoque del Diseño Universal desde su definición y el diseño universal para el aprendizaje, creando modelos educativos para la enseñanza-aprendizaje, así como los espacios, productos cotidianos y servicios que se integran en un contexto social, cultural, político, económico y productivo a todas las personas por ser únicas y especiales.

Así también el uso de las TIC en la educación que son indispensables y necesarias como herramientas en todas las actividades de la sociedad, pero la forma en la se utilizan en los procesos educativos, la inclusión del Diseño para todos en la educación, así como la aplicación y aprovechamiento desde el Diseño Universal para el aprendizaje, mismo que se compromete a la mejora de la calidad de la educación de los alumnos con distintos tipos de discapacidad a través del desarrollo de recursos educativos basados en tecnologías y estrategias innovadoras. El Diseño Universal orienta al marco educativo en el diseño e implementación de planes de

estudio que respondan a las necesidades de los alumnos, que les permita ampliar sus oportunidades de aprendizaje, especialmente en el caso de alumnos con algún tipo de discapacidad.

Por lo tanto, el Diseño para todos en la educación, va más allá de la integración y la inclusión de los alumnos con discapacidad como proceso permanente, ofrece educación de calidad para todos, respetando la diversidad y las distintas necesidades y aptitudes, así se eliminará la discriminación.

Desarrollo

Educación inclusiva

Al tomar en cuenta a la educación inclusiva como proceso para la enseñanza-aprendizaje, se parte de los elementos que conforman en sistema educativo, desde la metodología y práctica pedagógica. Debe de ser suficiente para que se materialice y garantice la efectiva igualdad de oportunidades para todos los alumnos.

Desde el punto de vista de Booth y Ainscow (2012), la:

“Educación inclusiva” es la integración del alumnado con necesidades educativas especiales, por ser menos restrictivo y evitar un etiquetado discriminatorio, explican que son dos conceptos distintos: “Integración” se refiere a incorporar a los alumnos al sistema educativo vigente sin tocar los fundamentos pedagógicos de este; “inclusión” se referiría a la acomodación del sistema educativo a la diversidad de necesidades de todos los alumnos, incluyendo a aquellos que estaban excluidos de la escuela ordinaria. (Booth, 2012, pág. 56).

Para entender la teoría de ambos autores es primordial tomar en cuenta que hay dos conceptos totalmente diferentes desde su postura teórica: por un lado, la integración de todos los alumnos sin excluir a nadie por presentar algún tipo de discapacidad y no alterar los planes de estudio, siguiendo con los métodos didácticos ya establecidos; por otro lado, la inclusión que va más allá de las necesidades de los propios alumnos. Echeita menciona que es contundente, debería de plantearse a la inclusión social como la diversidad de los alumnos, sea el tipo que sea (Echeita, 2011).

Munter Guasp (2013) menciona: *“La integración es para introducirnos en un modelo distinto, basada en la aceptación de la diversidad, en la adaptación del sistema para responder de manera adecuada a las necesidades de todos y cada uno de los alumnos”* (Muntaner, 2013).

Como agentes sociales inmersos en este proceso educativo, las políticas educativas que se establecen desde la Secretaría de Educación Pública (SEP) deberán tomar en cuenta a la educación inclusiva en los currículos de estudio de cualquier nivel para así incluir a todo tipo de alumno con cualquier discapacidad que pueda presentar.

Por lo tanto, el concepto Educación para todos, no lleva implícito el concepto de inclusión y de acuerdo a la Unesco:

Si bien la educación para todos y la educación inclusiva comparten objetivo de asegurar el acceso a la inclusión implica tener una educación de calidad, sin ningún tipo de discriminación, ya sea dentro del sistema escolar; lo cual exige una transformación profunda de los sistemas educativos (UNESCO, 2008, pág. 25).

Es importante resaltar que lo que facilita la educación para los estudiantes es el uso de las TIC, ya que les permite el acceso a los contenidos de forma flexible y versátil, posibilitando la interacción del alumno con los materiales didácticos y con el entorno, adaptándose a sus necesidades tanto de percepción y comprensión como en la forma en la que expresan sus conocimientos.

Para la Unesco, desde el contexto internacional, se define a la educación inclusiva como: *“Un proceso permanente, cuyo objetivo es ofrecer una educación de calidad para todos respetando la diversidad y las distintas necesidades y aptitudes, características y expectativas de aprendizaje de los educandos y de las comunidades, eliminando toda forma de discriminación”* (UNESCO, 2008, pág. 3).

Por lo tanto, si se integra a la educación y a la inclusión, no debería haber discriminación. Es así que el diseño para todos en la educación y el diseño universal de aprendizaje tendrán que hacer posible que todos los estudiantes dispongan de igualdad de oportunidades y que participen en los procesos educativos para tener accesibilidad a los entornos construidos, a los objetos cotidianos, los servicios y a la información para la adquisición de conocimientos, ajustándose a las distintas necesidades de todos los alumnos.

¿Qué es el “Diseño para todos” en la educación?

Es el diseño que tiene en cuenta a la diversidad humana, la inclusión social y a la igualdad. Este concepto holístico e innovador constituye un reto creativo y ético para todos los responsables de la planificación, el diseño, la gestión y la administración de los currículos, así como las políticas educativas. Es decir, que todas las personas dispongan de igualdad de oportunidades y de participación en cada aspecto de la sociedad (EIDD, 2004).

Los alumnos deben ser tomados en cuenta desde cualquier sector educativo con los planes de estudios vigentes para la integración de los mismos y no estar siempre en la exclusión por presentar algún tipo de discapacidad. Los profesores deben hacer conscientes a los alumnos de que todos somos iguales en cualquier circunstancia y no se debe rechazar a nadie porque cada uno es un ser especial y único.

El Diseño Universal

Se entiende como el diseño de productos, entornos, programas y servicios que pueden utilizar las personas, en mayor medida posible, sin necesidad de adaptación ni diseño especializado, no excluye a personas con discapacidad cuando se necesiten (ONU, 2006).

De igual manera, con la integración del Diseño para todos y el Diseño Universal, se genera el binomio de principios, para el desarrollo del currículo que da igualdad de oportunidades a todas las personas para aprender, creando objetivos de enseñanza, métodos, materiales y evaluaciones con enfoques flexibles que pueden ser personalizados para las necesidades individuales.

Diseño Universal para el aprendizaje

El Diseño Universal para el aprendizaje está relacionado de forma directa con los recursos del aprendizaje abierto, que tienen como objetivo, poder personalizar el recorrido educativo por medio de la creación y el desarrollo de un entorno de aprendizaje propio. Implica tener acceso a una accesibilidad universal a la educación, marcando el camino hacia una inclusión efectiva. Se trata de una visión humanista, recordando que todos somos diferentes y únicos (Cast, Universal Design for Learning Guidelines, 2011).

En este sentido, las TIC son una clave importante, ya que toman en cuenta el término de diversidad en el sentido más amplio de la palabra, favorece la igualdad de oportunidades de acceso a la educación.

Este tipo de Diseño Universal para el aprendizaje genera tres principios los cuales son:

1. La representación, que hace referencia al contenido y a los conocimientos: qué aprender.
2. La motivación, que implica el compromiso y cooperación, involucra por qué aprender.
3. La acción y expresión, que responden al cómo aprender (Diez Villora, 2015).

Las TIC en la educación inclusiva

Para una gran parte de las personas, las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) son herramientas que les permiten la integración y participación en casi todos los aspectos de la vida. En la educación inclusiva, las TIC también juegan un papel fundamental, pues hacen posible que todos los estudiantes puedan elegir su

medio preferido para acceder a los contenidos y para expresar su conocimiento. Son herramientas que ofrecen flexibilidad y adaptación a las necesidades de cada uno, permitiendo "a todos aprender en cualquier momento y lugar, a través de cualquier dispositivo y con el apoyo de cualquier persona"; plantean nuevos retos desde la práctica pedagógica:

El uso efectivo de las TIC para apoyar el aprendizaje es un ejemplo de docencia correcta para todos los alumnos. A pesar de esto, las TIC requieren nuevas formas pedagógicas que usen las TIC para permitir que el alumno tome las decisiones sobre su formación y las implementen. Las TIC para la inclusión suponen un reto para todos los responsables y trabajadores a la hora de adaptar su forma de pensar y sus métodos de trabajo para eliminar las barreras y permitir a los estudiantes beneficiarse de las oportunidades educativas que las TIC disponibles, asequibles y accesibles pueden ofrecer (Agencia Europea, 2013, pág. 8).

Para los alumnos con discapacidad, se debe tener como objetivo tomar en cuenta a las TIC en la educación inclusiva para fomentar la inclusión social en su sentido más amplio. Es decir, emplear el acceso a las TIC apoya a la educación para aumentar, a corto y largo plazo, las oportunidades de calidad en la vida para este tipo de personas (Europea., 2011).

En la actualidad, en el sistema educativo, el uso de las TIC en nuestra sociedad es una obligación; ahora ya no es posible vivir al margen de ellas, es una fuente de oportunidades para el desarrollo social y la educación inclusiva.

¿Entonces cómo se integra la educación inclusiva, el Diseño para todos, el Diseño Universal del aprendizaje y las TIC?

La integración de todos los elementos se da porque cada vez más alumnos encuentran en las tecnologías un punto de apoyo para su desarrollo; ya no es impedimento para no estar enterados de lo que sucede en su entorno social. Con el apoyo de profesores pueden alcanzar su máximo desarrollo profesional y potenciar el desarrollo cognitivo para mejorar los procesos de adquisición de los objetivos de las distintas disciplinas del currículo escolar.

Gimeno Gurpegui (2009) dice: las dificultades del acceso a las TIC en el proceso educativo también pueden colocarse dentro de la exclusión, por esto mismo, él propone cuatro factores de apoyo que deberían de implementarse para eliminar la exclusión digital.

Por lo tanto, estos cuatro elementos integran en un todo lo que se debe de considerar en las políticas educativas de los currículos, desde su planeación, pues la inclusión e integración de cualquier persona con discapacidad en todos los ámbitos: sociales, políticos, culturales, económicos y productivos del contexto.

Es un gran desafío, la educación inclusiva tendrá que reconocer que vivimos en un mundo donde la diversidad de formas de ser, sentir, aprender, moverse, participar o crear, entre muchas otras, no es una norma.

Metodología para la educación inclusiva

La atención a la diversidad requiere poner en práctica distintas herramientas y recursos. Se recogen a continuación algunas propuestas de metodologías inclusivas:

Trabajando la inclusión

- Crear entornos de aprendizaje
- Autonomía
- Facilitar interacciones
- Gestionar asambleas en clases
- Actividades dentro de las aulas para practicar el funcionamiento de los entornos
- Ayuda entre alumnos
- Reparto de funciones
- Interacción con las TIC

Aprendizaje cooperativo

- Dinámicas de grupo
- Red de apoyos
- Trabajo en equipos
- Tutoría entre iguales
- Dinámicas para el desarrollo de habilidades sociales cooperativas

Docencia compartida

- Tomar decisiones previamente
- Aceptar los aciertos y errores
- Aceptar diferentes metodologías
- Establecer planeaciones
- Mostrar materiales didácticos y electrónicos
- Atención a la diversidad e inclusión
- Evaluación por medio de rúbricas

Grupos interactivos

Grupos heterogéneos de distintas capacidades, género, cultura, lengua, motivación, diferente discapacidad e inclusión.

Conclusiones

La educación inclusiva, el Diseño para todos, el Diseño Universal para el aprendizaje y las TIC deberán integrarse como un proceso de reflexión e innovación con una mejora constante, y reconocer el aprendizaje y la participación de todos los alumnos desde el currículo con atención especial en aquellos en situación de vulnerabilidad.

Estos procesos facilitan la inclusión educativa, así como la accesibilidad universal y el diseño para todos, que ahora es el “*diseño instruccional*” desde la perspectiva inclusiva y las adaptaciones curriculares, se trata de pensar en las necesidades de todo el alumnado, una actitud la disposición de pensar en las necesidades de aprendizaje, no sólo de aquellos estudiantes considerados como “especiales”: se dan principios de flexibilidad y elección de alternativas con el objeto de adaptarse a las múltiples variaciones de necesidad de aprendizaje.

Bibliografía

- Cañal de León, P.** (2002). La innovación educativa. En C. d. Pedro, La innovación educativa (pág. 189). Madrid, España: Madrid.
- Cast.** (25 de Noviembre de 2011). Universal Design for Learning Guidelines Obtenido de <https://educarex.es>.
- Booth, T. &** (2012). Guía para la evaluación y mejora de la educación inclusiva. En U. A. Madrid (Ed.), Desarrollando el aprendizaje. Madrid.
- Diez Villora, E.Y.** (16 de Octubre de 2015). El diseño universal para el aprendizaje como metodología docente para atender la diversidad en la universidad. Obtenido de <https://doi.org>
- Echeita, S. G.** (2011). La educación inclusiva como derecho. Madrid, España.
- EIDD.** (2004). La declaración de estocolmo del EIDD. Estocolmo: European Institute for Design an Disability. Estocolmo.

- Europea., U. I.** (2011). ICT in education for people with disabilities: review of innovativa. (U. ITIE, Ed.) Moscu.
- INEGI.** (12 de Abril de 2016). Peronas con discapacidad. Recuperado el 6 de 2019 de MCEH, de Dicapacidad: <https://www.inegi.org.mx>
- Muntaner, G.** (2013). De la integración a la inclusión. Madrid, España: Consejería de educación.
- ONU.** (2006). Convención internacional sobre los derechos de las personas con discapacidad.
- Social, L. G.** (2016). Capacidades diferentes por discapacidad. Boletin, Senado de la república, México.
- UNESCO.** (2008). Unesco, Ginebra.
- UNESCO.** (2008). Paris.

Capítulo 7. Una experiencia académica: diseño para la innovación social

An academic experience: design for social innovation

Ana María Torres Fragoso

Alejandra Marín González

Resumen

La actuación del diseño en la sociedad debe evolucionar al mismo tiempo que las necesidades que emergen como resultado de las dinámicas sociales, que requieren soluciones igual de trascendentes; para ello es necesario formalizar la práctica profesional del diseñador; a través de la habilitación de competencias en el estudiante dentro de la academia, es por eso que la sensibilización del individuo, al estar aprendiendo a ser diseñador, implica la conciencia sobre el ser y su proceso, vinculados con la participación activa en la sociedad y con el sector productivo, pasando por el nivel más esencial, como lo ha sido la producción artesanal y sus esfuerzos de supervivencia. Sensibilizar sobre el potencial de este quehacer nos da la oportunidad de fomentar la identidad para el diseño y la innovación social, dando como resultado un diseño más social, más innovador y más incluyente, donde se involucran: academia, gobierno, empresa y sociedad, para beneficio de todos.

El presente proyecto describe el proceso de una propuesta que se encuentra en desarrollo a partir de la metodología presentada, que inicia con un toque de sensibilización hasta la satisfacción personal de los participantes, el propósito es lograr el diseño para la innovación social; que se enriquece de etapas diversas y complejas que dan paso al logro del beneficio común, así como a la suma de esfuerzos de obtención artesanal en el mundo competitivo de la productividad y el desarrollo de una sociedad que impulsa una nueva calidad de vida a través del trabajo conjunto, sin perder de vista aquello que la define, su esencia.

Palabras clave: innovación, diseño, social.

Abstract

The performance of design in society must evolve at the same time as the needs that emerge as a result of social dynamics, which require equally transcendent solutions; For this it is necessary to formalize the professional practice of the designer through the empowerment of the student within the academy, that is why the awareness of the individual to be learning to be a designer implies awareness of the being and its process, linked to an active participation in society and in the link with the productive sector, going through the most essential level as it has been the artisanal production and its survival efforts. Raising awareness of the potential of this task gives us the opportunity to promote identity for design and social innovation, resulting in a more social, more innovative and more inclusive design, where they are involved: academia, government, business and society, to benefit of all.

The present project describes a proposal that is in development from the presented methodology, which starts with a touch of awareness to the personal satisfaction of the participants, the purpose is to achieve: the design for social innovation; that is enriched by diverse and complex stages that lead to the achievement of common benefit, as well as the sum of artisanal efforts in the competitive world of productivity and the development of a society that promotes a new quality of life through the mutual work, without losing sight of what defines it, its essence.

Keywords: *innovation, design, social.*

Introducción

Esta propuesta hace referencia a una mirada del diseño sobre el significado de lo social, su desarrollo y cómo es que el diseño se involucra en estos complejos procesos de recursividad, que van de lo simple a lo complejo, como se menciona:

Explicada por medio de la complejidad como un proceso dialectico, recursivo y hologramático, en relación interactiva de elementos participantes, resultando la primera relación entre el individuo y la sociedad, la segunda en un ambiente físico que se da entre el individuo diseñador y el individuo objeto (Marín, 2017: 112).

Emplazados en y desde nuestro lugar, reflexionando sobre las propias prácticas, se pueden comprender las dinámicas de enseñanza-aprendizaje en pos de mejorarlas. No pueden obviarse las profundas transformaciones humanas, socioculturales, políticas, ambientales y económicas que están aconteciendo en el mundo y -por ende- en nuestro propio entorno. La nueva realidad que pone de manifiesto discontinuidades que interpelan los modelos hegemónicos y que están dando lugar al surgimiento de nuevos paradigmas. En este sentido, ¿cuál es -o podría ser- el papel del diseño en el cambio social que estamos viviendo?, ¿cuál es el papel específico de los expertos en diseño?, ¿cómo pueden las escuelas de diseño convertirse en agentes efectivos de mejora en los contextos donde se encuentran?, ¿cómo afrontamos esta incertidumbre desde nuestra comunidad de Diseño?, ¿cuál es el papel de cada participante: academia, gobierno, empresa y sociedad, ante dicho cambio?

El Diseño para la innovación social es todo lo que el diseño piensa y hace para activar, mantener y guiar los procesos de mejora social que llevan a la sostenibilidad a través de las vías necesarias. Al hacerlo, el diseñador introduce formas de pensamiento y estrategias para la reflexión de situaciones, que al implementar se proponen nuevas formas de interacción y se definen nuevas relaciones entre las personas. Diseñando herramientas y métodos a disposición de la comunidad, el diseño se convierte en un potencial instrumento para apoyar, mejorar y orientar las innovaciones sociales en curso y particularmente en nuestro contexto social, en este caso, el noreste de México, con la posibilidad de retomar su cultura y sumar a la educación y al desarrollo actual el pensamiento que, a futuro, se convertirá en una oportunidad de progreso. Así mismo, la comunidad aporta su conocimiento cultural, su sensibilidad e imaginación, así como su destreza manual; el gobierno aporta lo necesario para que pueda llevarse a cabo la propuesta: infraestructura, insumos, recursos tangibles e intangibles, entre otros; y la empresa, en este caso, la materia prima y su conocimiento sobre la misma. Al unirse estos talentos, se propicia el cambio que favorece el diseño para la innovación social. Los cambios son relevantes, aunque no suceden por igual en la sociedad, provocando desequilibrio, por lo que es necesario que se den equitativamente en la población, evolucionando al mismo ritmo, sin perder su esencia ya que ésta habla de su origen, sus raíces, da identidad, declara quiénes somos y de dónde venimos.

Desarrollo del tema

Antecedentes del proyecto

El proceso de aprendizaje colectivo, desarrollado en el pasado, nos ayuda a ratificar las dinámicas que se han ido generando durante los años, y poco a poco se va cumpliendo el proyecto fundacional de la carrera de Diseño Industrial: la formación de un diseñador estratégico, capaz de insertarse en el medio laboral a partir del desarrollo de sus capacidades de observación-reflexión y gestión de los recursos. Esto beneficia simultáneamente al desarrollo de actividades derivadas: 1) la expansión de la teoría y la detección de disfunciones en la cátedra, demostrando la importancia del proceso de la investigación, 2) la observación de la acción que revela situaciones y 3) la formación atenta a la realidad del territorio para la detección y solución de las necesidades sociales; estos son tres elementos esenciales para el desarrollo profesional de los diseñadores en nuestra escuela de diseño industrial en la Universidad Autónoma de Nuevo León, *“En una sociedad cambiante, resultan insuficientes las acciones que solucionan problemas de diseño aplicando teorías y técnicas determinadas sólo dentro del aula, ante situaciones complejas que surgen dentro de la sociedad y la cultura”* (Torres & Castillo, 2018: 180 - 187).

Las conclusiones derivadas de los procesos de investigación de los años anteriores, demuestran que los estudiantes buscan complementar saberes y que los modelos hegemónicos no dan suficientes respuestas a las necesidades de este siglo; también se consideran antecedentes relevantes para esta investigación, los proyectos de vinculación con artesanos de la región noreste de México, en Nuevo León, que mejoran las estrategias, gracias a las cuales la escuela de diseño se vuelve agente directo de cambio en sus contextos locales y aportan a la construcción del conocimiento compartido, desarrollan herramientas y estrategias para impactar en las comunidades a través de las aportaciones de las partes involucradas:

Vinculaciones sociales: es cuando la institución educativa responde a la necesidad de la sociedad a través de alternativas de solución a problemáticas emergentes, por medio del ejercicio de sus funciones tales como docencia, investigación, desarrollo y difusión del conocimiento dirigidos a la promoción de los valores universales (Torres & Castillo, 2018: 181 - 187).

Para el desarrollo de estos proyectos, se toma como metodología a la investigación participativa (investigación -acción), dado que, a partir del continuo proceso de reflexión y construcción comunitaria, se busca generar un conocimiento transformador de la realidad educativa compartida por un grupo de actores convocados con la intención de superar/mejorar/transformar las propias prácticas de aprendizaje del diseño y su vinculación con el medio. Se hace necesario incorporar también un criterio de aprendizaje informal, fundado sobre la intuición, la escucha, la observación empática, la acción y las relaciones analógicas.

Se aprende dialógicamente con-dividiendo y confrontando el propio no saber, a diferencia de la información formal basada sobre datos cuantitativos fuertes e inequívocos. Estos últimos son inadecuados para la formación de la estrategia porque son lentos en la señalización de las emergencias y no colaboran en la comprensión de factores críticos importantes, no son económicos y no son cuantificables. La información que se basan en impresiones, valoraciones, intuiciones y experiencias sugiere una forma de conocimiento más profundo que el análisis de los datos duros. El diseño toma la abstracción y la vuelve imagen comprensible y comunicable, posee una función única: hacer visible el pensamiento.

Entonces el diseño para la innovación social nos acerca a la contribución de procesos de desarrollo más amplios y nos llevan a la productividad y a alcanzar metas concretas para incrementar la calidad de vida:

En el siglo XXI, la innovación social se entrelazará con el diseño como estímulo y como objetivo; es decir, la innovación social lo impulsará como hizo la innovación técnica durante el siglo XX y, al mismo tiempo, la innovación social será el fin último de un número creciente de actividades relacionadas con el diseño. De hecho, el diseño tiene el potencial necesario para desempeñar un papel destacado como detonante y soporte del cambio social y convertirse, por tanto, en diseño para la innovación social. Nos encontramos, en consecuencia, en el comienzo de un camino para el que necesitamos una mejor comprensión de las posibilidades, los límites y las implicaciones de esta forma de diseño emergente (Mazini, 2015: 67).

Metodología

Presentación del proyecto. Éste es uno de los puntos más importantes, platicar y persuadir a los estudiantes del valor del proyecto, evidenciando la diferencia entre el diseño social que han desarrollado hasta este momento y el diseño para la innovación social, en el cual se pretende participar. El docente de diseño transmite a los alumnos la relevancia del mismo, y la importancia de asumir un rol verdaderamente activo en la parte social y en la parte productiva, desde una visión de desarrollo sostenible con impactos en lo ecológico, en lo económico y en lo social, como ya se hizo hincapié. A través de las competencias que hasta hoy han desarrollado los estudiantes, se favorece el aporte de soluciones creativas, tanto para beneficio de una comunidad como beneficio propio, desarrollando otras tantas como: la empatía, el compromiso, la tolerancia y la sensibilidad.

Pasos de la metodología

Gestión del proyecto: la academia de diseño identifica la necesidad y sus posibilidades e invita a participar a los posibles involucrados, describiendo particularmente la importancia de la actuación de cada uno: academia, gobierno, empresa y sociedad.

Diagnóstico: etapa determinante para la toma de decisiones, se recaban datos para analizarlos, interpretarlos y evaluarlos.

Sensibilización: etapa primordial para el éxito del proyecto, se desarrolla en el campo de acción, se lleva a los participantes para que se relacionen con el medio y sus habitantes, buscando estimular el vínculo con el entorno para la identificación de necesidades.

Análisis documental: en esta etapa se investiga lo escrito sobre el tema, lo que servirá para el proceso de identificación y análisis, se refiere a publicaciones de otras experiencias de enseñanza del diseño y documentos curriculares (planes de estudios, programas de asignaturas).

Observaciones participantes: derivadas de las clases de taller con el objeto de que todos los actores se involucren en la realidad a estudiar; a esta técnica se recurrirá de manera sistemática a lo largo de todo el proceso de investigación, convirtiéndola en un elemento transversal.

Sesiones grupales: a esta técnica se puede recurrir en diferentes momentos: diagnóstico, análisis y planeación; siguiendo los siguientes pasos: encuadre: para identificar y relacionar personalmente a los participantes, plantear los objetivos y metas del taller; proponer y discutir una metodología y una agenda de trabajo para lograr los objetivos y alcanzar las metas, definir los tiempos que se dedicaran a cada uno de los momentos acordados; identificación y análisis de líneas de acción: identificar y analizar qué líneas de acción pueden transformar la situación de acuerdo con los objetivos y las metas trazadas. Implica examinar la viabilidad y conveniencia de cada una de las alternativas de acción identificadas y formuladas.

Evaluación: análisis, retroalimentación y toma de decisiones del curso que toma la investigación, de los planes de acción y las líneas que darán continuidad al desarrollo del proceso.

Generación de una red de difusión virtual: se pretende que los resultados obtenidos se difundan entre la comunidad del diseño para la retroalimentación y mejora del mismo método de diseño.

Objetivo particular

- Propiciar, desde la academia y la realidad de las comunidades, el diseño para la innovación social a través de sus propios recursos, favoreciendo la mejora continua para beneficio de todos.

Objetivos específicos

- Confrontar a la incertidumbre con la propia exigencia elemental, en la experiencia de la realidad.
- Reconocer los caminos que favorecen el afloramiento de un perfil profesional de diseñador consistente, libre y creativo en otros grupos direccionados al mismo objetivo.

- Visibilizar alternativas orientadas hacia el diseño generalista que permitan brindar una experiencia de aprendizaje transformadora para formar diseñadores del siglo XXI.
- Reflexionar de forma autocrítica sobre las propias prácticas en la realidad así como los resultados obtenidos.

Resultados

Se espera comprender qué es lo que el diseño hace para activar, mantener y orientar procesos de innovación social, confrontando la metodología a partir del encuentro con agentes de incidencia en los contextos locales y de la interacción con otras experiencias potencialmente vinculadas al “*diseño para la innovación social*”, esto para proponer las practicas esenciales de un nuevo proyecto de diseño generalista abierto a la experimentación y orientado hacia la construcción del bien común.

Se identifica de forma más precisa la actuación de cada uno de los involucrados, pues a través del proyecto se van ajustando tiempos y actividades así como responsabilidades que van orientando al proyecto hacia el propósito general, que es propiciar el diseño para la innovación social.

El proyecto que actualmente se está desarrollando con esta metodología, está en la comunidad de Galeana, Nuevo León, donde se han seguido cada uno de los pasos mencionados; inició en agosto del 2018 y próximamente se presentarán los resultados obtenidos, describiendo cada uno de los mencionados y algunos más, que sobre el camino se fueron dando.

Esto también llevará a modificar los procesos internos de vinculación que se realizan en la academia de diseño de la Facultad de Arquitectura de la Universidad Autónoma de Nuevo León. Esta tarea se ha desarrollado a través del tiempo hasta cierta etapa del proceso; hoy en día, entendiendo los cambios actuales de la sociedad y el aporte que se genera, se amplía la visión que como diseñadores debemos enfocar para alcanzar el proceso completo en cuanto al beneficio de las comunidades de artesanos y de los productores industriales, haciendo crecer la oferta de productos a comercializar; beneficiando la productividad e incrementando la calidad de vida para los artesanos. Es importante considerar que el proceso no es sencillo y que

la captación de recursos humanos y materiales, así como las acciones que conlleva cada etapa del proceso, requieren de atención y cuidado para el cumplimiento de cada aspecto necesario.

De esta forma, el proceso del diseño para la innovación social como meta, se forja para crear una realidad que contemple la participación del diseño en una sociedad más innovadora, más incluyente y, al cabo del proceso, una cultura del diseño en la sociedad a nivel global. En México existen entidades donde se detecta que es necesario reforzar esta intención para el beneficio de la misma.

Conclusiones

El impacto en la sociedad. Se espera que, a través del diseño para la innovación social, las comunidades o las empresas vinculadas al proyecto visualicen y lleven a cabo una forma diferente de generar ingresos mediante sus propios recursos para mejorar su calidad de vida, a través del diseño de productos, sistemas o servicios que sean pertinentes, necesarios, sustentables y con identidad regional; que los representen por medio de su comercialización el resto del mundo, hasta el punto de ser una comunidad reconocida e independiente, *“La Calidad de Vida en el trabajo es una filosofía de gestión que mejora la dignidad del empleado, realiza cambios culturales y brinda oportunidades de desarrollo y progreso personal”* (Ceballo Frank, 2014).

El Impacto científico esperado. A partir de la realización del proyecto se pretende alcanzar una mejor comprensión de las posibilidades, los límites y las implicaciones de esta forma de diseño emergente, desde la idea de una metodología de cátedra para la formación de diseñadores consistentes, libres, comprometidos y creativos que abonen al concepto de innovación pedagógica desde los nuevos perfiles de diseño y focalizando sobre el concepto de Diseño para la innovación social, para favorecer la evolución hacia nuevas carreras de Diseño que nos permitan preparar profesionales para el siglo XXI: más comprometidos con el entorno. Además, se espera poder detectar nuevos territorios meta proyectuales asociados a las diversidades locales y conjugarlos con las políticas de estado, asegurando con ello que la formación de los estudiantes esté acorde a un contexto histórico, vinculando de manera estratégica los proyectos de los estudiantes con programas y proyectos de financiamiento de orden regional, nacional e internacional.

El impacto sobre la formación del recurso humano. Se espera impactar decididamente sobre el formato de los nuevos planes de estudio, correspondientes a los indicios de diseño emergente, mismos que constituyen los disparadores de este proyecto.

El impacto sobre la institución y su vinculación con el medio. Se espera concretar la generación de una red de difusión virtual que permita nutrir y nutrirse de experiencias similares en diferentes instituciones y países, preservando, ante todo, las particularidades propias de cada territorio y de los individuos que lo constituyen.

Agradecimientos

Asesoría de la representación del cuerpo académico Cultura del Diseño, en el Consejo Consultivo de la Facultad de Arquitectura de la UANL, la diseñadora María Sánchez de la Universidad Nacional de Misiones, Argentina. Gracias por compartir sus conocimientos y experiencia con los docentes de la Licenciatura en Diseño Industrial, mismos que son trascendentales para el desarrollo y el éxito de este proyecto.

Referencias

- Ceballo Frank.** (2014). Habilidades gerenciales. 3/12/2018, de Blogspot
Sitio web: <http://ingfrankhabilidadesgerenciales.blogspot.com/p/calidad-de-vida-en-el-trabajo.html>
- Marín, A.,** (2017). Aportación antropológica para el diseño. 1era. edición ed. San Nicolás de los Garza, n.l.: Universidad Autónoma de Nuevo León.
- Mazini, E.,** (2015). Cuando todos diseñan: una introducción al diseño para la innovación social. 1era. ed. Madrid: Experimenta Theoria.
- Torres, A. & Castillo, G.** (2018). Metodología para la vinculación del diseño en la sociedad. Experiencias como experiencia y proceso educativo. Actas de Diseño 26. Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo.

Capítulo 8. Tendencias y desafíos para el diseñador gráfico. Innovación y responsabilidad social hacia la atención de adultos mayores

Trends and challenges for the graphic designer. Innovation and social responsibility towards the attention of older adults

Celia Guadalupe Morales González

María de las Mercedes Portilla Luján

Resumen

Hoy en día la sociedad se enfrenta a grandes desafíos, siendo uno de los más preocupantes el aumento de la población; de ello deriva el considerar de manera consciente sus futuras condiciones y perspectivas de vida.

En el marco del contexto del diseño para el desarrollo social, se presenta un proyecto que pretende, como planteamiento inicial, aproximarse al entorno de las problemáticas a las que se enfrentan las personas de edad avanzada, adultos mayores o de la tercera edad¹⁶, que acuden a recibir atención médica al Instituto de Seguridad Social del Estado de México y Municipios (ISSEMyM), enfocando la atención al dispendio de medicamentos y sus implicaciones.

Para el desarrollo de la propuesta, se ha seguido el método de Francesc Aragall, “Diseño para todos”, con la finalidad de incorporar sus orientaciones al logro del objetivo, que consiste en el rediseño de las etiquetas de los envases empleados para la dispensa de medicamentos.

Palabras clave: diseño, responsabilidad social, adultos mayores.

Abstract

Today society faces great challenges, one of the most worrying is the increase in population; From this comes the conscientious consideration of their future conditions and life prospects.

¹⁶ Tercera edad o senectud es un término antropológico-social que hace referencia a las últimas décadas de la vida, en la que uno se aproxima a la edad máxima que el humano puede vivir. En esta etapa del ciclo vital, se presenta un declive de todas aquellas estructuras que se habían desarrollado en las etapas anteriores, con lo que se dan cambios a nivel físico, cognitivo, emocional y social. A pesar que esta fase tiene un punto final claro (la muerte), la edad de inicio no se encuentra establecida específicamente, puesto que no todos los individuos envejecen de la misma forma. No obstante, debido a que la edad biológica es un indicador del estado real del cuerpo, se considera que se trata de un grupo de la población que tiene 65 años de edad o más.

Within the context of the design for social development, a project is presented that aims as an initial approach, approaching the environment of the problems faced by the elderly, elderly or seniors, who come to receive medical attention from the Social Security Institute of the State of Mexico and Municipalities (ISSEMYM), focusing attention on the expense of medications and their implications.

For the development of the proposal, we followed the method of Francesc Aragall, "Design for all", with the aim of incorporating its guidelines to achieve the objective, which consists of redesigning the labels of the containers used for the dispensation of medicines.

Key words: design, social responsibility, seniors.

Introducción

El objetivo del documento tiene como base exponer el desarrollo del método de Francesc Aragall¹⁷, "Diseño para Todos", que permitió generar un proyecto que se ciñe a la intención de orientar la producción del diseño al campo del desarrollo y responsabilidad social.

La principal preocupación que dio origen a la propuesta del proyecto, tuvo como detonante la observación del contexto social y de las circunstancias que enmarcan al grupo, o sector, de derechohabientes que asisten para recibir atención médica a una institución de salud de carácter público, que se ubica en el Estado de México, denominado Instituto de Seguridad Social del Estado de México y Municipios (ISSEMyM).

El grupo de derechohabientes, objeto de estudio, se sitúa en un rango de edad a partir de los 65 años (adultos mayores o personas de edad avanzada), por considerar, a priori, que han sido los más afectados por las disposiciones administrativas del mencionado instituto y que fueron implementadas a partir del año 2016, respecto a la forma de dispensación de los medicamentos, situación que ha impactado sensiblemente a todos los beneficiados, principalmente al grupo de referencia.

Derivado de lo anterior se describe el problema:

¹⁷ Presidente de la Design for All Foundation, trabaja actualmente en el campo del Diseño para Todos. Contribuyendo a crear un entorno físico y virtual que respete la diversidad humana. Licenciado en Filosofía y Letras por la Universidad de Barcelona, Francesc ha establecido su carrera en el campo de la biomecánica, la accesibilidad, la ergonomía y el Diseño para Todos / Universal Design, un concepto que se ha difundido en toda Europa (a través de la red EIDD-Design for All Europe), de la que fue presidente (1998-2001).

Históricamente, la dispensación de medicamentos a los derechohabientes del ISSEMyM, ha tenido cambios: en sus inicios la institución se caracterizaba por otorgar servicios de salud considerados por la comunidad como adecuados y de calidad, siendo los medicamentos de patente su fortaleza; con el paso del tiempo se fue transformando el imaginario social, debido al devenir de los servicios y la calidad de los medicamentos, porque el cuadro básico disminuyó y cambiaron, en un alto porcentaje, a los denominados genéricos.

Posteriormente se cambió radicalmente la distribución, empleando un sistema de dispensación de medicamentos por dosis específicas que atendió a un supuesto beneficio económico para la institución, cuya lógica responde a un ahorro potencial, un manejo, uso y distribución racional respecto a las prescripciones de cada paciente.

Si bien es cierto que en literaturas de diferentes fuentes consultadas, se encontraron estudios en donde se pone en evidencia que el sistema de distribución por dosis unitarias ha contribuido a reducir errores de medicación, evitando confusiones o sobredosis, pérdidas de medicamentos por caducidad y un sin número de “*supuestos beneficios*”, y que seguramente han ido en favor de la institución pero no en beneficio de los enfermos, quienes consumen los medicamentos.

Por lo anterior, se pone en evidencia que esta supuesta mejora ha provocado malestar en los derechohabientes, por lo que se exponen las opiniones del grupo muestra, aclarando que no significan la opinión general, pero, sensiblemente, pone en discusión la situación actual.

Grupo muestra: adultos mayores de 65 años o más.

Lugar de referencia: Centro médico ISSEMyM, Toluca, Estado de México.

Fecha: 12 de abril de 2019.

Número de entrevistados: 20.

En términos generales, las opiniones tuvieron grandes coincidencias:

- 1.** El tiempo de espera para la dispensación de medicamentos en la farmacia se encuentra en el rango de 30 a 90 minutos, en un horario de 9:00 a 15:00 hrs. de lunes a viernes.
- 2.** Los medicamentos son dispensados en envases cilíndricos de plástico color ámbar, en dos medidas de capacidad, con tapas de seguridad color blanco.
- 3.** Se desconoce si los medicamentos son de patente o genéricos.
- 4.** Hay desconfianza por conocer si en el contenedor de plástico se ha colocado el medicamento adecuado.
- 5.** No se entrega el instructivo correspondiente.
- 6.** No se conocen las condiciones de cuidado y manejo de medicamentos.
- 7.** Se desconoce la fecha de caducidad.
- 8.** La información de la etiquetas de los contenedores es poco legible y de baja calidad de impresión.
- 9.** El tamaño de la letra de las etiquetas es poco visible para personas con debilidad visual.
- 10.** Se expone el temor a no poder identificar adecuadamente el medicamento y confundir la dosis, debido a que todos los envases son iguales.
- 11.** Desconfianza por la posibilidad de que el medicamento esté contaminado por el manejo que se hace, debido a que se manipula al ser sacado del empaque original.
- 12.** Problemas para destapar los envases, debilidad de fuerza y movilidad motriz.
- 13.** Opinión general respecto al procedimiento de dispensación de medicamentos negativa.

A partir de la información obtenida se consideró que, desde la óptica del diseño, existía la posibilidad de contribuir, interviniendo los envases utilizados en la dispensación de medicamentos, y con ello poder solucionar algunos de los problemas expuestos.

Por lo tanto, se pensó que el rediseño sería la primera e inmediata acción a realizar y que el método de “*Diseño para todos*” era el más pertinente.

Desarrollo

Para iniciar, era importante conocer el entorno de vida de los adultos mayores y el contexto al que se enfrentaban.

Es claro que la sociedad experimenta uno de sus mayores logros, “*la longevidad*”; sin embargo, esta situación ha generado nuevos problemas, entre ellos el cuidado de la salud en todos los rangos y niveles de vida; pero principalmente el de las personas de edad avanzada, ya que existen pocos estudios al respecto.

Las proyecciones a nivel mundial señalan que para el año 2050, la cifra de personas de edad avanzada aumentará de 600 a 2000 millones, lo que reorientará evidentemente la perspectiva en un corto tiempo; es decir, antes de 50 años, existirán más personas de 65 que menores de 16 años, y a su vez, el crecimiento a corto tiempo de la población aumentará en el año 2025 a una cifra que supera los 93 millones de personas, que tendrán 80 años o más, la tasa anual de crecimiento será del 3.4%, según datos del Centro de Estudios Poblacionales para América Latina (Cepal) y la Organización de las Naciones Unidas (ONU), consultados en documentos publicados en el año 2018.

En estos datos es evidente la mención respecto al tema de la salud, ponderando la atención al grupo de referencia, ya que actualmente están enfrentando varios problemas, que van desde el incumplimiento de la terapia indicada por el médico, errores cometidos por no seguir una administración adecuada de medicamentos, cambiar las dosis, interrumpir el tratamiento, falta de información para el cuidado y manejo y hasta una mala interpretación de las instrucciones.

De acuerdo a algunas cifras al respecto, derivadas de investigaciones y como refiere el artículo sobre información de medicamentos al paciente y mejora en el cumplimiento del tratamiento, Vidal (2018:257) menciona que: el incumplimiento va del 9 al 99%, lo que representa un problema social importante; algunas razones son comprensibles ya que este sector de la población empieza a tener dificultades que se acentúan de acuerdo al entorno social: el nivel económico, el cultural e intelectual de cada grupo.

En relación con lo anterior, a la fecha no se ha podido determinar en qué nivel socioeconómico prevalece o es más evidente el problema. El deterioro de los seres humanos al paso del tiempo es evidente y sucede independientemente de las condiciones económicas, políticas, sociales y culturales; durante este proceso de envejecimiento, la ideología, la credibilidad, la comunicación adecuada y la soledad son elementos suficientes que demandan la generación de proyectos innovadores de responsabilidad social que se enfoquen en atender todas y cada una de las implicaciones del problema.

El detonante

Se ha demostrado que alrededor de un 50% de adultos en edad avanzada no toman el medicamento y que un 25 a un 60%, si lo toman, lo hacen incorrectamente. Los problemas que se ponen en evidencia son: la pérdida de memoria, la agudeza visual y auditiva, debilidad motriz y desplazamiento autónomo y la prevalencia de un mayor número de enfermedades que provocan que exista, como consecuencia, un mayor consumo de medicamentos, y, a medida que se alarga la duración de los tratamientos, es más difícil el cumplimiento de la terapia; siendo las cifras más altas de incumplimiento cuando se trata de enfermedades crónicas.

Es importante considerar que la vejez no es sinónimo de deterioro cognitivo, pero que aunado a la pérdida de ciertas funciones motrices y debilidad visual, se experimentan múltiples retos y problemas derivados de enfermedades que van apareciendo por situación natural de la edad.

Se ha demostrado que es común que los adultos mayores hagan mal uso de los medicamentos y muchos de los problemas están relacionados con la falta de información, la mala interpretación de las indicaciones del médico, el olvido de las dosis, y otros factores no menos importantes.

Vidal (2018:260) establece que, de las observaciones realizadas en múltiples pacientes, alrededor de un 50%, sabía el nombre del medicamento y sólo el 25% las precauciones que debería tener; así mismo, refiere que la inadecuada comunicación sobre los medicamentos ha sido considerada como una de las causas principales.

Los errores más frecuentes que el paciente comete al utilizar la medicación, según Vidal (2018:261), son:

- No tomar la medicación.
- Tomar un medicamento erróneo.
- Errores relacionados con la preparación y administración de la medicación: tomar dosis incorrectas, intervalos entre dosis erróneos, vía inadecuada, tomar la medicación incorrectamente en relación con los alimentos.
- Omitir dosis: actuar equivocadamente en caso de olvidarse de tomar una o más dosis.
- Error de actuación ante la presencia de algún efecto adverso.
- Interrumpir el tratamiento antes de finalizar el período prescrito.
- Alargar el periodo de tratamiento.
- No cumplir las recomendaciones higiénico-dietéticas.
- Tomar medicación caducada o en mal estado

Tabla I. Vidal. Errores más frecuentes que el paciente comete al utilizar medicación.

- Indicación y acción esperada.
- Dosis, forma de dosificación, vía, intervalo entre dosis, duración del tratamiento.
- Normas de preparación.
- Normas de administración.
- Efectos adversos comunes que pueden manifestarse y cómo actuar si se presentan.
- Interacciones con otros medicamentos y/O alimentos.
- Medidas higiénico-dietéticas.
- Contraindicaciones.
- Precauciones a tener en cuenta durante la administración. Interferencia con ciertos tipos de trabajos o actividades.
- Si puede tomarse en situaciones especiales como embarazo, lactancia, ancianos u otras.
- Cómo actuar en caso de olvidarse de tomar una o más dosis.
- Cómo actuar en caso de mejora de los síntomas.
- Actuación en caso de sobredosificación.
- Normas de conservación.
- Otras cuestiones particulares de cada medicamento.

Tabla 2. Vidal. Aspectos del medicamento que el paciente debe poder consultar:

El problema

Después de analizar la información obtenida y contrastar con el grupo entrevistados, se formuló la siguiente pregunta:

¿De qué forma desde el diseño, se puede contribuir para aminorar el problema?

Proceso

Se analizaron los envases, contrastando lo obtenido con la información que debe contener un medicamento:

Información que debe contener un medicamento	Información que contienen los envases
1. Nombre Comercial: el nombre con el que el laboratorio comercializa el medicamento.	no
2. Nombre Genérico: el objetivo es que el paciente tenga la posibilidad de elegir la marca o el laboratorio que le resulte más conveniente.	sí
3. Concentración de la droga.	no
4. Nombre del laboratorio que elaboró el medicamento.	sí
5. Fórmula: descripción cuantitativa y cualitativa de todos los componentes que contiene el medicamento. Esto es clave para que el farmacéutico pueda advertirte si está contraindicado para alguna enfermedad o alergia que tengas.	no
6. Lote y fecha de vencimiento: el Lote es una combinación distintiva de números y/o letras que identifica inequívocamente una partida de medicamentos, la fecha de vencimiento establece la caducidad.	sí
7. Datos del laboratorio: es obligatorio que aparezcan datos completos de la empresa titular; sea como elaborador y/o importador del medicamento. Razón social, domicilio legal, no. de certificado de autorización.	no
8. El troquel: es la parte del envase (un cartón en las cajas o una etiqueta en otros envases) que se extrae cuando el paciente compra un medicamento con obra social y se envía adjunto con la receta para solicitar el reintegro. Allí se identifica al medicamento con un número y un código de barras.	no
9. Presentación: descripción de la cantidad de comprimidos o ml que trae el envase, y se especifica si es de venta libre o con receta archivada.	sí
10. Condiciones de conservación: se especifica, en caso de que la medicina lo requiera, condiciones de conservación como temperatura y condiciones ambientales.	no

Todos los medicamentos deben reproducir esta información y los códigos especiales que deben llevar sobre todo atendiendo a normatividades y estándares internacionales en el blíster, en la tableta de pastillas y en el frasco. Como es el caso de GTIN (Global Trade Item Number), Número global de artículo comercial que se utiliza en todo el mundo como una medida de seguridad adicional, que tiene como objetivo rastrear el origen y el traslado del medicamento hasta su dispensación en la farmacia.

Como se puede observar, los envases en donde se dispensa el medicamento no contienen toda la información, que por ley, debe conocer el consumidor; se privilegia el nombre de la institución, en cada etiqueta se identifica el nombre del médico, el nombre del paciente, la fecha de nacimiento y el número de seguridad social.

Consideraciones para el Diseño

Según Packaging Machinery Manufacturers Institute (PMMI),

Tanto fabricantes de fármacos como de dispositivos médicos tienen que ver cómo producir etiquetas conteniendo más información acerca de un medicamento o dispositivo médico y qué información necesitan saber los pacientes cuando se ingieren o se utilizan.

Para satisfacer esta necesidad de espacio en etiquetado algunos fabricantes utilizan insertos dentro del envase, etiquetas informativas, etiquetas tipo folleto con hojas desprendibles y etiquetas con links a páginas web que contienen información adicional.

Los fabricantes de fármacos también deben ser conscientes de presentar sus productos a prueba de niños sin hacerlos menos accesibles a las personas mayores (2013:1).

Cabe mencionar que el diseñador gráfico tiene la responsabilidad de conocer la información completa sobre el producto y/o la mejora que realizará, ya que las innovaciones no pueden quedar al margen de las tendencias y acuerdos internacionales, como es el caso de PMMI.

Según la propuesta del método de Aragall “*Diseño para todos*” se requiere:

Facilidad en el uso

- 1- Debe ser simple, reducirse al máximo los elementos y operaciones superfluas.
- 2- Su diseño debe ajustarse a las capacidades de interacción del usuario, su capacidad de percepción, procesamiento de la información y acción, su fuerza, su destreza, su lateralidad, sus dimensiones, sus hábitos y su cultura, que variarán en función de la edad, su grado de capacidad o discapacidad, su uso deberá ser flexible para adaptarse a las características del usuario.
- 3- Debe permitir una percepción rápida e inequívoca de qué es y cómo debe empezar a utilizarse.
- 4- Debe responder a un modelo conceptual de funcionamiento que se ajuste a la experiencia previa y a las expectativas del usuario.
- 5- Debe existir una clara relación entre los sistemas de activación a disposición del usuario y el resultado que éstos producen.
- 6- Debe preverse un sistema de retroalimentación (feed-back) que informe del estado y actividad del producto o servicio.
- 7- Debe considerarse la posibilidad de que el usuario se equivoque o utilice el producto para un fin no previsto sin que tenga consecuencias nefastas.

El siguiente paso, después de ampliar el campo de conocimiento sobre el tema, consiste en aplicar la propuesta.

Aragall menciona que *“cuando alcanzamos cierta edad y, a medida que pasan los años, nuestra fuerza y resistencia decrecen, el alcance de nuestras articulaciones disminuye, nuestros sentidos perciben peor y nos cuesta más recordar las cosas”* (2018:48).

Así pues, el fin último del *“diseño para todos”* es la intervención sobre entornos, productos y servicios con la finalidad de que todas las personas, incluidas las generaciones futuras, independientemente de la edad, el género, las capacidades o el bagaje cultural, puedan disfrutar participando en la construcción de nuestra sociedad, con igualdad de oportunidades para participar en actividades económicas, sociales, culturales, de ocio y recreativas y pudiendo acceder, utilizar y comprender cualquier parte del entorno con tanta independencia como sea posible.

“Diseño para todos” significa para el usuario tener garantías de que al diseñar un producto o un servicio se han tenido en cuenta sus características personales, también significa que el usuario puede disfrutar del entorno sin recibir un trato discriminatorio a causa de sus características individuales.

La conceptualización

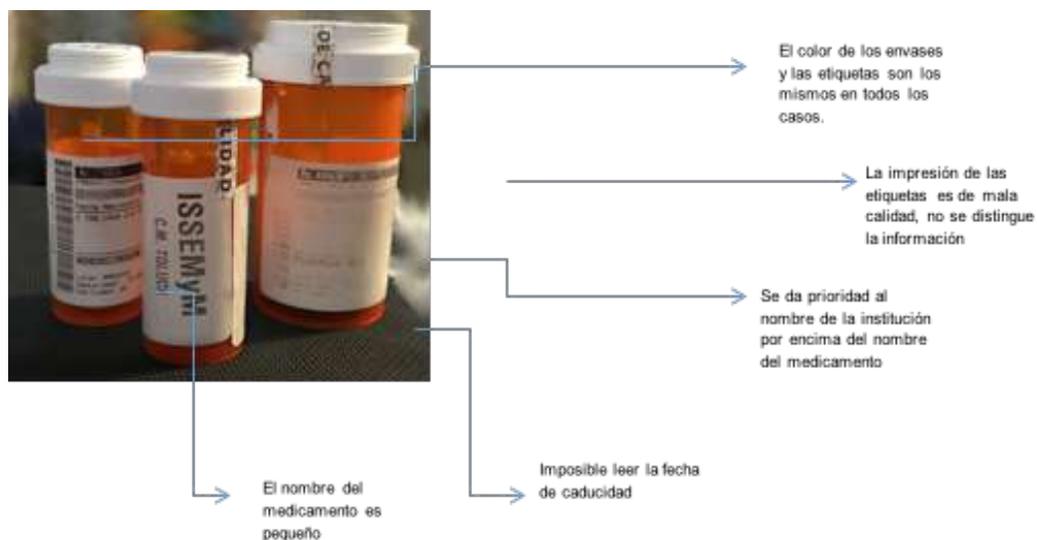
Para alcanzar las ventajas de diseñar para todos es necesario que el diseñador se acerque a un problema en particular y que tenga los suficientes elementos para conceptualizar la propuesta.

Por otra parte, se hizo una apreciación de los aspectos visuales contenidos en los envases cilíndricos que sirven como contenedores de los medicamentos:

- El diseño del envase no refleja el estudio de una morfología, calidad, resistencia, durabilidad.
- El color es genérico todos los envases son iguales existe una variante solo en el tamaño.
- El color en las etiquetas es de fondo blanco y texto en color negro.
- La jerarquización de la tipografía da prioridad al nombre de la institución.
- La información sobre el medicamento se limita al nombre en letras mayúsculas y en bold.
- En la etiqueta se menciona el nombre del médico, del paciente y la dosis indicada, así como la fecha de caducidad con el mismo puntaje.

Por lo tanto, se concluye que los cambios que se han aplicado en el sector salud en la forma de dispensar los medicamentos dejan al margen diversos criterios sanitarios, funcionales, ecológicos y eficaces, que han generado molestia, siendo prioridad los derechohabientes de edad avanzada.

Ejemplos que permiten evidenciar el problema:



Propuesta

Cambiar su concepción del ser humano

- Tiene una dimensión temporal.

El diseñador tiene que ser empático y ponerse en el lugar del otro, pensando que algún día estará en su lugar.

- Tiene una dimensión social.

El diseñador debe pensar en contribuir a resolver un problema real, que responde a una demanda social, para responder a las necesidades que tienen los usuarios, hacer una propuesta pertinente.

1. Pierda el miedo a preguntarles a los usuarios

El diseñador ha obtenido la información.

2. Establezca y mantenga el contacto

El diseñador propone mejoras, para que los usuarios puedan solventar la mayoría de los problemas en relación al diseño de envase y las etiquetas.

3. Dotarse de argumentos

El diseñador debe estar convencido de que la propuesta será un proyecto que contribuye a mejorar la calidad de vida de las personas y no sólo de los adultos mayores.

4. Cambiar la idea de que, una vez que el producto se introduce en el mercado, el proyecto ya está terminado sino que, sólo o en colaboración con su cliente, debe establecer un sistema de feed-back para conocer el uso y comportamiento real del producto o servicio, bien para perfeccionarlo o bien para evitar errores futuros.

Diversidad y capacidades específicas

Aspectos del ser humano que guardan estrecha relación con la percepción, comprensión e interacción con el entorno, tomando en consideración el diseño para todos; es decir, que no se trata de pensar sólo en los adultos mayores y hacer diseño sólo para ellos, se trata de considerar todos los aspectos esenciales en el ser humano, que se relacionan particularmente con la naturaleza del proyecto:

- La visión
- El tacto
- La manipulación
- La motricidad y la coordinación corporal
- La cognición
- La cultura y los hábitos

Se Intentará explicar el enorme abanico de factores que hacen que no se pueda hablar de ninguna de ellas como capacidades idénticas para cada individuo, sino que, frente a un modelo teórico-ideal, cada individuo presenta sus propias capacidades y su forma personal de interactuar con el medio en función de ellas.

Enfoque proyectual

1. Elementos del entorno (medicamentos)

Se parte de la clasificación general de medicamentos del cuadro básico que se maneja en el sector salud, se propone colocar una etiqueta dependiendo la importancia del medicamento (alto, mediano o bajo riesgo): roja para alto riesgo, amarilla para precaución en bajo y mediano riesgo.

2. Descripción de las limitaciones

Debe ser simple, es decir, deben reducirse al máximo los elementos y operaciones superfluas, no es importante que el nombre de la institución aparezca como elemento principal, se propone cambiarlo de lugar.

Su diseño debe ajustarse a las capacidades de interacción del usuario, es decir, su capacidad de percepción, procesamiento de la información y acción.

Desafortunadamente, el diseño de los envases no se puede cambiar, por lo que la única opción de mejora está en la etiqueta, la cual debe permitir una percepción rápida e inequívoca de qué es y cómo debe empezar a utilizarse.

Propuestas de mejora

Darle a los usuarios los beneficios de una comunicación correcta, proponiendo soluciones innovadoras en el diseño de las etiquetas; se propone emplear un sistema de distribución por colores dependiendo la importancia de cada medicamento respecto al uso y la dosis, indicando los riesgos y colocando el nombre del medicamento en la etiqueta, en lugar del nombre de la institución, y aumentar el tamaño de la tipografía que indica la dosis que ha sido asignada por el médico tratante.

Incluir un documento anexo, en donde se puedan leer las indicaciones farmacéuticas, los riesgos, el cuidado del medicamento, la temperatura para su conservación, las reacciones secundarias y las interacciones entre medicamentos.

Indicar el tratamiento que ha asignado el médico, la fecha de caducidad, la denominación genérica (principio activo), estado en que se presenta (comprimidos, cápsulas, ampollas, etc.), unidades, leyendas de advertencia.

Se debe experimentar con la visión, con la manipulación, la antropometría, la habilidad, la cognición, el lenguaje y la comunicación.

Debe considerarse la posibilidad de que el usuario se equivoque o utilice el producto para un fin no previsto sin que tenga consecuencias nefastas.

Conclusiones

Usar el método del “*diseño para todos*” ha sido un instrumento creativo, que agiliza la innovación y la transformación de una actividad que genera molestia y deriva en complicaciones relacionadas con el cuidado de la salud.

Antropocentrismo: se puede mejorar la calidad de vida del adulto mayor solucionando los problemas a los que se enfrenta, manipulación y consumo de medicamentos.

Ideas basadas en el pensamiento visual: a partir de la experiencia del usuario, se han considerado todos los aportes.

Prototipado: se propone el re-diseño de etiquetas como solución inicial, que no implicaría costos adicionales, pero que requiere de la voluntad de los directivos y de la toma de decisiones en pro del bienestar social.

Colaboración: se requiere de la participación con responsabilidad y conciencia social de todos los involucrados, se pone de manifiesto que la participación del diseñador gráfico es fundamental.

Finalmente y en concordancia con Aragall, “*el fin último del Diseño para Todos es la intervención sobre entornos, productos y servicios para que todas las personas, incluidas las generaciones futuras, independientemente de la edad, el género, las capacidades o el bagaje cultural, puedan disfrutar participando en la construcción de una mejor sociedad*”.

Referencias

ARAGALL, F. Diseño para Todos

https://www.fundaciononce.es/sites/default/files/docs/DISEOPARATODOSUnconjuntodeinstrumentos_2.pdf. Consultado 14 de mayo de 2019

Fourquet, P. (2018) qué información debe tener la caja de un medicamento. <http://colfarma.info/colfarchascomus/que-informacion-debe-tener-la-caja-de-un-medicamento/>

OSORIO, L., SALINAS, F. & CAJIGAS, M. (2018): "Responsabilidad social y bienestar de la persona mayor", CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, 92, 223-252.

VIDAL, A. Información de medicamentos al paciente, mejora del cumplimiento del tratamiento. <http://www.estudionexo.com.ar/web/index.php/pages/farm>. Consultado 16 de mayo de 2019.

Clasificación de medicamentos por actividades farmacológicas.

<https://www.sefh.es/53congreso/documentos/posters/175.pdf>

<http://www.estudionexo.com.ar/web/index.php/pages/farm>

Creatividad en la industria farmacéutica.

<https://blog.imprentaonline24.es/la-creatividad-y-la-industria-farmaceutica/>

Consultado 11 de mayo de 2019

Índice global de envejecimiento.

<http://www.helpagela.org/queacute-hacemos/ndice-global-de-envejecimiento/>

Consultado 13 de mayo de 2019

Objetivos de desarrollo sostenible.

<http://www.onu.org.mx/agenda-2030/objetivos-del-desarrollo-sostenible/>

Consultado 6 de mayo de 2019

Tendencias y retos de la industria farmacéutica.

<http://www.packaging.enfasis.com/articulos/68077-tendencias-y-retos-la-industria-farmaceutica>

Consultado 16 de mayo de 2019

Tendencias y retos de la industria farmacéutica: **Packaging Machinery Manufacturers Institute (PMMI)** <http://www.packaging.enfasis.com/articulos/68077-tendencias-y-retos-la-industria-farmaceutica>

Número global de artículo comercial: <https://blog.gslmexico.org/que-es-codigo-gtin-para-que-sirve>

Capítulo 9. Proyectos comunitarios SEDESOL–UDEM–Diseño Industrial

Community projects -SEDESOL-UDEM-Industrial Design

Cristina Fernanda Guzmán Siller

Melissa de la Luz Díaz Quiroz

Resumen

Trabajar con Centros Comunitarios de Desarrollo Social permite a nuestros estudiantes conocer otras realidades, otras comunidades, detectar las necesidades que existen a su alrededor y asumir que son agentes de cambio. Esta experiencia les enseña a observar y escuchar a su comunidad, lo que pasa a su alrededor; sacándolos de su mundo cotidiano; y les brinda aprendizajes y noción de proyectos viables. La experiencia también los sensibiliza a poner su grano de arena mediante su crecimiento profesional e interior.

El trabajo que se presenta fue realizado colectivamente por 65 alumnos y tres maestros, quienes realizaron proyectos de diseño en ocho diferentes Centros Comunitarios de la ciudad de Monterrey, Nuevo León y su área metropolitana. El tamaño de cada Centro varía, existen macrocentros y microcentros, por lo que sus problemáticas son muy diversas.

Los grupos de estudiantes participantes en el proyecto pertenecen a dos programas académicos del Departamento de Diseño Industrial de la Universidad de Monterrey (UDEM), el programa de Diseño Industrial (LDI) con la participación de dos grupos, y el programa de Ingeniería en Innovación Sustentable y Energía (IISE) con la participación de un grupo.

El proyecto SEDESOL – UDEM – LDI se realizó durante el semestre otoño 2016 (agosto–diciembre), como parte de la asignatura DI-1310 Estudio de Creatividad I. Esta asignatura pertenece al tercer semestre de ambos programas académicos, cuenta con contenido teórico-práctico y es de carácter obligatorio. Con este proyecto se ejemplifica lo que la UDEM

realiza mediante su metodología de aprendizaje-servicio (UDEM, 2017).
Palabras clave: diseño, inclusión, servicio.

Abstract

Working with Community Centers of Social Development allows our students to know other realities, other communities, detect the needs that exist around them and assume they are agents of change. This experience teaches them to observe and listen to their community, what happens around them, taking them out of their daily world; and provides them with learning and notion of viable projects. The experience also sensitizes them to put their grain of sand through their professional and interior growth.

The work presented was carried out collectively by 65 students and three teachers, who carried out design projects in eight different Community Centers of the city of Monterrey, Nuevo León, and its metropolitan area. The size of each Center varies, there are macro centers and microcenters, so their problems are very diverse.

The groups of students participating in the project belong to two academic programs of the Department of Industrial Design of the University of Monterrey (UDEM), the Industrial Design program (LDI), with the participation of two groups, and the Innovation Engineering program. Sustainable and Energy (IISE), with the participation of a group.

The SEDESOL - UDEM - LDI project was carried out during the semester autumn 2016 (august - december), as part of the assignment DI-1310 Creativity Study I. This assignment belongs to the third semester of both academic programs, it has theoretical-practical content, and it is mandatory. This project exemplifies what the UDEM does through its service-learning methodology (UDEM, 2017).

Key words: design, inclusion, service.

Desarrollo de los aspectos fundamentales de la práctica de aprendizaje-servicio solidario

Como antecedente del proyecto, la Secretaria de Desarrollo Social de Nuevo León (SEDESOL-NL), por medio de la Lic. Yanniz Valadez, Coordinadora de la Subdirección de Inclusión Social y Promoción Social y Educativa, se puso en

contacto con la Directora del Departamento de Diseño Industrial, MDI Leslie Olán, a quien ofreció vincular a la universidad con los Centros Comunitarios de Desarrollo Social del área metropolitana de Monterrey, como parte del programa Inclusión Social con Dignidad (SEDESOL-NL, 2016), que está dirigido a poblaciones vulnerables (con ingresos mensuales menores a \$1,200 pesos) que asisten a los diferentes Centros Comunitarios, principalmente jefas de familia, adultos mayores y personas con discapacidad.

El proyecto tiene su origen en el evento Mes de la Ciudad, llevado a cabo del 6 de octubre al 8 de noviembre de 2016 por la Subdirección de Inclusión Social y Promoción Social y Educativa de SEDESOL-NL. A esta iniciativa se sumó la Escuela de Arte, Arquitectura y Diseño (EAAD) de la UDEM, a través del Departamento de Diseño Industrial.

El objetivo principal del proyecto fue lograr la inmersión de los estudiantes de los dos programas académicos – LDI e IISE-, en las posibilidades de acción que les ofrece la disciplina del diseño y la ingeniería, con el objetivo de contribuir a mejorar el entorno de la comunidad vecina a la universidad y la calidad de vida de sus habitantes; esto mediante la creación de soluciones de diseño viables para la comunidad que incluyan los requerimientos de sus habitantes. Como parte del proyecto, desarrollado con la metodología Diseño Centrado en las Personas (o HCD, Human Centered Design), los estudiantes debían desarrollar, explicar y demostrar los factores involucrados en su diseño, así como su impacto en las personas y en la comunidad (Lockwood, 2010).

Cada uno de los ocho centros (SEDESOL-NL, 2017a) visitados por los grupos de LDI o IISE, contaba con diferentes características, dimensiones y recursos, pero principalmente se advirtió la diversidad de sus asistentes, a quienes se puede clasificar en 5 diferentes grupos: niños, adolescentes, adultos, personas mayores, y personas con limitaciones motrices. Como un ejemplo de la diversidad de características de cada centro, se puede mencionar al centro comunitario La Alianza, ubicado en una zona que se distingue por la cantidad de personas con discapacidad que pertenecen a la comunidad, pues más de 20 personas son usuarios de silla de ruedas, y para quienes las características específicas del centro La Alianza resulta de difícil acceso (Gobierno Ciudadano, 2019).

También se pudieron detectar problemas comunes entre los diferentes centros, uno de los cuales es la falta de talleristas, personal dedicado a impartir los diferentes talleres ofertados en los centros, lo cual afecta la capacidad de brindar los servicios ofrecidos por cada centro, así como la calidad de los talleres impartidos (SEDESOL-NL 2017b, SEDESOL-NL, 2017c). Otros de los problemas comunes encontrados en los centros fueron la falta de espacio para colocar bienes personales de los asistentes y la falta de un espacio adecuado para la espera y estancia de niños. Es necesario agregar que los estudiantes advirtieron que había niños vagando por las instalaciones de los centros durante el tiempo que sus madres asistían a los talleres, esto debido a la ausencia de espacios de juego y ocio dirigidos a menores dentro de las instalaciones.

El proyecto de Diseño para la Inclusión Social, realizado dentro de la asignatura Estudio de Creatividad I, fue un proyecto abordado desde el diseño social, el cual se define como:

Diseño que se enfoca en las necesidades sociales, que incluyen a los ancianos, los pobres y las personas con discapacidad motora. El objetivo es satisfacer los requerimientos de las poblaciones vulnerables que demandan un especial interés por su especificidad (García, Martínez y Salas, 2014: 112).

Actividades Solidarias

Este proyecto se planeó desde un enfoque de aprendizaje activo y considerando un contenido teórico-práctico. Al tener como centro de estudio al hombre y su entorno económico y social, se considera que, a través de la aplicación del conocimiento teórico adquirido, el estudiante logra un mejor análisis, comprensión y afianzamiento del mismo; así mismo, le permite percibir su utilidad a través de la generación de propuestas de diseño aplicadas a problemáticas reales y cercanas a su entorno; se adquiere un sentido de empatía con la situación que afronta el usuario, en este caso personas en situación de vulnerabilidad, y el ambiente donde se encuentran. A través de la aplicación de esta metodología, se permite a los estudiantes generar diseños exitosos y sobre todo socialmente responsables (Steinfeld y Maisel, 2012).

Las materias teórico-prácticas (estudios de diseño), presentes en los dos programas académicos – LDI e IISE-, tienen un valor curricular de 12 créditos y duración de nueve horas de clase semanales. Estas asignaturas permiten a los estudiantes

desarrollar proyectos con los cuales, a partir de los conocimientos teóricos y los resultados de la investigación de campo y la investigación documental, logran la generación de nuevos productos, sistemas o servicios (Moote, 2013). En estos estudios se busca que los estudiantes experimenten, de la manera más cercana a la realidad, lo que será el ejercicio de su profesión, por lo que se busca que los proyectos desarrollados cuenten con un cliente externo a la Universidad de Monterrey.

El proyecto Diseño para la Inclusión Social se presentó a los alumnos bajo el siguiente reto de diseño: ¿Cómo impulsar la inclusión social a través del arte, el diseño y la cultura mediante propuestas en la infraestructura, servicios y generación de experiencias en los Centros Comunitarios?

Los estudiantes trabajaron en equipos de dos a cuatro personas y utilizaron la metodología Human Centered Design (HCD). El HCD comienza examinando las necesidades, deseos y comportamientos de las personas a quienes estará dirigida la solución resultante, pues a lo largo de todo el proceso de diseño, se utiliza esta perspectiva para generar, con base en la empatía, propuestas de solución que sean asertivas y pertinentes. La metodología HCD ayuda a la identificación del reto de diseño o problema específico por resolver; y se desarrolla en tres etapas principales: escuchar, crear y entregar (Rouse, 1991). La Figura 1 muestra las etapas de la metodología, así como una breve descripción de cada una de ellas.

Durante la primera etapa del proyecto, escuchar, se realizaron diversas visitas a los centros comunitarios, por cada visita realizada, cada estudiante realizó un registro tipo diario de campo (Hanington y Martin, 2012). El diario de campo es un documento tipo bitácora donde el investigador registra a detalle la descripción, impresiones, estado actual, hallazgos y conclusiones sobre el espacio, lugar y comunidad visitadas. Este documento también puede incluir fotografías o sketches (dibujos rápidos) explicativos. Su objetivo es proporcionar un documento de consulta al diseñador-investigador que le permita recordar a detalle cualquier momento de la experiencia vivida en la visita y, a través de ello, generar un diseño empático y alineado a las necesidades específicas del usuario. Más adelante en el proyecto, durante el análisis y discusión de estos registros y sus hallazgos, se detectaron los problemas comunes presentes en los diferentes centros visitados, los cuales se utilizaron como referencia

para la generación de ideas dentro de la etapa crear.

Durante del trabajo de campo, los alumnos convivieron de cerca con los usuarios de los centros, con los maestros y administradores para conocer todos los puntos de vista y ponderar las necesidades identificadas, para después generar ideas de solución. Como resultado de la etapa de escuchar y crear, cada equipo presentó cuatro proyectos ante los directivos de SEDESOL-NL, quienes seleccionaron un proyecto por equipo, enfocándose en los proyectos que podían ser replicables en otros de los 45 centros del área metropolitana.

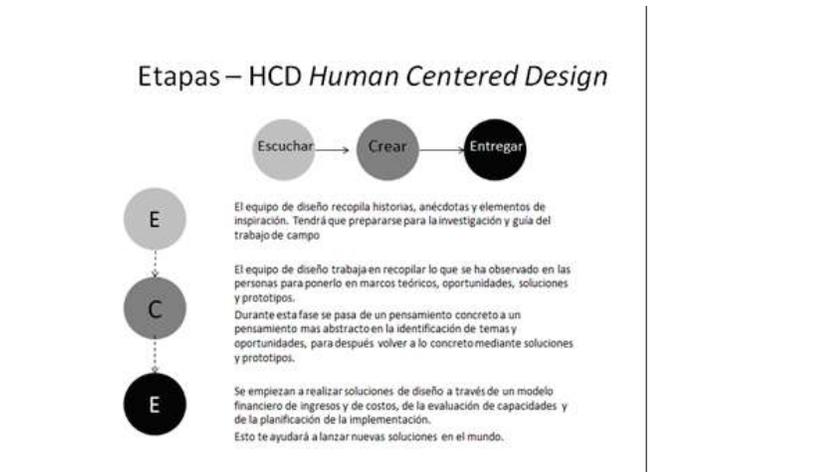


Figura 1. Etapas de metodología Human Centered Design. Fuente: Elaborado por Melissa Díaz Quiroz a partir de IDEO (IDEO, S/F).

Cada equipo detectó y seleccionó uno de los problemas identificados en el centro comunitario elegido para trabajar. En total, y gracias al trabajo en equipo, se logró desarrollar y entregar 18 proyectos en ocho centros comunitarios distintos.

A continuación mencionamos cinco de ellos:

Problema 1: en el Centro Comunitario Valle de la Esperanza, las alumnas detectaron que el área de la cocina se utilizaba como salón multiusos debido a la escasez de espacios disponibles. De tal manera que la cocina se utilizaba para impartir la clase de cocina, el taller de corte y confección y el taller de manualidades, dependiendo del día de la semana. Además, no se contaba con un área para almacenar material y sólo existía una mesa como apoyo.

- **Solución propuesta:** las alumnas propusieron una mesa abatible de pared, que en la clase de cocina se pliega y durante las otras clases se despliega, con lo cual se logra una mayor superficie de trabajo, específicamente cuando se requiere. Así mismo, diseñaron un banco plegable que también ahorra espacio. Estas propuestas se desarrollaron y donaron a la comunidad.
- **Resultado alcanzado:** Mesa Abatible. Las alumnas implementaron la solución al fabricar la mesa en madera de pino e instalarla, haciendo pruebas con las señoras de las clases para comprobar su funcionalidad y solución a la necesidad detectada.



Figura 2. Mesa Abatible para talleres de manualidades y enseres de cocina.
Fuente: Autores (2016).

Problema 2: al llegar al centro comunitario Valle de la Esperanza, una de las necesidades detectadas fue la falta de insumos para la clase de aromaterapia y las clases de cocina, por lo que se elaboró un huerto con hierbas aromáticas y cultivos de temporada, así como se creó un taller de jardinería, pues se observó una gran cantidad de macetas en las casas vecinas al centro. Se determinó que, además de contribuir a la sostenibilidad de los cursos, esto podría ser un punto de conexión con la comunidad mediante el trabajo comunitario en el huerto. Parte de la comunidad son personas con discapacidad que utilizan silla de ruedas, por lo que se dirigió esta actividad para que fuera recreativa para ellos. Otro hallazgo fue la gran cantidad de basura en las calles, donde resaltaba la gran cantidad de llantas desechadas.

- **Solución propuesta:** hacer jardineras a partir de las llantas, pero no todos los vecinos contaban con espacio suficiente en sus casas, por lo que los estudiantes generaron una jardinera vertical, hecha con estructura metálica y mitades de llantas que forman las macetas con dos diferentes alturas. Para incluir a toda la población -niños, personas con discapacidad y adultos mayores- se desarrollaron dos opciones de jardineras: una familiar (de menor dimensión) y otra más grande dirigida al centro comunitario. Estas soluciones se replicarían en otros centros, de acuerdo con sus necesidades.

- **Resultado alcanzado:** Huerto Familiar. Se realizaron dos prototipos, la jardinera familiar y la del centro comunitario, y se entregaron a la comunidad; sin embargo, no se logró conseguir patrocinadores para llevar a cabo la actividad con la comunidad. El plan era conseguir el material para 50 huertos e invitar a la comunidad a armarlos, así como conseguir las llantas para su huerto, logrando con ello el re-uso de las llantas tiradas por toda la comunidad.



Figura 3. Fotos del proyecto huertos familiares.
Fuente: Autores (2016)

Problema 3: este equipo trabajó con el centro comunitario La Alianza Sector Q, donde observaron que en el espacio de almacenamiento de materiales había un gran área de oportunidad; no se tenía un cuidado correcto de los materiales debido a la falta de orden y la gran variedad de objetos.

- **Solución propuesta:** un mueble multifuncional móvil diseñado en 2 secciones; una de ellas, para guardar los materiales para las clases de costura y manualidades,

y que al momento de la clase sólo se traslade para tener el material a la mano; el otro segmento del mueble se diseñó para almacenar los balones de fútbol, básquet y vóleibol y cuenta con llantas de un diámetro mayor lo que facilita el traslado al jardín cuando es requerido.

- Resultado alcanzado: Almacén Móvil. Las alumnas fabricaron los dos segmentos del mueble y los entregaron a la comunidad La Alianza Sector Q. Después de la entrega participaron como voluntarias para organizar la bodega y acomodar el material dentro de los muebles.



Figura 4. Resultados del proyecto almacén móvil: organizador interior y organizador exterior para pelotas y balones.
Fuente: Autores (2016).

Problema 4: unos de los problemas más frecuentes, en casi todos los centros comunitarios, es el almacenamiento de materiales, ya que los salones son multifuncionales. El centro comunitario Lomas de la Fama cuenta con un gran salón multiusos y el material para los talleres se encontraba distribuido cerca de las paredes, lo que reducía el espacio utilizable, además de no ser la mejor forma de almacenarlo para estar al alcance de los asistentes.

- **Solución propuesta:** se diseñó un clóset de guardado de donde se sacan dos compartimentos mediante rodamientos. Cada compartimento, cuenta con dos lados para organizar el material por clase, cuatro clases por closet. Estos grandes

compartimentos pueden desplazarse al área donde se impartirá la clase. Además, el clóset también funciona como pizarrón para avisos a la comunidad.

- **Resultado alcanzado:** Closet de guardado. Las alumnas fabricaron el mueble y fueron a entregarlo a la comunidad. La directora del Centro estaba realmente agradecida.



Figura 5. Resultado del proyecto de closet de guardado para un salón de usos múltiples.
Fuente: Autores (2016).

Problema 5: se observó que mientras las mamás asisten a los talleres, sus niños se ponían a jugar con el material de otras clases. Se decidió por este motivo enfocarse en los niños y crear un espacio para ellos, con lo que se permite que más madres puedan acudir a los talleres.

- **Solución propuesta:** creación de una esquina de juegos y lectura.
- **Resultado alcanzado:** LUDUS – Ludoteca. Las alumnas desarrollaron el mobiliario en madera de triplay. Debido a sus dimensiones el mueble se armó directamente en el centro comunitario, permitiendo a la comunidad involucrarse más con él durante su instalación.

Dificultades/desafíos que debieron enfrentar y estrategias para la resolución de problemas

El primer reto que tuvieron que enfrentar los estudiantes fue salir de su zona de confort e ir a conocer las comunidades aledañas de la ciudad. Les tomó la primera visita vencer sus miedos y temores, pero la gente los recibió con gusto y observaron la cantidad de necesidades que existen, lo que logró que, en la mayoría de los casos, se volcaran hacia el servicio para las comunidades.



Figura 6. Resultado del proyecto LUDUS - ludoteca para salón múltiple.
Fuente: Autores (2016).

Luego vinieron los problemas técnicos, pues SEDESOL-NL, al principio del proyecto, había prometido apoyar los proyectos y ver la posibilidad de que se replicaran en otros centros comunitarios, por lo que era importante hacer proyectos que pudieran resolver las mismas problemáticas en los diferentes centros comunitarios, como es el caso de muebles de almacén, áreas de juegos para niños o accesorios para ayudar a las personas de la tercera edad a transportar objetos. La realidad fue que, posteriormente, el gobierno dijo que no era posible proporcionar los recursos comentados; sin embargo, los estudiantes necesitaban cumplir con su programa y sus objetivos para lograr entregar los proyectos a la comunidad. Se buscaron apoyos con algunas compañías independientes y se pudieron obtener descuentos en materiales; y en el caso de la UDEM, un descuento en el uso de la maquinaria de corte láser disponible en sus talleres. También se había pensado en realizar la

actividad de botear (pedir dinero en las calles utilizando un bote plástico) para recabar fondos y poder replicar los productos, pero la asociación que organizaba el evento no nos permitió pedir donativos, por lo que los proyectos se financiaron con recursos provenientes de los alumnos. Las inversiones fueron desde los \$1,500 hasta los \$7,000 por proyecto, lo que fue un reto para los jóvenes, pero después de entregar los proyectos se quedaron muy satisfechos con su logro personal.

El problema con este tipo de proyectos es que se deben identificar los problemas y luego buscar las soluciones, por lo que resulta un poco difícil advertir los materiales que se requerirán para el proyecto. Una alternativa a estas situaciones sería contar con un fondo destinado al desarrollo de proyectos en los centros comunitarios, o hacer convenios con ferreterías de la zona donde puedan darles a los estudiantes un descuento para bajar los costos del proyecto.

De los 20 equipos resultantes de los tres grupos de la materia, 18 cumplieron sus objetivos: conocer a la comunidad, plantear varios proyectos viables, revisarlos con los representantes de SEDESOL-NL, hablar con la comunidad para que seleccionara los proyectos más significativos para ellos, y entregar un prototipo funcional a cada comunidad, los otros dos equipos no obtuvieron calificaciones aprobatorias.

Cabe señalar que todos los productos diseñados debían ser replicables mediante herramientas de trabajo básicas o equipos existentes en los centros, y estar fabricados con materiales resistentes y de bajo costo, ya que, como se mencionó anteriormente, el objetivo era que las soluciones generadas fueran sostenibles. En el caso de los productos, debía ser factible replicarlos dentro de los centros comunitarios o de manera personal por los asistentes para su uso personal e incluso para su venta y permitirles así obtener un ingreso adicional. Por este motivo, entre los entregables del proyecto de diseño se incluyeron dibujos técnicos constructivos de cada producto, así como su instructivo de uso. Cabe señalar que los conceptos de diseño de todos los productos se elaboraron con la participación de las personas del centro para asegurar su efectividad, buena aceptación y pertinencia. La funcionalidad de los productos ya terminados también se validó con ellos mismos.

Los trabajos realizados se exhibieron en dos ocasiones: la primera exhibición fue abierta a la comunidad, en un parque de la vía pública. La segunda fue realizada para SEDESOL-NL en el Macrocentro Comunitarios Bicentenario, en la colonia Independencia (Monterrey, N.L.), donde participaron las autoridades de esta secretaría, los encargados de la mayoría de los centros, así como los usuarios de dicho centro.

El trabajo que se hizo en las comunidades fue muy formativo para los estudiantes, quienes tuvieron que vencer muchos retos para fabricar un prototipo funcional y entregarlo a la comunidad aportando su grano de arena. Las diferentes soluciones y mobiliarios fueron muy bien acogidos por los usuarios. Cabe señalar que las áreas de oportunidad que tienen los centros comunitarios siguen siendo muchas, por lo que es necesario seguir trabajando en conjunto.

Este trabajo es una muestra de otros proyectos que se han realizado por estudiantes de LDI e IISE, y cada vez se logra una mejor experiencia para los alumnos y para las comunidades gracias a la retroalimentación que se recibió del Centro Latinoamericano de Aprendizaje y Servicio Solidario (CLAYSS), y de los compañeros en las secciones de trabajo. Siempre se busca cómo mejorar la educación de los alumnos e integrarlos al ámbito profesional, inculcándoles la responsabilidad social como componente diferenciador.

De los 18 proyectos concluidos, uno de ellos se enfocaba en el servicio, en vincular los centros comunitarios con la UDEM, por lo que se propuso la opción de que los estudiantes fueran talleristas como parte del servicio social que todos los universitarios mexicanos tienen que cumplir. En la UDEM, los alumnos tienen que realizar 480 horas de servicio social, por lo que podrían ser voluntarios de los talleres por un año.

El mayor logro del proyecto Diseño para la Inclusión Social, de la asignatura de DI-1310 Estudio de Creatividad I del programa de Licenciatura en Diseño Industrial, fue la creación e implementación del Programa de Servicio Social CentrARTE, en conjunto con el Centro Comunitario de Desarrollo Social. La Ermita. La maestra Melissa Díaz Quiroz es la responsable actual del proyecto y están trabajando con su primer centro, ya que es un proyecto piloto que se podría replicar en otros centros comunitarios, por lo que la relación con SEDESOL-NL continúa dando

pasos pequeños, pero sólidos para crear una red de servicio comunitario. Las expectativas son que año con año se vayan abriendo las posibilidades en más centros comunitarios.

Otro gran logro de este proyecto es la posibilidad de vincular el servicio social obligatorio en México, con una práctica profesional. Si se logra abrir camino en este sentido, que nuestros alumnos diseñadores puedan hacer su servicio social desarrollando productos y servicios para la comunidad, eso los acercará a la realidad de las necesidades y los desarrollará profesionalmente. Así como el médico hace su servicio social en comunidades, asimismo queremos que cada profesión ofrezca a las comunidades vulnerables sus capacidades y conocimientos. Creemos que vamos por buen camino impulsando estas iniciativas.

Bibliografía

- García, D.;** Martínez, A. y B., Salas, (2014) “*Diseñamos ¿para un mundo real?*” en García Lizárraga, D. (editor), *Antologías. Diseño para la discapacidad*. México, Universidad Autónoma Metropolitana
- Gobierno Ciudadano.** (2019). “*Centro Comunitario Nuevo León La Alianza*” [en línea]. Disponible en: <https://web.facebook.com/CC.LAALIANZA/> [Consultado del día 9 de junio de 2019]
- Hanington, B. y B., Martin,** (2012). *Universal Methods of Design: 100 Ways to Research Complex Problems, Develop Innovative Ideas, and Design Effective Solutions*. Beverly, M.A., Rockport Publishers
- IDEO** (S/F). *Diseño Centrado en las personas. Kit de herramientas* (2da ed.) [En línea]. Disponible en: https://hcd-connect-production.s3.amazonaws.com/toolkit/en/spanish_download/ideo_hcd_toolkit_final_combined_lr.pdf. [Consultado el 1 de agosto de 2016]
- Lockwood, T.,** (2010) *Design thinking: integrating innovation, customer experience and brand value*. New York, NY, Allworth Press. ISBN 9781581156683
- Moote, I.** (2013). *Design thinking for strategic innovation: what they can't teach you at business or design school*. Hoboken, NJ, John Wiley & Sons Inc. ISBN 9781118620120
- Rouse, W.,** (1991). *Design for Success. A Human-Centered Approach to Designing Successful Products and Systems*. USA, John Wiley & Sons, Inc.
- SEDESOL-NL,** Secretaria de Desarrollo Social Nuevo León, (2016). “*Programa Inclusión con Dignidad*” (notas de presentación digital). Departamento de Diseño Industrial, Universidad de Monterrey, junio de 2016
- SEDESOL-NL,** Secretaria de Desarrollo Social Nuevo León, (2017a). *Directorio de Centros Comunitarios*. [En línea]. Nuevo León, disponible en: <http://www.nl.gob.mx/servicios/directorio-de-centros-comunitarios>
- SEDESOL-NL,** Secretaria de Desarrollo Social Nuevo León (2017b). “*Cursos y talleres en los Centros Comunitarios*” en *Servicios*. [En línea]. Nuevo León, disponible en: <http://www.nl.gob.mx/servicios/cursos-y-talleres-en-los-centros-comunitarios> [Recuperado el día 10 de septiembre de 2017]
- SEDESOL-NL,** Secretaria de Desarrollo Social Nuevo León (2017c). “*Talleres de los Centros Comunitarios de Nuevo León*” [En línea]. Disponible en: http://www.nl.gob.mx/sites/default/files/listado_de_talleres.pdf [Recuperado el día 10 de septiembre de 2017]
- Steinfeld, E. y J., Maisel,** (2012). *Universal Design. Creating Inclusive Environments*. Hoboken, N.J., John Wiley & Sons, Inc.

Capítulo 10. Visibilidad de las mujeres en la imagen promovida por el diseño editorial

Visibility of women in the image promoted by editorial design

Adriana Luisa Esteve González

Resumen

La identidad se construye con lo visto, lo leído y lo escuchado; en este sentido la mujer ha sido objeto de representación en el diseño, la ilustración, el arte, la literatura y la publicidad, así estableció su identidad.

La sociedad exige de la mujer características físicas y de comportamiento particulares para ser considerada femenina, como el uso de vestimenta que puede ser incómoda; por ejemplo: zapatos de tacón o ropa ajustada que la hagan ver delicada. Del mismo modo, la sociedad pide que la sonrisa y la voz sean tenues, así como, actitudes donde no exigen ser escuchadas ¿De dónde surge esta sumisión? En Lypovetsky se registra el surgimiento del bello sexo en la historia, así como la división entre características femeninas y masculinas. Con Butler y Fraser revisamos el postulado donde el ser humano prefiere ser menospreciado a ser ignorado. La mujer ha vivido la falta de reconocimiento, tanto en la imagen como en el texto. De ahí que podamos observar imágenes en las que se representa al ideal “femenino”, pero cuando las imágenes presentan otros fenotipos de mujer sorprenden o molestan. En contraparte, en muchas imágenes, aunque el tema en donde ellas no sean mujeres sólo se muestran varones y éstas aparecen en segundo plano relegadas a actividades menores.

Se propone al diseño, como parte de los agentes que pueden apoyar a visibilizar y dar por ser una de las disciplinas como una herramienta de solución en las imágenes que vemos reconocimiento a los distintos tipos de mujer tanto en cuerpos como en estilos de vida, culturas y capacidades. Al ser la imagen un constructor de identidad es importante impulsar mayor cantidad y variedad de las imágenes que presenten a la mujer:

Palabras clave: mujer, imagen, representación.

Abstract

The concept of identity is constructed with the things that we see, read and hear, and this is how women have been an object of representation in designs, illustrations, art and advertising, thereby establishing her identity for a long time.

Society demands specific physical characteristics for women to become part of the fair sex, the use of potentially uncomfortable garments or accessories, like high heels or tight clothing, but that convey a feminine image, the requirement to smile or speak in a low voice, as well as not expecting to be heard. If a woman stands out and competes, she must do so in a conciliatory way. Where does this submission and these feminine characteristics come from? With Lypovetsky we take a brief tour to understand when the division between feminine and masculine characteristics begins, or the origins of the so-called second and fair sex. With Butler and Fraser, it is evident that the human being prefers to be despised rather than being ignored, and that is something that women have lived with and, in many cases, without reflecting upon the image that she sees, and from seeing it so much, it becomes invisible, desensitized. When women are represented they appear as the ideal of perfection, leading to a negatively surprised or annoyed reaction when an unexpected feminine phenotype is represented.

Design can be used as one of the agents that can help an element be made visible and recognized in different cultures and capacities; this is the case of the different types of women's bodies and phenotypes, which leads to breaking or stopping the use of an ideal of perfection.

Key words: woman, image, representation

Introducción

El presente trabajo versa sobre la imagen femenina vista cotidianamente. Por lo cual se pretende pensar y repensar en las convenciones sociales en las que hemos vivido y por las que se define la imagen que vemos publicada de la mujer.

México es un país con 119 millones de habitantes de los que un poco más de la mitad son mujeres. Es un país extenso y diverso por lo que es importante considerar la pluralidad de mujeres que lo habitan; qué imágenes las muestran y bajo qué criterios.

En general, la representación de la mujer que vemos en las imágenes de diversos medios de comunicación en México suele ser de dos tipos: el primero, mujeres dóciles, sonrientes al cuidado del hogar o de los hijos; el segundo, mujeres sensuales con gran carga sexual. Las vemos tanto en la imagen como en el texto, son el ideal de mujer; corporalmente la representación aspiracional son mujeres blancas, jóvenes, altas, delgadas, con cabello oscuro largo y ondulado. Contrario a lo anterior, está la ausencia de las imágenes de mujeres en ámbitos “socialmente masculinos” como el político o el empresarial donde sólo se muestran varones.

Como resultado del paradigma androcéntrico que rige a la sociedad desde hace siglos, se ha asociado a la mujer con trabajos poco demandantes intelectualmente (secretaria y enfermera, en lugar de jefa y médico). Opuesto a lo dicho, se les han exigido atributos relacionados con la belleza. Habría que analizar ¿Cuándo empezó la división de género? ¿De dónde surge esta sumisión? ¿Cómo tomó fuerza el androcentrismo? Lipovetsky, en su libro *La tercera mujer*, señaló los momentos en la historia que marcaron el inicio de las características asociadas a lo femenino y a la belleza. Y cómo históricamente a la mujer se le ha asociado más al ideal de belleza que al trabajo intelectual.

Con los estudios de género se revisa el trato social y las relaciones asimétricas de poder en las que ha vivido la mujer; Butler y Fraser apuntan cómo los actos reiterados y la falta de reconocimiento construyen identidad, “actos” que nombran o invisibilizan, que dan un lugar en la sociedad, que posicionan en una condición determinada. Al no reconocer las capacidades y cualidades de las mujeres en la imagen o en el texto se refuerza lo que han vivido.

Como profesionistas del diseño debemos repensar a qué obedece o de qué depende la elección de los personajes incluidos en las fotografías, y cómo estas decisiones tienen consecuencias que generadoras de identidad. La decisión de qué imágenes se presentan nunca es inocente, puede no ser consciente, y por ello,

la urgencia de tomar una postura, pues se puede fisurar el paradigma actual sobre el tipo de mujer que se muestra en ellas, en principio incluyéndola cuando no aparecen en la imagen o al mostrar diferentes fenotipos de mujeres profesionistas: gordas, bajas, morenas, mayores, discapacitadas y más.

La selección de imágenes mostradas es producto de las relaciones sociales en las que vivimos. Por ello, es muy importante que desde la formación de próximos profesionistas del diseño se cuestionen estas elecciones, así como, revisar los criterios seleccionadores e impulsar la variedad en las imágenes presentadas. Es importante la reflexión sobre los prejuicios y estereotipos actuales, sorprende la manera inconsciente en la que hemos apoyado y ayudado a preservarlos. Esto puede solucionarse con pequeños o grandes cambios.

El objetivo propuesto es pensar y una actitud frente a la desigualdad, no sólo pensamos en lo poco que se ve a la mujer en muchas imágenes (como ejemplo se ha tomado al deporte). Actualmente, las mujeres exigen ser vistas no bajo los criterios de belleza femenina, sino como personas que realizan actividades que demandan importante esfuerzo corporal, donde los criterios son otros los criterios, la práctica y el esfuerzo.

Es poca la extensión para profundizar en el tema, con el riesgo asumido de quedar en la superficie se propone la idea central en la que el diseño y disciplinas que trabajen con la imagen tendrán que, desde la enseñanza y la profesión, pensar la imagen para incidir de forma consciente.

La mujer y el bello sexo

Las mujeres son ampliamente representadas en el diseño, la ilustración, el arte y la publicidad, estas son imágenes que construyen la identidad, la cual no sólo se establece a partir de la visualidad, la oralidad o la escritura que, también, son parte fundamental de esta construcción. Por lo que para esta investigación se considera que los lenguajes oral, escrito y visual se alimentan los unos a los otros, donde lo enunciado también se convierte en imagen.

Pero ¿qué dice de una sociedad? En la que el diccionario más usado del castellano, el de la Real Academia de la Lengua Española (2019), presente 13 expresiones para referirse a la mujer, donde seis de ellas son para llamarla prostituta o señalar su sensualidad (u otras acepciones como: mujer de la calle; mujer del partido; mujer fatal; mujer mundana; mujer objeto; mujer pública) y tres para aludirla por su poca cabeza, por su fisiología o por su capacidad para las labores y cuidado del hogar (también, están acepciones como: mujer de gobierno; ser mujer una niña o adolescente; pobre mujer). Si la Academia además de normar el lenguaje da es un registro de su uso, se manifiestan las relaciones de poder como las enuncia Foucault, relaciones asimétricas en donde la mitad de la población mundial asume el rol de autoridad con anuencia. Tanto en el lenguaje oral/escrito como en la imagen ocurren procesos de representación similares, que han otorgado a la mujer características construidas por las relaciones en las que ha vivido.

¿Por qué la mujer está definida por su estado civil? ¿Importa si es señora o señorita? O ¿Debería importar al igual que se les preguntará a los varones a qué se dedican laboralmente? ¿Por qué se le llama el bello sexo?

Lipovetsky en el libro *La tercera mujer* (2017) marca como ya se ha menciona, el concepto del bello sexo y con él, cómo las mujeres han de guardar una imagen corporal determinada por la sociedad para ser consideradas hermosas. Mientras la mujer tuvo un papel en el ámbito productivo junto con el hombre, la belleza no era distintiva de la feminidad, en el momento en el que surge la división social entre clase rica y pobre, las mujeres laboriosas dedicadas a producir no tienen tiempo de ocuparse de ser bellas. Contrario a ellas, las mujeres ricas exentas de trabajar se dedicaban a cultivar su cuerpo, maquillarse, arreglarse para no aburrirse o para resultar atractivas al marido. Es en esta época que aparecen criterios de belleza y feminidad que sólo las mujeres desligadas del trabajo productivo podían cumplir. En el Renacimiento se da el apogeo y culto al bello sexo, la imagen de la mujer se presenta como divina, etérea y de forma distinta a esta representación aparecen las mujeres asociadas a la malicia quienes son hermosas y licenciosas. En la Modernidad se hace más evidente la diferencia entre los sexos, en el siglo XV con el marcado cambio de vestimenta, mujeres con trajes largos y varones con trajes cortos, y para el siglo XVI aparecen los corsés y con ellos la diferencia física se hace absoluta entre hombres y mujeres, al evidenciar la cintura pequeña y resaltar los pechos en ellas.

La música, literatura y pintura presentan a la mujer solamente en términos de belleza. Su ideal como segundo sexo es ser semejante a un ángel o criatura mágica, por lo que no tiene necesidad de pensar, sólo de ser hermosa. Estas condiciones contribuyeron al estereotipo de mujer frágil, pasiva, inferior mentalmente y dependiente de los hombres.

En el siglo XX con la proliferación de las revistas femeninas (donde se promueve la mejora del aspecto físico, al publicar consejos de belleza y moda) más mujeres y en particular las que antes no tenían acceso a estas publicaciones, como las trabajadoras de bajos recursos tuvieron acceso a ellas, es entonces que, hay más posibilidades de acercarse a la belleza esperada y exigida socialmente. En esta época el estereotipo de belleza asociada a la malicia cambia por un atractivo más sexual, una belleza que causa el deseo masculino.

Con estas breves acotaciones se muestra desde hace cuánto tiempo la mujer ha cumplido con estos requisitos para ser femenina, y cómo se les desligó de los trabajos intelectuales remunerados. En general, la mujer se dedicó al hogar y cuidado de la familia.

Las mujeres en la imagen

El culto a la belleza y los artilugios usados para lograrla (pieles blancas, tacones, perfumes, joyas, fajas, ropa en muchos casos incómoda) marcan en general el nivel económico de las mujeres, hacen evidente las diferencias sociales entre las mismas, donde unas no son vistas porque trabajan y las otras trabajan para ser miradas y admiradas ¿En la imagen presentada sólo se mira a esas mujeres? Si, las demás son ignoradas, son parte del escenario, no son del grupo de los personajes de la imagen o del texto y cuando adquieren la categoría de personaje socialmente sorprende o molesta, mujeres gordas o de tez oscura o con rasgos fuera de lo convencional, de cuerpos distintos, mujeres mayores, no son las que se quieren ver, confrontan al que mira, pues estamos acostumbradas a vernos a través de la mirada masculina una mirada estereotipada, donde la mujer que se busca y se quiere es la representante del sexo bello y débil.

Para esta investigación los lenguajes oral, escrito y visual se alimentan unos a otros, comunican e interpelan de la misma manera, dan posición, nombran y otorgan lugar en la sociedad, estos lenguajes pueden apuntalar o destruir prejuicios y estereotipos.

Butler en el libro *Lenguaje, poder e identidad* expone:

Un “*acto*” no es un evento momentáneo, sino un cierto tipo de red de horizontes temporales, una condensación de iterabilidad que excede el momento al que da lugar. La posibilidad de un acto de habla para resignificar un contexto previo depende en parte, del intervalo entre el contexto en el que se origina o la intención que anima un enunciado y los efectos que este produce (Butler, 2009).

Si las imágenes de mujeres que vemos en el diseño, arte y la gráfica popular han sido las mismas durante siglos este “*acto*” de representarlas o nombrarlas ha reforzado la idea e imagen actual que tienen la mayoría. Por lo tanto, si se diversifican y se muestran más tipos de ellas, esto apoyará a que también cambie lo que se habla y escribe, pero para que este cambio se dé, se necesita tiempo, para que la mayoría de las mujeres pidan ser mostradas de otras maneras, en otras actividades con actitudes. Muchas de ellas no tienen problema con la imagen presentada, es un ideal, aunque estén lejos de él, es mejor eso que verse expuestas a la realidad de una piel que envejece y pierde tersura o un cuerpo pasado de peso. La diversidad en la cantidad exorbitante de imágenes ideales presentadas favorecería a aminorar:

Las mujeres aprenden a relacionarse con los hombres al interactuar en familia, en la sociedad, en medios como el cine, la televisión y las redes. Aprenden a verse a través de la mirada y el discurso masculino, un ejemplo de estas relaciones es el plural masculino en el castellano, por ser conveniente para el idioma las mujeres se deben sentir incluidas en este plural, porque así ha sido, al igual que cuando ven una imagen sobre algún tipo de disciplina o profesión, aunque los que estén representados sean sólo varones, la mujer ha de sentirse incluida. Entonces, si la imagen que predomina socialmente es la de mujer dulce ¿se puede suponer que así es intrínsecamente? cuando es mostrada dócil o serena, pero ¿quién dice que la mujer es buena o sumisa por naturaleza? Las mismas imágenes en las que las mujeres aprenden cómo ser mujer; donde se las ve afables, laboriosas o contemplativas, pero entonces, ¿qué pasa con las imágenes que no cumplen estas expectativas? **Figura 1** Son difíciles de enfrentar y convivir con ellas, tanto para los hombres como para las mujeres, para

ellos por no cumplir con lo esperado, son mujeres que exigen que se las escuche que dicen lo que piensan, esperan y quieren. Y para las mujeres imponen actitudes que van en contra de lo que está interiorizado, ejemplo de esto el no discutir.



Imagen 1. Femen. Victims of the Mexican State – Where are They?

El diseño tiene la oportunidad de ayudar a disminuir el paradigma androcéntrico actual y generar un cambio en la representación, así como el tratamiento de esta imagen, al mostrar a la mujer en todos los ámbitos, al exponerla en la diversidad de sus actividades laborales. Evidenciar que no son físicamente perfectas y no tienen que serlo y, sobre todo, que no son una sola, hay una amplia diversidad de fenotipos, de orientaciones, distintas discapacidades y culturas. Y, sin embargo, todas son mujeres.

Cabe preguntarse por qué los varones no se han cuestionado esta disparidad en la imagen y por qué las mujeres consideran normal así aparece. La mitad de la población mundial femenina está acostumbrada a no verse en la imagen, aunque se hable de ella. Es común ver grupos de políticos varones [Figura 2](#) hablar y sorprendentemente tomar decisiones sobre cuerpos que sólo conocen por el tacto. Más extraño es que muchas mujeres asuman estas decisiones, y cuando se escucha la demanda “Mi cuerpo, mi decisión” ésta no sea aceptada por una gran parte de la sociedad, en consecuencia se perpetúan ideas como “*La mujer perfecta es la que nunca habla*”.

[Figura 3](#)



Imagen 2. Evento "Uniendo esfuerzos"

Figura 3



"La mujer perfecta es la que no habla nunca"

El diseño editorial y la imagen presentada

El diseño al ser una de las disciplinas que trabaja con las imágenes, tiene incidencia en el tipo. Gracias al diseño las vemos publicadas en los diversos medios de comunicación, tanto impresos como digitales. El diseño editorial, la edición y la investigación iconográfica son, pues tres especialidades que definen las imágenes que se verán en las publicaciones, encargan de sugerir o seleccionar las imágenes que se usarán. Además, definen los criterios que se quieren de las mismas, las características solicitadas, entre estas de género de las personas presentadas, particularidades corporales, de vestimenta, sus acciones y actitudes. Todas estas características refuerzan o fisuran identidades, en el siglo XXI el avance es visible en ciertos sectores sociales, pero hay otros que no han cambiado. Las niñas y jóvenes siguen en un segundo plano, es por ello, que considero importante la reflexión tanto desde la academia, como desde el ámbito profesional, las imágenes se leen al igual que el texto, comunican algo y es ahí donde el diseño puede ayudar a comunicar la equidad e inclusión.

No obstante, las preguntas no se acaban, pues ¿Qué necesitan las mujeres? Las mujeres necesitan ser reconocidas, para Fraser la falta de reconocimiento es estar expuesto a la invisibilidad en virtud de las prácticas de representación, comunicación e interpretación legitimadas por la propia cultura (Fraser, 2016:28). Reconocimiento de los varones se lo den, pero, sobre todo, de ellas mismas. En la medida en que la mujer se reconozca por lo que hace, siente y es, estará más presente en las imágenes que actualmente no está. En ámbitos laborales, no como enfermera sino como médica, no como asistente sino como deportista. Reconocimiento al cuerpo natural, al envejecimiento de éste, reconocer cuerpos en la variedad de la imperfección. Al final, en muchos casos la misma mujer perpetúa la metáfora petrificada que parecería dada desde el inicio de los tiempos.

Y de nuevo la pregunta ¿Por qué la resistencia aún en el siglo XXI por reconocer a las mujeres y, sobre todo, a la diversidad de mujeres con las mismas capacidades que los hombres? El androcentrismo está arraigado en nuestra sociedad, la mujer es observadora de la vida del género masculino y como ejemplo tomemos el ámbito deportivo, en el fútbol si se habla de la Liga Mx se da por hecho que es varonil, en el deporte si es con mujeres ha de llevar la especificación femenil.

Dentro de los deportes hay algunos en los que ellas no se “ven bien” como el soccer, basquetbol **Figura 4**, box o pesas, no son actividades “femeninas” En contra parte, tenemos deportes como el voleibol **Figura 5** y más si es de playa, tenis, gimnasia olímpica, donde el atuendo apoya la femineidad, se ven estéticas, pero también se les exigen otras características, como la sonrisa aunque no quieran tenerla en el rostro, o un cuerpo delgado aunque hayan llegado a las Olimpiadas.

Equipo mexicano de basquetbol femenil.



Equipo mexicano de voleibol femenil.

“Soy mexicana y luzco como mexicana. No pueden esperar ver a una rubia” Figura 6 así lo dijo Alexa Moreno, gimnasta mexicana, que llega a las Olimpiadas y primera en ganar medalla en un Mundial de gimnasia. Fue duramente criticada por su cuerpo, por no ser esbelta.



Gimnasta Alexa Moreno Olimpiadas de Río de Janeiro.

Se tomó como ejemplo el deporte para demostrar que sobre el cuerpo de la mujer pesan exigencias creadas socialmente, avaladas tanto por mujeres como por hombres, exigencias de un cuerpo delgado, de vestimenta que reafirmen la feminidad, de sonreír; de no quejarse, de hablar poco y con voz moderada, de no realizar actividades en las que no se vea bien.

Ideas creadas y reforzadas por años, ideas que una parte de la sociedad cuestiona o quiere cambiar. Al incorporar temas de género y de inclusión en la enseñanza del diseño se puede sensibilizar a las nuevas generaciones sobre el impacto que tiene la imagen elegida, si bien puede ser algo mínimo, la suma de diversidad de temas incluyentes con el tiempo generará el cambio. En la medida en que las nuevas generaciones impulsen distintas formas de ver a la mujer se podrán mostrar por ejemplo imágenes donde se aprecie el esfuerzo físico del cuerpo en el deporte, aunque no se vea femenino.

Conclusión

Es un tema de necesario discusión y reflexión. El paradigma androcentrista puede ser fisurado por el cambio en la imagen que se presenta cotidianamente, el diseño es una de las disciplinas que puede estimular este cambio, al influenciar tanto a quienes piden las imágenes, como al público al que se le presentan, a ver mujeres en el deporte, la ciencia y las artes. Al tomar al deporte como ejemplo sabemos que el económicamente más rentable es el varonil, pero cada vez más niñas, jóvenes y mujeres empujan o exigen verse representadas en el empeño de logros que hacen y tienen. Hay deportistas y entrenadores varones que reconocen los logros de los equipos femeniles, y cada vez se suman más aliados para visibilizar o reconocer a las mujeres en la diversidad de acciones y actitudes.

Para que la equidad sea real muchos esfuerzos han de conjuntarse políticos, empresariales, académicos y educativos. Desde la enseñanza del diseño se puede concienciar a las nuevas generaciones de estudiantes para que se vean los diferentes tipos de mujeres, que aboguen por la diversidad en la imagen para presentar mujeres en acciones y trabajos en los que normalmente se ven sólo varones, mostrar imágenes donde se vean diferentes fenotipos y no se encasille a un solo tipo de representación.

Por último, mientras más mujeres apoyen las actividades de mujeres en todos los ámbitos y se vivan como mujeres capaces e independientes en todas las profesiones, pugnarán por ser tratadas igual, recibir el mismo acceso a condiciones de derechos humanos, salud, educación y salarios. Al trabajar también con hombres aliados que cuestionen las diferencias y apoyen condiciones igualitarias se logrará antes la equidad. Llevará tiempo, pero debemos acelerarla. Estamos convencidas convencida de que el diseño es una de las disciplinas que puede aportar a través de la imagen para que la fisura del androcentrismo se haga mayor; para llegar a una propuesta más incluyente en la sociedad.

Bibliografía

- ASALE**, R. (2019). Mujer. [Online] «Diccionario de la lengua española» - Edición del Tricentenario. Available at: <https://dle.rae.es/?id=QlvMnRp> [Accessed 12 Jun. 2019].
- Butler**, J. (2009). Lenguaje, poder e identidad. Madrid: Síntesis.
- Butler**, J. and Fraser, N. (2016). ¿Redistribución o reconocimiento? Madrid: Traficante de sueños.
- Foucault**, M. (n.d.). El sujeto y el poder. Chile: Escuela de Filosofía Universidad ARCIS.
- Lypovetsky**, G. (2017). La tercera mujer. Barcelona: Anagrama

Imágenes

- Imagen 1:** Femen.org. (2019). Victims of the Mexican State – Where are they? – FEMEN. [Online] Available at: <https://femen.org/victims-of-the-mexican-state-where-are-they/> [Accessed 16 May 2019].
- Imagen 2:** Mendoza, V. (2019). Secretaría de Salud avanza en la regulación de la lactancia materna. [Online] Su Médico. Available at: <https://sumedico.com/secretaria-de-salud-lactancia-materna/> [Accessed 16 May 2019].
- Imagen 3:** Mora, Á. (2019). “La mujer perfecta es la que no habla nunca”. [Online] EL PAÍS. Available at: https://elpais.com/elpais/2019/05/09/mujeres/1557413431_887898.html [Accessed 16 May 2019].
- Imagen 4:** EL DEBATE. (2019). México dejó ir el bronce en el basquetbol femenino de Juegos centroamericanos. [Online] Available at: <https://www.debate.com.mx/deportes/mexico-pierde-medalla-de-bronce-basquetbol-femenino-juegos-centroamericanos-20180724-0295.html> [Accessed 16 May 2019].
- Imagen 5:** Mejía, L. (2019). ¡México ganó de nuevo en Campeonato Mundial de voleibol femenino luego de 36 años! [Online] Sopitas.com. Available at: <https://www.sopitas.com/deportes/mexico-gano-campeonato-mundial-voleibol-femenil-luego-26-anos/> [Accessed 16 May 2019].
- Imagen 6:** Animal Político. (2019). Me dolió: habla la gimnasta mexicana criticada por su peso. [Online] Available at: <https://www.animalpolitico.com/2016/08/alex-gimnasta-mexicana/> [Accessed 16 May 2019].

APARTADO 2

Capítulo 11. Consideraciones para la práctica del Diseño Social

Considerations to practice Social Design

Ana Iris Espinoza Núñez

María de las Mercedes Portilla Luján

Resumen

Los retos que depara la comunicación gráfica van más allá del manejo de nuevas tecnologías y teorías que sustenten su conceptualización. Hoy es necesario enfrentar una realidad en la que el consumismo y la industrialización han alejado al hombre de la sensibilidad y empatía por los más desfavorecidos. El presente escrito tiene como objetivos exponer al diseño gráfico como un instrumento de transformación social, asimismo, puntualizar la importancia que posee como sistema comunicativo (poder discursivo). Esta propuesta, reivindica al diseño gráfico como partícipe de una dinámica social; donde su aplicación genera proyectos equívocos e incluyentes mediante tres estadios progresivos y cinco ejes, que sintetizan las bases del Diseño Social o vivifican la implicación personal y colectiva para el alcance de cambios trascendentes.

Este proyecto presenta una estructura metodológica basada en el análisis de cuatro aspectos fundamentales del diseño gráfico: su poder discursivo, sus prácticas respecto de las necesidades reales, así como, el concepto y aplicación del Diseño Social, su responsabilidad connatural y una propuesta que exhorta a los diseñadores a adoptar una perspectiva social. Finalmente, las conclusiones enfatizan el compromiso del diseño en una propuesta que reorienta las tareas del diseñador mediante cinco vías de acción, para mejorar la calidad de vida de las personas y generar una metamorfosis orientada al bien común.

Palabras clave: discurso gráfico, diseño social, transformación social.

Abstract

The upcoming challenges of graphic communication go beyond the management of new technologies and theories that support its conceptualization. Today it is necessary to face a reality in which consumerism and industrialization have drawn the man away from sensitivity and empathy for the most disadvantaged. This document aims to expose graphic design as an instrument of social transformation and point out its importance as a communicative system (discursive power). This proposal reclaims graphic design as a participant of a social dynamic where its application generates inclusive and balanced projects through three progressive stages and five central concepts that synthesize the basis of Social Design and enlivening the personal and collective engagement to achieve significant changes.

This paper presents a methodological structure based on the analysis of four fundamental aspects of graphic design: its discursive power; its practices regarding real needs as well as the concept and application of Social Design; its innate responsibility; and a proposal that encourages designers to adopt a social perspective. Finally, conclusions highlight the social commitment of design in a proposal that redirects the endeavors of the designer through five lines of action to improve the quality of life of people and generate a metamorphosis oriented to the common good.

Key words: *graphic discourse, social design, social transformation.*

El diseño gráfico como instrumento de transformación social

Introducción

Al diseño gráfico lo comprenden estrategias comunicativas que, a partir del lenguaje visual, establecen en él una importancia social incomparable. Conjuga, sintetiza, concibe y proyecta conceptos, traslada y facilita la emisión de mensajes entre individuos de forma colectiva (comunica al grupo de personas) y sincrónicamente de manera particular (al interrelacionarse de forma personal con un receptor). La trascendencia que tiene con las relaciones humanas, a través de las imágenes, extrapola su campo a un estado prioritario, su omnipresencia en la cotidianidad enfatiza el valor representativo e informativo que lo vincula con la sociedad. Como menciona Poynor: “No es exagerado decir que los diseñadores se dedican a nada

menos que la fabricación de la realidad contemporánea. Hoy en día, vivimos y respiramos diseño” (Poynor; 2000: 3).

La orientación del diseño gráfico como disciplina, es la comunicación, característica que ha llevado a ciertos mecanismos para emplearlo negativamente como un sistema generador de persuasión, enfocado a incentivar al ámbito comercial. Los procesos y técnicas del diseño, reformados por los cambios tecnológicos de la actualidad, han beneficiado al desarrollo mercantil el cual tiene como fin principal favorecer industrias y empresas. Un número considerable de diseñadores se ha alejado de los valores y la disciplina, de esta manera definen a las personas por un valor monetario más que humano. La moda y la estética dirigen el andar del diseñador actual, quien colabora con la creación de estereotipos, estilos de vida y una felicidad utópica. Los diseñadores de la comunicación gráfica laboran de manera excesiva para un estrato que se despliega en una atmósfera de aceptación y comodidad; es sustancial que el diseño se preocupe por la satisfacción de las necesidades básicas de las personas, no sólo por fomentar deseos efímeros y comunicar las ficticias cualidades de los artículos de mayor rentabilidad.

El contacto cotidiano diseño-sociedad depende mayoritariamente de un sistema comercial, factor que deteriora el valor intrínseco de la comunicación gráfica. Desde el surgimiento del diseño como disciplina hasta la actualidad, los cambios han sido contundentes, su función comunicativa persiste, pero el carácter estético persuasivo predomina, y es empleado para secundar la alimentación de la sociedad consumista. Así, la industrialización, al igual que el consumismo del mundo han alejado al hombre de la sensibilidad y empatía por los más desfavorecidos. Reflexionar y asimilar la responsabilidad que yace en esta profesión es vital para gestar su verdadera función social. La realidad no está escrita, y menos la futura por lo que podemos construirla con nuestro quehacer profesional o, asimismo, con la suma de esfuerzos desde los diferentes ámbitos disciplinarios posibles para convertirla, como menciona Jorge Frascara (2000), en una realidad deseada.

Desarrollo

El poder discursivo del diseño gráfico

Los antecedentes teóricos y técnicos que conformaron al diseño gráfico no lo determinan exclusivamente como un proceso creativo que se vale de elementos visuales para comunicar; lo revelan como un factor activo generador de cultura. Todo producto del diseño lleva consigo un mensaje (comunica), la representación gráfica de diversos elementos configura una significación (diferente a la que aisladamente tendría cada uno) al interrelacionarse en un mismo espacio estructuran contenidos que gestan conocimiento en el receptor: El diseño gráfico trasciende socialmente porque estructura mensajes que interactúan con los individuos de forma constante, demandan de ellos la asimilación de información y la construcción de significados.

El poder discursivo del diseño gráfico es la cualidad comunicativa que en él radica, la inherencia de crear significados y masificar un discurso a través de los elementos visuales de los que se vale. El diseñador reproduce en su trabajo, modelos de identidad, estereotipos socialmente aceptables (positivos o negativos) que configuran la realidad. Ledesma (2003), señala que el conocimiento, dominio y empleo de los códigos culturales visuales permiten incidir en las conductas sociales, al generar estabilidad y cuestionamiento. El diseño es una conexión capaz de moldear, organizar y dirigir los componentes de la vida social. Los mensajes generados por los diseñadores poseen cualidades discursivas de gran relevancia social, Alejandro Tapia señala al respecto:

la importancia del diseño en el mundo social comenzando por consignar que su influencia no operó únicamente sobre los rasgos compositivos y estéticos de los objetos sino que incidió en la organización de las colectividades, en sus procesos de pensamiento, en la identidad de las instituciones y en la legitimación pública (Tapia; 2004: 23).

Al constituirse el diseño como un fundamento comunicativo de la sociedad, debe desempeñarse cautelosamente y contemplar soluciones integrales. Sin embargo, un amplio porcentaje de diseñadores trabajan para un sistema para quién no son más que un eslabón que sugiere y da vida a la realidad comercial, laboran para industrias que buscan fines económicos que benefician únicamente a grupos de poder.

El resto de las personas conforman porcentajes (targets, consumidores reales y potenciales). El criterio comercial del diseño indirectamente legitima a agentes de control sobre el resto de la población, porque las necesidades de la sociedad no son compartidas y comprendidas por las industrias.

El diseño ha obviado su labor comunicativa, pero olvida circunstancialmente su participación a través de este poder (de transmisión de información) para contribuir a la satisfacción de las necesidades sociales apremiantes. La demanda de proyectos comerciales ha confinado al profesional a una atmósfera de intereses sórdidos e individualistas. Abocarse sólo en diseñar para minorías (reales o creadas) es un fatal error. Paul Polak (2014) refiere que mundialmente la mayor parte de los diseñadores trabajan para industrias que buscan fines económicos y favorecen únicamente a grupos minoritarios, desarrollan productos o servicios exclusivamente para el 10% de los clientes potenciales de todo el planeta, el resto de la población no es lucrativa.

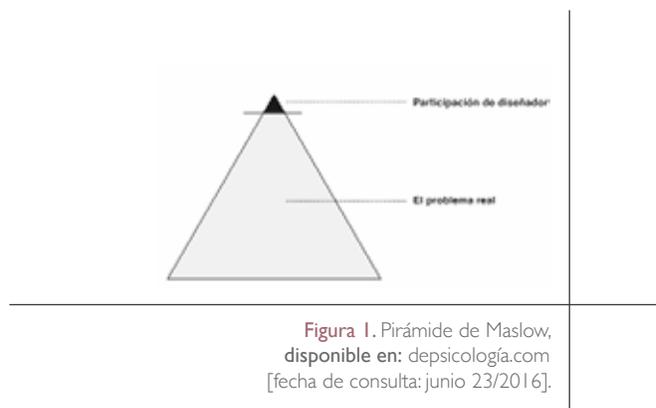
El poder discursivo del diseño reclama de su gremio asimilar el valor de la función que ejerce realizar aportaciones benéficas para el desarrollo colectivo de la gente, ya que los individuos son los elementos primordiales de las decisiones visuales que construyen un mensaje. El diseñador no puede actuar arbitrariamente basado en gustos personales ni en los supuestos “principios estéticos” (debe valorar el contexto actual –necesidades auténticas) y la realidad a la cual se desea arribar posterior a la lectura de los mensajes (Frascara, 2000). La vía para llegar a esta población es el diseño social. Como actores sociales, los diseñadores tienen una gran responsabilidad, la de transformar su contexto.

Papanek (2014) menciona que a través del diseño el hombre ha configurado su entorno (objetos, medio, sociedad y a sí mismo), por tanto, el diseño es una herramienta poderosa en la actualidad y un poder inherente al diseñador, quien, por su compromiso social, debe analizar, a priori, si su diseño estará a favor o en contra del bien social. El mundo tiene problemáticas que deben ser enfrentadas con prontitud, el diseñador ha de ir más allá de consideraciones comerciales, para contribuir de forma tangible con los cambios sociales que favorezcan a los sectores vulnerables. Si bien el diseño gráfico no consolidará la solución a la gran diversidad de problemas que hostigan a la sociedad, es evidente que su participación tendrá un valor inigualable.

Prácticas del diseño contra necesidades reales

Es lamentable saber que la capacidad creativa y persuasiva del diseño se emplea de forma arbitraria a favor del sistema capitalista en numerosas ocasiones, debería ser prioritaria la transmisión de mensajes que inciten a la reflexión y participación colaborativa para la solución de los conflictos sociales. Las industrias han monopolizado los sistemas informativos para acrecentar sus fortunas sin preocuparse por las necesidades de la mayor parte de la población.

La sociedad camina deslumbrada por las propuestas del mercado, prácticamente indiferente ante los problemas que no le afectan de forma directa o inmediata. La gente no se encuentra inmersa en el conflicto prefiere mantenerse al margen, en consecuencia, no reconocen el valor de sus proposiciones y su participación para el bienestar de sus semejantes. La peor actitud que puede asumir una persona es ser indolente ante las necesidades del otro, y estas necesidades son prácticamente innumerables y varían de acuerdo con cada país y región, pero confluyen en tener como principal afección el desarrollo armónico de la vida. Es evidente que realizar cambios pertinentes a favor de quienes viven situaciones adversas propiciará cambios visibles y progresivos en la sociedad.



La magnitud de las demandas sociales es tal, que el diseño se limita a responder a una fracción de ellas, pero estas no representan la parte esencial de las carencias del hombre. El enfoque del diseño social debe estar orientado esencialmente a que los individuos generen empatía con las personas que viven acontecimientos difíciles, al emplear habilidades para realizar acciones positivas que procuren el bienestar

colectivo. Se trata de ser partícipe de un compromiso y participación ciudadana en la esfera pública que derive en mejora y cambio social bajo los principios de los derechos humanos y la justicia social (Portilla, et. al.; 2018). Los diseñadores han de enfocar el trabajo constante en la construcción de un mundo mejor o permitir que la distorsión de los valores y la ética destruyan el sentido humano de las acciones cotidianas, opciones antagónicas que demandan una respuesta inmediata debido al momento histórico en el que nos encontramos, la toma de decisiones es crucial.

Esquemas piramidales de la realidad del diseño

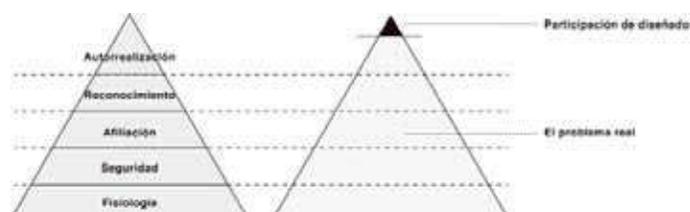
Comprender la conexión que tienen las necesidades básicas del hombre con el diseño es vital para identificar qué acciones se tienen que tomar en la búsqueda de un beneficio común que contribuya a satisfacer las necesidades apremiantes de un mayor número de personas y no basar las acciones del diseño en intereses individualistas. López Serrano (2001) propone una contrastación de dos teóricos de diferentes campos, psicología y diseño: Maslow y Papanek; esta contrastación facilita la identificación de las necesidades primordiales del hombre y las acciones del diseño en correlación con ellas.

La estructura jerárquica de Maslow (figura 1) postula niveles de organización, al determinar que cada aspecto se satisfice de forma progresiva. Establece cinco estratos, cada uno ordenado en función de la importancia que tiene de ser cubierto, en la base de la pirámide se sitúan las prioritarias, respecto de las colocadas por encima, pues las superiores están subordinadas a las inferiores. En la representación gráfica de Papanek (Figura 2), la cúspide piramidal simboliza los productos de diseño, (elementos triviales). Es un modelo de la intervención del diseño basado en la superficialidad y la nula participación en el sector más amplio. Si la proyección de Papanek tuviera la división de niveles de la propuesta de Maslow (Figura 3), sería evidente que el diseño no labora progresivamente, sino que responde primero a las necesidades básicas como lo hace naturalmente el hombre de la primera pirámide.



Figura 2. "Diseño específico", Papanek, (2014:70).

Figura 3. Esquemas piramidales de la realidad del diseño, contrastación propuesta.



La representación de Maslow fue muy popular y aceptada, sin embargo, en los últimos años se criticó la postura del psicólogo al determinar que para acceder a otro estadio debía estar totalmente cubierto el que lo antecedía. Si bien este hecho refleja la variación en la importancia de cubrir los niveles de forma progresiva, no decreta el que no sea primordial satisfacerlos. La divergencia de opiniones alude a la diversidad de estilos de vida, edades, contextos, épocas, culturas, niveles sociales, etc.; en cada persona, factores que intervienen en querer o poder satisfacer los elementos de las distintas etapas (Bellver, 2016). Es fundamental puntualizar que existen necesidades básicas que es necesario cubrir sin importar otros aspectos: las necesidades fisiológicas que se requieren directamente para el adecuado funcionamiento del organismo: comer, beber, respirar, dormir, etc. Este último nivel de las necesidades fisiológicas es el punto medular en el que se basa la contrastación con el diseño a continuación propuesto.

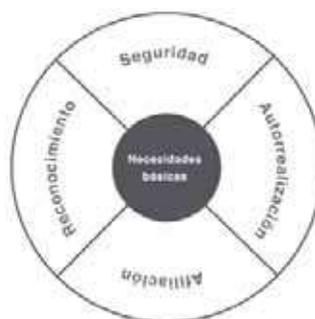


Figura 4. Nueva propuesta: representación de las necesidades del hombre, diseño propio.

El diseño es una herramienta que puede participar activamente en la satisfacción de necesidades de la población, su colaboración representa un medio idóneo para inducir a una observación crítica del contexto. Al otorgar prioridad al núcleo del desarrollo social, necesidades apremiantes, es decir, sus demás acciones no se confrontarán y podrán desarrollarse al contar con una base de responsabilidad social.

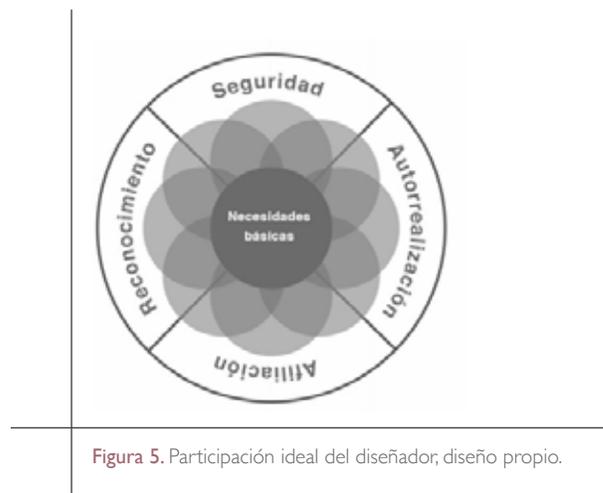


Figura 5. Participación ideal del diseñador, diseño propio.

La participación ideal del diseñador se presenta en un esquema con un núcleo totalmente cubierto (Figura 5), que se expande progresivamente a los demás espacios, la forma orbicular de la acción del diseño tiene como fin plantear el espacio de trabajo que reclama la atención de esta disciplina. Mediante las aportaciones de Maslow y Papanek, y a través de este sistema comparativo, se puede identificar la participación del diseño ante las necesidades esenciales de la sociedad y los modelos de las acciones que desde el diseño se pueden realizar en la búsqueda del bienestar del hombre.

El profesional del diseño es un operador cultural y su intervención se potencializa con las herramientas que posee. Ante el diseñador se presenta un camino bifurcado con objetivos disímiles, por un lado, tiene como propósito el beneficio social colectivo y, por el otro, el que actúa bajo intereses individualistas execrables. Los diseñadores como parte de la sociedad contemporánea y tienen que plantearse un proceso de discernimiento con relación a la situación que vive el planeta. Las características del siglo presente deben ser una oportunidad para crear nuevas estructuras que

combatan los problemas que el devenir del capitalismo produjo. Actuar a favor del bienestar social es apremiante.

Diseño social: Concepto y aplicación

La conjunción de las palabras Diseño Social es para un gran número de personas redundar en lo obvio, el diseño es social por naturaleza, nace de la sociedad, por ella y para ella; afirmación que se admite sin refutar. El hombre ha diseñado su entorno material y simbólico, constituyó su contexto a través de un proceso cronológico en el que el diseño ha sido el instrumento fundamental. Resulta imposible entonces, disociar el diseño de lo social porque al hablar de uno está presente el otro.

El concepto de Diseño Social representa una tipología o reconfiguración del diseño no es un mero adjetivo. No existe una definición única para el diseño social, aunque es común reducirlo a la consideración de materiales sustentables no dañinos para el ecosistema, idea equívoca, ya que esta característica forma sólo una parte de él. El altruismo tampoco lo define, debido a que busca el bien colectivo sin anteponer el bien personal. Margolin (2005) lo define como una actividad productiva que intenta desarrollar capital humano y social de forma simultánea en productos y procesos provechosos, para contribuir al bienestar de la sociedad a amplia escala. Inquirir en el sentido que tiene la disciplina del diseño aunada al término social, es imprescindible para dar apertura a la observación de su labor y los beneficios que de él emanan. El diseño social en el campo del diseño gráfico supone la responsabilidad en la construcción propicia de un mensaje por las acciones posteriores que incentiva, tiene como orientación principal generar soluciones, crear utilidades y obtener beneficios plurales más allá de una transacción de compraventa común.

La acepción de diseño social devela un vínculo entre ambos términos más allá de un producto o la emisión y recepción de un mensaje. El sentido social que se adhiere al diseño comprende lo que antecede a la construcción del resultado-mensaje y lo subsiguiente a él: el motivo o razón de su creación, el problema que intenta solucionar y el valor de lo comunicado; su configuración simbólica (conexa a las peculiaridades de la sociedad) el efecto de la lectura, interpretación o uso (el acto o ideario en consecuencia). Esta es la configuración propuesta como referente

social del diseño, la secuencia de valores intangibles que el diseñador comprende e interrelaciona al producir un mensaje.

El diseño no es social si no considera los aspectos mencionados: brindar una solución objetiva, la construcción simbólica conforme a valores sociales y la acción benéfica en la que deriva. La publicidad diseña, pero no necesariamente produce diseño social al tener como fin incrementar ventas y obtener ganancias, contrariamente, si buscara un beneficio mutuo entre vendedor (al obtener ganancias económicas) y comprador o usuario (recibir los beneficios reales del producto o servicio) sí correspondería al diseño social. Adjunto a este proceso está la forma comunicativa: no orientada a la manipulación, sino a la reflexión y el análisis, cimentada en la ética profesional.

El diseño social es el diseño de nuevas estrategias, conceptos, ideas y organización que responden a necesidades sociales de todo tipo; un diseño de interacción entre la gente, que asume la responsabilidad de un impacto positivo y sistémico (Hidalgo e Hiraldo, 2013). Se integra por una fórmula inmaterial manifestada en elementos comunicativos que interceptan al receptor de manera que la información presentada confluya en una acción o reflexión favorable (en un sentido integral) prevista desde la construcción simbólica del mensaje (conforme a valores sociales de cada contexto) y el motivo de la construcción del discurso de solucionar o contribuir a la solución de una problemática real.

La magnitud de la aplicación del diseño social radica en el conocimiento del impacto que tendrá, y sólo mediante el análisis de la relación que guarda el diseño con las personas, es como se pueden crear propuestas positivas y en consecuencia modificar los aspectos perniciosos adheridos a la sociedad.

Metodología

Propuesta para el compromiso social del diseño: Tres estadios y cinco ejes

En este apartado se desarrolla una propuesta de autoría propia que pretende contribuir en la práctica del diseño gráfico con un enfoque específico en el diseño social. En donde el profesional debe ser un mediador apto para generar y trasladar información, desarrollar proyectos que comuniquen eficientemente, cuya consideración principal sea ante todo la utilidad social. Milton Glaser (2016) explica

que el código deontológico de la AIGA2 presenta la relación que guarda el diseñador con el cliente, sus derechos y obligaciones, pero omite la parte trascendental que es la responsabilidad con el público y con aquellos a quienes llegan los mensajes.

Metodológicamente se parte del fundamento de la visión integradora del diseño social. Al igual que se parte de la primacía de la sociedad como receptora, el protagonismo del hombre en su colectividad como intérprete dador de respuestas analíticas y reflexivas que confluyen en la praxis. Para el desarrollo de esta propuesta se toma al diseñador como sujeto adherido a una sociedad que puede contribuir en la revolución de principios rectores en pro del bien común y de él como un profesional cualificado para desempeñar un papel cardinal desde su trabajo particular.

Con base en lo anterior se continúa (las reflexiones iniciales de este trabajo) con el planteamiento en primera instancia de los elementos estratégicos que han de ser considerados desde el diseño para contribuir al cambio social, aspectos que configuran una noción concreta del compromiso genuino del diseño gráfico con la mejora de la calidad de vida de las personas y su responsabilidad social. Como parte de un cambio centrado en el diseño social, se proponen tres estadios pertinentes para perfilar la orientación del diseñador en su desarrollo profesional o académico: roturación intelectual, germinar el Diseño Social y señalar el camino.

a) Roturación intelectual: interpretación del conjunto de particularidades de un contexto, y de otros, así como, el conocimiento de su intervención en él. El desconocimiento de la implicación en la realidad como operador social es el principal motivo de pasividad, el diseñador consciente de la importancia que tiene su quehacer profesional podrá ejercer con mayor responsabilidad. En un plano académico la formación de los diseñadores debe abordar la investigación social, y cultivar en ellos el interés por su entorno auténtico.

b) Germinar el Diseño Social: el ser un laboratorio mental de innovación social que proponga y desarrolle un diseño coherente con las necesidades básicas de la gente. La innovación es sólo una parte de todo el procedimiento, las decisiones de comunicación implicarán considerar las alternativas más viables para plantear como punto crucial el bienestar social. El diseño responsable no implica exclusivamente

trabajar en proyectos en los que no intervengan transacciones económicas, es ofrecer información verídica sobre lo que se comunica, es transmitir al receptor una imagen franca y objetiva, emplear códigos pertinentes en cada contexto, analizar y sintetizar los elementos para generar propuestas beneficiosas equitativamente para todas las partes.

c) Señalar el camino: construir por medio de las relaciones de individuos un mecanismo de transformación. Determinarse como artífice e inductor del diseño social en los grupos inmediatos, colectivos, gremio, etc. Idear y realizar proyectos que generen impacto en otros. Reformar mediante la participación colectiva, inspirar e impulsar a aquellos diseñadores que pretendan involucrarse y trabajar comprometidos a abordar las necesidades de la sociedad.

El diseñador que aplique este proceso, a partir de los tres estadios, a sus proyectos podrá distinguir el valor inigualable de sus frutos porque a través ellos, se pretende favorecer a grupos amplios y no sólo a los intereses de un individuo. Existen también principios que contribuyen a instaurar al diseño social como parte intrínseca del trabajo general del diseño, mencionados posteriormente.

En segunda instancia se determinan a partir del análisis del entorno conceptual y práctico del diseño, acciones heterogéneas sustentadas en cinco ejes vinculados a los tres estadios (Figura 6) a partir de los cuales se expande el horizonte de posibilidades para participar activamente.



Figura 6. Esquema de interrelación entre estadios y ejes, diseño propio.

La asociación entre los cinco ejes y los tres estadios de la propuesta pretenden orientar al diseñador para ejercer en amplitud y coherencia con el concepto del diseño social para la transformación. Los ejes no poseen un orden cronológico de aplicación ni de importancia, la práctica de ellos vislumbrará la correspondencia que tiene cada punto con otro, por la existencia de unión entre todo aquello que tenga como fin mejorar el bienestar humano:

1. Fundamentos éticos: el diseño es una disciplina que intervine entre dos grupos, el anunciante y el público receptor. Como voz de empresas, instituciones y organizaciones que demandan una respuesta, el diseño se convierte en un vínculo entre ambas partes. Manifiestar ante los dos sectores los valores connaturales (honestidad, justicia, respeto, etc.) que conforman al diseñador como ser humano y profesional.

2. Desarrollo humano: el punto fundamental en toda actividad de diseño social es el bienestar de las personas, el interés de lo público sobre lo privado favorecerá el desarrollo de los individuos. Para construir un mejor presente y porvenir es importante crear un entorno social fundamentado en los derechos humanos y el diseño potencia las posibilidades de lograrlo a través de los diversos proyectos que de él emanan.

3. Justicia Social: Contribuir a combatir la desigualdad y exclusión social mediante la promoción y participación en programas que planteen una coexistencia imparcial, con el objetivo de ayudar a las personas a superar una situación de vulnerabilidad social. El estado de bienestar al que aspira la sociedad es alcanzable gracias a la equidad de oportunidades y la construcción de una sociedad incluyente.

El diseño debe ser producido dentro de un marco de valores de consciencia social ante las decisiones que afecten a las comunidades más desfavorecidas.

4. Huella ecológica y compromiso ambiental: el impacto generado por el uso excesivo de recursos naturales, aunado a los residuos producidos, convierten este ámbito en una prioridad dentro de las acciones del diseño. El diseño social pretende ser partícipe de un cambio enfocado en procurar la administración óptima de materiales utilizados, al buscar nuevas alternativas tecnológicas en

procedimientos, equipos y herramientas. Para verificar que los medios empleados para transmitir mensajes sean pertinentes y no causen acumulación de desechos dañinos al medio ambiente.

5. Pluralidad y Sinergia: un proyecto originado en la colaboración interdisciplinaria confluye en mejores resultados, debido a las múltiples perspectivas para visualizar una solución integral. La pluralidad de pensamientos y participación es el elemento que impulsa el desarrollo de proyectos para un bien común. La sinergia permite el alcance de los objetivos planteados en micro y macro contextos. Empezar acciones y aportar iniciativas que integren, desde su origen hasta los resultados, la intervención de comunidades permite crear cambios en las relaciones establecidas entre ellos.

Dichos planteamientos permitieron formular un concepto integrador del diseño social como práctica del diseño gráfico. Relacionar el valor intangible del discurso del diseño desde su origen hasta lo subsecuente a él, conforman la noción total de diseño social.

Conclusiones

A través del proceso de roturación intelectual, germinar el Diseño Social y señalar el camino, juntamente con los ejes de acción, se manifiesta la importancia del discurso gráfico como mediador en la sociedad. Porque se contribuye real y potencialmente a generar cambios significativos de acuerdo con las demandas sociales. De forma conexa el diseño social se plantea en esta propuesta como una práctica necesaria en el mundo actual, ante la desvinculación e indiferencia social, por ser vital reconocer o aplicar la responsabilidad profesional que se guarda con la sociedad. Los estadios y ejes son referentes del ejercicio del diseño social, en donde el discurso gráfico es protagonista de la reconfiguración prioritaria de mensajes que coadyuvan a brindar alternativas a grupos más allá del sector comercial.

Parte de la tarea que se encuentra en desarrollo para aplicar los tres estadios progresivos y los cinco ejes de forma conjunta, consiste en contribuir a contrarrestar un problema social real de diseño gráfico que permita generar así la construcción simbólica conforme a valores sociales y el acto o ideario en consecuencia de su

recepción a partir de estos tres atributos que sintetizan las bases del Diseño Social. Esta aplicación está en construcción y permitirá plantear los resultados, así como, los ajustes necesarios para consolidarse como propuesta metodológica de diseño para proyectos que buscan contribuir a la transformación social. La propuesta planteada posibilitará a su vez, puntualizar las vías que el diseñador-diseño, como actor-acción pueden desarrollar para consolidar un contexto de diseño social que vivifique la implicación personal y colectiva para el alcance de cambios importantes.

La trayectoria del diseño es paralela a la construcción de la sociedad, forma parte de la vida cotidiana, ejercer el diseño responsablemente creará una nueva plataforma de comunicación que podrá intervenir en beneficio de un gran número de personas. Sin duda, el diseño es un instrumento de transformación y su aplicación con enfoque social no es utópica ni innecesaria. Los diseñadores tenemos una inherente responsabilidad por medio de los mensajes que generamos, no obstante, sólo a partir de la participación de los diversos espacios profesionales se podrán obtener resultados concretos y progresivos.

Referencias

- AIGA** (2016), AIGA The professional association for design [En línea], recuperado el 28 de abril de 2016, <http://www.aiga.org>
- Bellvere**, M. (2016), Pirámide de Maslow [En línea], recuperado el 23 de junio de 2016, <http://depsicologia.com/piramide-de-maslow/>
- Frascara**, J. (2000), Diseño gráfico para la gente. Comunicaciones de masa y cambio social. 4ta Ed. Ediciones infinito, Buenos Aires, Argentina.
- Glaser**, M. (2016). En Diez cosas que he aprendido, parte de un AIGA Talk [En línea], recuperado el 13 de abril de 2016, Londres, <https://www.miltonglaser.com/milton/c:essays/#4>
- Hidalgo** e Hiraldo (2015), Armas de construcción masiva, Diseño Social EN+ | @disenosocialorg, Publisher DISEÑO SOCIAL EN + , España.
- Ledesma**, M. (2003), El diseño gráfico, una voz pública: de la comunicación visual en la era del individualismo. Editorial Argonauta, Argentina.
- López**, P. (2001), Análisis de la campaña “No te calles, alza la voz” 2006-2009 para exponer al diseño gráfico como elemento estratégico de comunicación para contribuir a la concientización sobre la problemática social de corrupción en México; tesis de licenciatura en Diseño Gráfico. Universidad Autónoma del Estado de México.
- Margolin**, V. (2005), Las políticas de lo artificial, ensayos y estudios sobre diseño. Editorial Designio, México.
- Papanek**, V. (2014), Diseñar par el mundo real. Ecología humana y cambio social. 2da Ed. Ediciones POL-LEN. Barcelona, España.
- Polak**, P. (2014), Paul Polak [En línea], recuperado el 8 de mayo de 2019, <http://www.paulpolak.com/about-paul/>
- Portilla**, M., y Morales, C. (2018), Los retos del diseño para contribuir al desarrollo humano en el marco de una cultura de paz en: Reyes, A. y Pedroza, R. (2018) (coordinadores) La profesión del diseño: Expresiones y experiencias, Bloomington, IN; editorial Palibrio.
- Poynor**, R. (2000), Reedición de “*First Things First*” en Emigre magazine issue 51.
- Tapia, A. (2004), El diseño gráfico en el espacio social, Ed. Designio-Encuadre, Asociación Mexicana de Escuelas de Diseño Gráfico, A.C, México.

Capítulo 12. La necesidad del pensamiento complejo en el diseño hacia la inclusión. Caso de estudio: ASOCIVE

The complex thinking role in inclusive design Case study: Asocive

Mtra. Flor de María Gómez Ordoñez

Mtra. Adriana Alejandra Santana Castro

Resumen

Desde el quehacer del diseño se han aprovechado recursos para hacer posible la creación de mundos simbólicamente aceptados por un tipo de usuarios específicos, los normovisuales, quienes han tenido una relación estrecha con comunicaciones y objetos diseñados para ellos, mismos que han contribuido a generar una calidad de vida acorde con sus necesidades. Sin embargo, existe un porcentaje de la población para la cual el diseño no ha generado satisfactores representativos, los invidentes y débiles visuales, a quienes, por el contrario, se les han marcado límites en ese paraíso en el que el diseño ha procurado una atención incipiente al abandonar a la no inclusión dentro del contexto en el que viven y sobreviven.

En este sentido, este documento tiene como propósito compartir la experiencia de intervención de los estudiantes de la Licenciatura en Diseño Gráfico e Industrial de la Facultad de Arquitectura y Diseño (de la Universidad Autónoma del Estado de México) en el diseño de identidad y mobiliario punto de venta para la Asociación Mexicana por el Trato Humano, Social, Material y Cultural de los Invidentes y Débiles Visuales del Sistema de Transporte Colectivo Metro (ASOCIVE). Esta participación invita a la reflexión desde el enfoque del pensamiento complejo, en donde se hace necesaria la responsabilidad social que tiene el ámbito profesional del diseño hacia la inclusión de los invidentes y débiles visuales, para observar e integrar los diferentes sistemas y factores que influyen en el proceso del diseño para un mundo de sombras y experiencias táctiles, funcionales y estéticas.

Palabras clave: complejidad, diseño, inclusión.

Abstract

Resources have been used from the design standpoint to allow the creation of worlds symbolically accepted by a specific type of users, the sighted. They have had a close relationship with communication and objects designed for them, which have contributed to generate a quality of life appropriate to their needs.

However, there is a percentage of the population for which the design has not created representative satisfiers, the blind and visually impaired. It has, on the contrary, set boundaries for them in that paradise in which the design has given an incipient attention, fostering the “no inclusion” perspective within the context where they live and survive.

In that sense, the objective of this document is to share the experience of the intervention of the students of the Degree in Graphic and Industrial Design of the School of Architecture and Design at the Universidad Autónoma del Estado de México, in the design of identity and point of sale furniture for the Mexican Association for the Human, Social, Material and Cultural Treatment of the Blind and Visually Impaired (ASOCIVE for its initials in Spanish)

This participation invites to the reflection from the complex thinking approach, where social responsibility is evident on the professional scope of design towards the inclusion of the blind and visually impaired, observing and integrating the different factors and systems that influence the process of design for a world of shadows and tactile, functional and aesthetic experiences.

Key words: *complexity, design, inclusion.*

Introducción

Hablar de diseño en las aulas remite a un conjunto de conocimientos, habilidades, aptitudes y actitudes por desarrollar en el alumnado; y por otro esto, se identifica, con reflexionar y proyectar una solución hacia un problema determinado. Dentro de este contexto, existe una necesidad por satisfacer, y, por otro lado, un usuario actúa como beneficiario de una solución a partir del diseño. Es así como, el diseño va a proporcionar piezas visuales (diseño gráfico) u objetos de diseño (diseño industrial) en donde normalmente se considera al usuario una persona que percibe

estímulos a través de sus diferentes sentidos y que puede valerse por sí misma para realizar actividades cotidianas que incluyen desde el cuidado personal, hasta actividades que tienen que ver con su inclusión en el entramado social.

En este sentido, es importante identificar cuántos de los casos que se abordan dentro del aula tienen que ver con usuarios que están afectados de manera temporal o permanente por algún tipo de discapacidad y, cómo estos casos son abordados por los alumnos de manera satisfactoria, lo cual demuestra que se tienen las competencias para lograrlo. De la misma forma, si los alumnos pueden ubicar y seguir un proceso para abordar la problemática dentro del sistema del cual se ha diseñado, el cual no puede considerarse lineal, ni tiende a aplicar conocimientos probados, sino más bien, atiende a las diferentes dimensiones en las que se encuentra la situación, a partir de la observación, exploración, experimentación, diseño e innovación.

El estudio de caso que abonó a esta reflexión fue el *“Concurso de Diseño de Mobiliario de Venta e Identidad Gráfica para los trabajadores invidentes y débiles visuales del Sistema de Transporte Colectivo (Metro) de la ciudad de México”*, convocado por la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEMéx.), a través de la Facultad de Arquitectura y Diseño (FAD); la Comisión de Derechos Humanos del Estado de México (CNDHEM), a través del Consejo Ciudadano para la Prevención y Eliminación de la Discriminación; Métrica Digital: periodismo y transparencia; así como los usuarios receptores, a través de la Asociación Mexicana por el Trato Humano Social, Material y Cultural de los Invidentes y Débiles Visuales (ASOCIVE).

En la convocatoria se describía la trayectoria comercial de una década de 240 trabajadores invidentes y débiles visuales que laboran de manera informal dentro del Sistema de Transporte Colectivo Metro; no sólo como comerciantes de dulces en puestos semifijos, sino también como masajistas en consultorios de masoterapia o, integrados en grupos musicales en los pasillos de esta vía subterránea de comunicación.

Se convocó a estudiantes de la carrera de Diseño Industrial y Diseño Gráfico, se tuvo en cuenta que el objetivo del concurso era diseñar la identidad gráfica, así como, el mobiliario de venta para los trabajadores invidentes y débiles visuales de la ASOCIVE. Aún cuando los resultados en ambas categorías fueron satisfactorios en términos funcionales, se identificaron diversas dificultades que se describen en esta participación, mismas que se podrían explicar desde la empatía y la necesidad, hasta la estrategia en la creación de valor de las piezas diseñadas, para la competitividad y el bienestar social.

Lo que hace reflexionar si la formación dentro del aula fomenta un aprendizaje basado en el pensamiento complejo, para diseñar una propuesta de acuerdo con las características del usuario y sí a su vez, propicia el compromiso social hacia las personas que presentan alguna discapacidad.

Desarrollo del tema

Desde la antropología del diseño, permeada por el pensamiento complejo, se describe la importancia de vinculación de la dimensión humana con el objeto; así como, la visión transdisciplinaria del individuo con la cultura y la naturaleza. Desde esta perspectiva el pensamiento complejo y la transdisciplina se complementan, aunque ambos conceptos pueden confundir o aludir a conceptos literales que plantean ambas palabras, para ello es necesario retomar el principio de la complejidad:

la complejidad coincide con un aspecto de incertidumbre, ya sea en los límites de nuestro entendimiento, ya sea inscrita en los fenómenos. Pero la complejidad no se reduce a la incertidumbre, es la incertidumbre en el seno de los sistemas ricamente organizados. Tiene que ver con los sistemas semi-aleatorios cuyo orden es inseparable de los azares que incluyen. La complejidad está así ligada a una cierta mezcla de orden y de desorden, mezcla íntima, a diferencia del orden desorden estadístico, donde el orden (pobre y estático) reina a nivel de las grandes poblaciones, y el desorden (pobre, por pura indeterminación) reina a nivel de las unidades elementales (Morin, 1997: 60).

Al retomar esta definición pareciera que la incertidumbre y el desorden se hacen presentes y paradójicamente, generan el control de la situación, sin embargo, Morin desde la complejidad se refiere a que el universo del ser humano es sin duda un caos, pero también es un todo organizado, en donde se desafía al conocimiento y el reto es precisamente, a partir del escenario que plantea esta realidad, crear, evolucionar e innovar; de acuerdo a las circunstancias que se presentan. A su vez, si a partir de la premisa de que el diseñar implica "una fusión de técnicas -en el sentido instrumental-, saberes, comprensión e imaginación, consolidados por la experiencia" (Potter, 1999: 26). Los conocimientos teóricos, metodológicos, e instrumentales son la materia prima del que diseña, así como, la experiencia personal y la experiencia en la realización de procesos proyectuales son los elementos que coadyuvan

para argumentar el verdadero arte de diseñar. Entonces, se podría decir que el pensamiento complejo dentro del proceso de diseño analiza todas las relaciones que entran en juego para crear la unidad. Desde las que residen en el propio diseñador; hasta las que le ofrecerán los criterios que darán la pauta para diseñar; relacionando los campos de intervención determinados por el usuario (para quién se diseña) la necesidad o necesidades (para qué se diseña) y el contexto (para dónde se diseña) en donde la incertidumbre, de acuerdo con Arámbula y Uribe (2016), no desaparece, sólo se reduce. De reducirse se habla de un universo acabado e inerte.

Desde esta perspectiva el diseñador necesita no sólo el saber que le da su ámbito de conocimiento (disciplina), lo cual hace alusión al paradigma de la modernidad, en donde los principios de disyunción (especialización), reducción (causalidad-necesidad) y determinismo (causa - consecuencia) tienen cabida. En la actualidad es necesario considerar el paradigma de la complejidad como una nueva forma de pensar el diseño: *“Su marco epistemológico considera la articulación del conocimiento científico mediante la incorporación del sujeto, la auto-organización, la transdisciplina, el azar, el alea (suerte, riesgo) la recursividad y lo pone en relación con otras formas de conocimiento no científico”* (González y Aguilar, 2018).

De acuerdo con Nicolescu (s.f.) la transdisciplinariedad resurge más allá de la pluridisciplinariedad (que concierne el estudio de un objeto de una sola y misma disciplina por varias disciplinas a la vez) y de la interdisciplinariedad (que concierne la transferencia de métodos de una disciplina a otra). De esta manera la transdisciplinariedad se define:

como el prefijo *“trans”* lo indica, lo que está a la vez entre las disciplinas, a través de las diferentes disciplinas y más allá de toda disciplina. Su finalidad es la comprensión del mundo presente en el cual uno de los imperativos es la unidad del conocimiento (Nicolescu, s.f.).

Por lo que se infiere que la transdisciplina proporciona los recursos para obtener el conocimiento acerca del mundo y sus fenómenos, así como, los componentes y relaciones que lo hacen posible, desde una visión sistémica compleja, al agregar la visión pluridisciplinaria e interdisciplinaria, hacia la transdisciplinariedad. Desde el ámbito del diseño, se busca que el diseñador; desde una actitud abierta y flexible,

logre contextualizar, con su realidad y busque, a través de la transdisciplina construir la unidad dentro del mundo fragmentario que se le presenta. Esto a partir de promover un pensamiento complejo para hacerse de estrategias que generen objetos de diseño satisfactorios acorde a las necesidades, percepciones y creencias de un usuario en un mundo cambiante en cuanto a estructuras y relaciones:

Los diseñadores necesitan “*desesperadamente*” aprender a hablar con quienes realizan trabajos relacionados con los suyos. Las personas “*de fuera*” han ingresado a diversos campos profesionales cuando han sentido que eran bien recibidas y cuando han percibido que tenían algo que ganar a través del diálogo con los practicantes de un determinado campo. En la medida en que en el diseño prevalezca una mentalidad profesional poco desarrollada, no hay muchas probabilidades de que ese diálogo se produzca. En términos de prioridades, las profesiones de diseño deben generar ante todo un diálogo fructífero entre ellas antes de esperar que otros se les acerquen de manera comprometida (Margolin, 1997: 57-58).

Es así, que el hacer diseño, implica ir más allá de los factores físicos y tecnológicos que se deben contemplar para el diseño de cierto producto. El hacer del diseño implica identificar unidades de análisis que tienen que ver con el contexto, la cultura, las condiciones ambientales y una estructura social específica. Del mismo modo, el diseñador:

se preocupa del crecimiento en su saber especializado y la comprensión de la forma de vida y proyectos de la gente para la que diseña; reconoce la diversidad y, en ella, la identidad de las personas (comenzando por la propia); comprende límites y potencialidades, lo que es y no es capaz de hacer, lo que sabe y lo que aún no sabe (Martín, 2002, 31).

El diseño visto desde esta visión es producto, pero sobre todo proceso, que más allá de las necesidades por las cuales se genera, está cargado de concepciones, por ejemplo, produce seguridad, certeza, progreso y hasta estatus. El diseño se vuelve significado. De esta manera, de acuerdo a Tassinari (citado en Briseño, 2004) se han abordado dos dimensiones con relación al objeto diseñado; la primera tiene que ver con el aspecto funcional del mismo; la segunda con la dimensión humana, refiriéndose al usuario (Tabla 1).

Dimensión funcional	Dimensión humana
USUARIO	
Función principal (lo que hace el producto)	Nivel elemental de felicidad (lo que es uno) Nivel secundario de felicidad (lo que uno tiene) Nivel de felicidad (lo que uno representa)
Función complementaria (lo que puede tener o hacer el producto)	
Función técnica (lo que hace que funcione el producto)	
Función restrictiva (lo que se debe cuidar en la elaboración y funcionamiento del producto)	

Tabla No. 1. Aproximaciones de las dimensiones en el diseño, según Tassinari (1995, citado en Briseño et. alt. 2004).

El diseño de un objeto lo construye de cierta manera la identidad del usuario, en donde la calidad de vida es un elemento que se considera intrínseca a una de las características que debe proporcionar el diseño, en donde se cumple a cabalidad con las necesidades por las que se generó el objeto de diseño. Para Gómez (2017) esto se logra cuando se “conecta el switch de visitante”, es decir, el diseñador observa con curiosidad y meticulosidad la personalidad y necesidad del usuario (Tabla 2):

Conectar el “switch” de visitante		
Qué / Cómo los usuarios	PIENSAN Motivaciones, tradiciones, percepciones, creencias y expectativas HACEN Actividades, estrategias, rutinas, procesos, límites SIENTEN Deseos, experiencias, aspiraciones y factores de satisfacción USAN Servicios, marcas, entornos, contextos de uso, ergonomía y usabilidad	Del / con el producto

Tabla No. 2. Diagrama de los factores que debe observar el diseñador como visitante (Gómez, 2017).

En este sentido, el diseño ya no concibe sólo la configuración formal del diseño, sino que se plantea al mismo objeto como uno complejo cargado de mediaciones, en donde la importancia del diseño se encuentra en el proceso de “prefigurar, imaginar y configurar objetos que sirvan como mediadores del ser humano con su cultura y su medio ambiente” (Rodríguez, 2010: 57). A partir de la intervención de las interdisciplinas y, sobre todo, transdisciplinas, hacia la humanización del diseño, con el propósito en un primer nivel, de mejorar la calidad de vida para dotar al objeto de diseño de características antropométricas y ergonómicas adecuadas al usuario. En un segundo nivel otorgar al objeto las características para que cumpla con las necesidades psicológicas y culturales de los usuarios.

El diseño visto de esta manera enfatiza la dimensión humana, pero también se convierte en un recurso para la innovación de acuerdo a las nuevas necesidades y expectativas de los usuarios. Es así que el proceso de diseño se visualiza como la identificación de una necesidad latente (percepción de valor de acuerdo a los usuarios); para posteriormente interpretar los insights¹⁸, para generar valor de acuerdo a la percepción de los usuarios; y por último, entregar valor en forma de productos, servicios, o experiencias relevantes, significativas, así como rentables (Gómez, 2017).

Dentro de esta participación, el diseño se transforma en un proceso complejo, sistemático y transdisciplinario a partir de los conceptos clave de la discapacidad, el diseño universal y el derecho a la inclusión, hacia la búsqueda de humanización e innovación del objeto diseñado. De acuerdo a la Fundación ONCE (García, 2011) estos conceptos clave son la base para permitir la inclusión de las personas que tienen alguna deficiencia, en este caso, sensorial a largo plazo (ceguera y debilidad visual), inclusión que desde una visión utópica les permite participar de manera plena y efectiva en el contexto social en igualdad de circunstancias con el resto de la población. Es aquí donde la participación del diseño universal propone entornos y/o objetos y/o servicios que pueden utilizar el mayor número de personas, independientemente de las habilidades y características humanas que posean, hacia el desarrollo en igualdad de oportunidades, al reducir la distancia que separa a los individuos con capacidades alejadas de la media del diseño de productos estándares.

¹⁸ Concepto que intenta describir un proceso perceptivo que se refiere a la comprensión intuitiva de un fenómeno. El término idea puede ser utilizado por el diseñador o el publicista de manera singular o plural para referirse a unidades independientes de conocimiento o asociación mental.

El diseñar para la discapacidad se torna complejo, pues es necesario también identificar los obstáculos incapacitantes que plantea la Organización Mundial de la Salud (OMS), mismos que tienen que ver con el entorno social y que en determinado grado influyen en las desventajas que tiene la persona con algún tipo de discapacidad, sea congénita o adquirida (de manera accidental, por enfermedad o por la edad). Estos obstáculos son **1.** Políticas y normas insuficientes (no se incluyen los conceptos derivados de la discapacidad). **2.** Actitudes negativas (creencias y prejuicios). **3.** Prestación insuficiente de servicios (salud, rehabilitación, asistencia). **4.** Problemas con la prestación de servicios (inexistentes, inaccesibles para personas con alguna discapacidad). **5.** Financiación insuficiente (recursos para políticas y planes). **6.** Falta de accesibilidad (movilidad en el contexto urbano, accesibilidad tecnológica). **7.** Falta de consulta y participación (exclusión). **8.** Falta de datos y pruebas (diagnóstico del estatus de las personas discapacitadas) (OMS, 2011).

Metodología

Para este proyecto los usuarios fueron los comerciantes semifijos del Sistema de Transporte Colectivo Metro de la Ciudad de México afiliados a la ASOCIVE. De acuerdo con Métrica Digital¹⁹ se tiene como antecedente que fue en 1972 cuando se permitió al primer invidente trabajar en las instalaciones de este medio de transporte. Más tarde en 2004, se registra un aumento de comerciantes invidentes los cuales fueron llamados “vagoneros”, por ofertar sus productos de vagón en vagón.

En el año 2005, ante la competencia de los comerciantes invidentes y personas con otras discapacidades o normovisuales²⁰, se crea la ASOCIVE, la cual estuvo integrada en su mayoría por personas que tienen un oficio, una carrera terminada o trunca, y debido a las pocas oportunidades que encontraron al perder de manera permanente o parcial la vista, recurrieron a la actividad comercial, en este caso, dentro de las instalaciones del Sistema de Transporte Colectivo Metro.

Al inicio del 2010, esa asociación firma un convenio con el gobierno del Distrito Federal (hoy Ciudad de México) para autorizar su estancia dentro del Sistema de Transporte Colectivo Metro, a partir de un reordenamiento de vagoneros invidentes, se implementaron las “tarimas”²¹ para la venta de productos alimenticios. Desde esa fecha se considera “legal” su actividad comercial, sin embargo, en ocasiones sufren desalojos ante la voluntad de algún funcionario público, al no renovar el permiso

¹⁹ Información retomada de: Métrica Digital (2015). Sonriendo en la oscuridad: la diaria batalla de los trabajadores invidentes en el Metro de la Ciudad de México. En: <http://metricadigital.com/sonriendo-en-la-oscuridad-la-diaria-batalla-de-los-trabajadores-invidentes-en-el-metro-de-la-ciudad-de-mexico>. Recuperado [23.05.2016]

²⁰ Persona que ve, por oposición a persona ciega. En España, en el ámbito de la ONCE, se utiliza el término “vidente”, mientras que en algunos países de América Latina se emplea “normovisual”.

²¹ Mobiliario para la venta de productos alimenticios y agua.

temporal que posee la ASOCIVE para desarrollarse como comerciantes, masajistas y artistas agrupados en conjuntos musicales, dentro del Sistema de Transporte que les permite obtener un ingreso diario para subsistir.



Fotografía 1. Condiciones de venta sin tarima en el Sistema de Transporte Colectivo Metro,

Fotografía 2. Condiciones de venta con uso de la tarima, en el Sistema de Transporte Colectivo Metro, por parte de los integrantes de ASOCIVE. (Fuente: Métrica Digital, 2016).



Fotografía 3. Condiciones de venta con uso de la tarima, en el Sistema de Transporte Colectivo Metro, por parte de los integrantes de ASOCIVE. (Fuente: Métrica Digital, 2016).



En el año 2015 se tenía el registro de 300 miembros de la asociación que trabajaban en todas las líneas del metro, con excepción de la Línea 2 (Cuatro Caminos-Taxqueña). Se contabilizaron cerca de 120 tarimas en donde se expendían productos como agua, botanas, dulces y pan. Las tarimas son mobiliarios de venta que se operan en los turnos, matutino y vespertino; en donde cada vendedor de turno se hace cargo de la mercancía que vende. La Tabla No. 3 muestra la composición de integrantes de la ASOCIVE que trabajan en el Sistema de Transporte Metro.

ASOCIVE				
Mujeres	Hombres	Edad promedio	Casados	Solteros
20%	80%	80%	60%	40%

Tabla No. 3. Información de los vendedores de la ASOCIVE. (Fuente: Métrica Digital).

Los problemas que tienen los vendedores son variados, desde el estado de salud (muchos de ellos son diabéticos y por ello perdieron el sentido de la vista); el viacrucis, de cerca de tres horas en promedio, que representa desplazarse desde sus lugares de origen²² a la Ciudad de México con mochilas y maletas llenas de productos, ya que es común que no se arriesguen a dejar sus mercancías en el punto de venta, ante la oleada de asaltos de la que ya han sido víctimas, ya sea de manera violenta o asaltos “hormiga”, en donde desaparecen sus productos de manera paulatina. Cabe señalar, que al expender sus productos el vendedor no recibe de manera directa el importe del costo del producto, el pago se basa en la confianza del consumidor quien realiza la actividad de pago y cobro al mismo tiempo. Otra problemática es que sigue la llegada de invidentes y débiles visuales al metro para buscar alternativas de sobrevivencia, aunado a esto, viven un enfrentamiento constante con los comerciantes, normovisuales, otros grupos de invidentes y débiles visuales, “pasilleros”, “vagoneros”, quienes no acordaron en su momento con el gobierno de la Ciudad de México el poder desarrollar su actividad comercial.

Los integrantes de la ASOCIVE no creen que el destino para una persona invidente o débil visual sea el comercio ni ser masajista o músico callejero, sin embargo, es la falta de programas para este sector lo que provoca que recurran a esta alternativa.

El Sistema de Transporte Colectivo Metro, ha sido una alternativa que garantiza su supervivencia y la de su familia ante esta situación. Y la ASOCIVE ha sido la asociación por medio de la cual se han organizado para estar de manera autorizada en las diferentes estaciones del metro. Además, de que por medio de un convenio con la empresa de agua embotellada Bonafont han podido contar con instalaciones en donde se imparten a los integrantes de la asociación diplomados en computación, desarrollo humano, ventas y fotografía; así como, el hecho de que se ha llegado a un acuerdo con esta misma empresa para vender agua embotellada con la identidad gráfica de ASOCIVE, al ser las botellas de agua de 660 ml. el producto estrella de las tarimas.

²² De acuerdo a la ASOCIVE un 70% de los trabajadores son de municipios del Estado de México, como Tlalnepantla, Ecatepec, Nezahualcóyotl, Lerma, Texcoco y Amecameca, por citar algunos.

A partir de esta problemática la ASOCIVE, con apoyo de la UAEMéx., a través de la FAD; la CNDHEM, por medio del Consejo Ciudadano para la Prevención y Eliminación de la Discriminación; y Métrica Digital, publicaron la convocatoria del “Concurso de Diseño de Mobiliario de Venta e Identidad Gráfica para los trabajadores invidentes y débiles visuales del Sistema de Transporte Colectivo (Metro) de la Ciudad de México”. El objetivo era diseñar el mobiliario de venta, para la exhibición de venta y transporte de dulces, botanas, galletas, agua, pan y otros productos alimenticios; además de la identidad gráfica, con el propósito de que fuera reconocida como una asociación organizada e integrada de acuerdo con características e intereses comunes. En ambas categorías, se tomaron en cuenta las características perceptuales de los usuarios, por lo mismo, solicitaron presentar modelos tridimensionales para la evaluación de las propuestas.

Fotografía 4. Pieza promocional para el Concurso de la ASOCIVE para Redes Sociales. (Fuente: Comité Organizador del Concurso, 2016)



Fotografía 5. Pieza promocional para el Concurso de la ASOCIVE para Redes Sociales. (Fuente: Comité Organizador del Concurso, 2016)

Fotografía 6. Presentación de la convocatoria en instalaciones de la FAD (Fuente: Comité Organizador del Concurso, 2016)



La presentación de la convocatoria se realizó en las instalaciones de la FAD en la UAEMéx., con la presencia de la mesa directiva de la ASOCIVE, fueron los mismos integrantes y vendedores de la asociación quienes presentaron la problemática a la que se enfrentan, así como, las expectativas que se tenían para el desarrollo del diseño de mobiliario e identidad gráfica. Respecto de los criterios para el diseño de la identidad gráfica se deseaba que ésta representara ser una asociación de invidentes y débiles visuales que a su vez transmitiera confiabilidad, solidez, y constitución formal de la asociación y tuviera impacto para sus actividades empresariales en grupo. Para el diseño de mobiliario se solicitó tomar en cuenta los requerimientos normativos (medidas de base de 1m. y no sobrepasar el 1.60 m. de altura, anclado al suelo y evitar materiales que pudieran causar lesiones en caso de accidente) requerimientos ergonómicos (superficies lisas, áreas de exhibición visibles, pero protegidas con espacio para almacenar mercancía) requerimientos funcionales (la tarima podría ser compartida para venta y almacenamiento, por dos vendedores de acuerdo al turno matutino y vespertino).

Resultados

Posterior a la presentación de la convocatoria, siguió el proceso para la evaluación de las propuestas. Para el proceso de evaluación del prototipo de ambas categorías se invitó a los miembros de la mesa directiva de la ASOCIVE y al C. Luis Roberto Ortíz Ortega, presidente del Consejo Ciudadano para la Prevención y Eliminación de la Discriminación, de la CNDHEM, quienes analizaron y evaluaron las propuestas de ambas categorías. De esta manera el diseño seleccionado para la identidad gráfica fue el denominado “Huella” y para el mobiliario “La Pecera”.



Fotografía 7



Fotografía 8



Fotografía 9

Presentación de los modelos a escala a los integrantes de la ASOCIVE

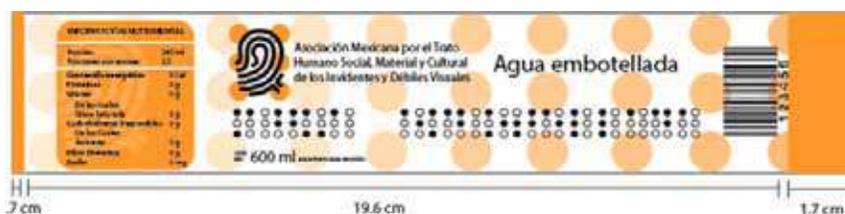
(Fuente: Comité Organizador, 2016)

Diseño de Identidad gráfica, propuesta “Huella” (Figura 1).

Los elementos gráficos resultaron formas sencillas que logran ser fácilmente reconocibles al tacto activo y a la vista. Se llegó a la conclusión de que la simplificación de las formas es, para el medio visual y táctil, un medio reconocible sin necesidad de indagar demasiado en el objeto de diseño [...] De igual modo las personas invidentes y débiles visuales consideran el sentido del oído y las yemas de sus dedos los ojos con los que pueden apreciar su entorno y el sistema Braille un acercamiento a la información (Muciño, 2016).



Figura 1. Propuesta de identidad gráfica para ASOCIVE (Fuente: Muciño, 2016).



Etiqueta para botella de agua (Fuente: Muciño, 2016).

Diseño de mobiliario de venta “Pecera”

El proyecto describió la intención de tener un área suficientemente visible para el consumidor normovisual, con el propósito de invitar a la compra. Teniendo en cuenta que la transacción comercial dentro del Sistema de Transporte Colectivo Metro se realiza de manera rápida. De la misma manera, disuadir en lo posible actos de robo, pues cualquier movimiento es visible, un material opaco ocultaría los movimientos e incitaría al robo, bajo la idea que los vendedores de este punto de venta carecen de visión, por lo que la única manera de evitar un robo es haciendo que el comprador se sienta observado por todo su entorno y una forma de lograrlo es dejando en la medida de lo posible la visión abierta en todos los ángulos. La interacción se diseñó por medio de huellas y componentes con sistema “push” que reemplazan la utilización de jaladeras y herrajes comunes. Todas las superficies se encuentran libres de protuberancias; los vértices terminan en radios para evitar posibles lesiones en caso de un impacto (Cirilo, 2016).

Figura 2.

Render de la propuesta de mobiliario punto de venta.

(Fuente: Cirilo, 2016; Comité Organizador 2016).



Fotografía 10.

Evaluación del prototipo, por parte del Lic. Ortíz Ortega de la CNDHEM

(Fuente: Cirilo, 2016; Comité Organizador 2016).



Las propuestas finales a nivel prototipo de ambas categorías, se planean implementar en una estación del Sistema de Transporte Colectivo Metro, una vez superados los requisitos para hacerlo, se debe destacar que este ejercicio fue un esfuerzo hacia la inclusión de esta población, para así, contribuir a la calidad de vida de este sector; partir de ofrecer servicios variados con una identidad digna, reconocible y de acuerdo con los requerimientos del Sistema de Transporte Colectivo Metro y sus usuarios.

Conclusiones

Las propuestas finales para los usuarios de ASOCIVE se identifican como piezas funcionales que cumplen con los requerimientos que se establecieron dentro de la convocatoria. El proceso de diseño se apreció como un reto para los alumnos, quienes se acercaron a la percepción táctil, como una manera de percibir el mundo, de acuerdo con cómo lo hacen los invidentes y débiles visuales. Sin embargo, esta manera de percibir se dio cuando ya habían realizado el objeto diseñado. En la presentación de los proyectos reconocieron que diseñaron desde la perspectiva de los normovisuales, al identificar la discapacidad visual como algo transitorio, no como algo permanente con las vicisitudes que esto implica. Es así, que el proceso de diseño se tornó “fácil” de resolver como lo harían para un usuario normovisual. La argumentación sobre las ventajas de la identidad gráfica y del mobiliario diseñado en la mayoría de los casos, no tuvo la empatía inmediata con los integrantes de ASOCIVE, los aciertos sobre el mobiliario fueron descubiertos de manera espontánea por estos en el momento de la presentación, así detalles que no habían sido considerados como relevantes desde el diseño, para los usuarios representaron un valor. Se identificaron elementos de diseño convenientes a la necesidad, de manera casual, hecho que descubrió la distancia que tenían los diseñadores con respecto del usuario. De cualquier manera, los descubrimientos realizados por los usuarios aportaron valor y un cierto grado de innovación a los diseños.

Desde esta experiencia es que se hace la reflexión sobre el diseño el cual no puede ser visto sólo desde la satisfacción de una necesidad, en este caso, de una identidad y un mobiliario punto de venta para invidentes y débiles visuales. Es un hecho que los alumnos están acostumbrados a proyectos estudiantiles, en donde existe un usuario y un contexto imaginario. Este caso, el usuario cuestionaba sobre factores

que tenían relación con sus necesidades, así, proponía soluciones alternas de acuerdo con su experiencia, limitaciones propias y externas, así como de sus expectativas de uso del objeto diseñado; eso fue al final lo que permitió enriquecer el proceso. Un usuario con una discapacidad visual tiene un perfil diferenciado, por lo que diseñar para él es fundamentalmente empatizar sobre lo que piensa, lo que dice, lo que hace, dentro de un contexto y situación determinada. Esta circunstancia permitió a los alumnos que participaron en este ejercicio descubrir que el diseño plantea retos no sólo morfológicos, funcionales o estéticos, sino también culturales y sociales, lo que exige al diseñador generar el proceso de diseño desde el pensamiento complejo. Desde los autores revisados (Morin, 1997; Tassinari, 1995; Martín, 2002; Rodríguez, 2010; Gómez, 2017) y los resultados de la convocatoria de la ASOCIVE, a manera de aportación se propone al pensamiento complejo como la base fundamental del proceso investigativo, en donde el diseñador desde su intuición, razonamiento y manejo de múltiples variables para que pueda responder a una situación de diseño determinada, desde el caso ASOCIVE se considera (Esquema 1):



Esquema No. 1.
Propuesta del proceso dinámico de investigación desde el pensamiento complejo para las necesidades que planteó la ASOCIVE
(Elaboración: Autoras, 2017).

La experiencia reiteró la deuda que tiene el diseño con este tipo de usuarios, así como, la universidad y sus docentes con sus estrategias hacia la práctica en el diseño. La urgencia es integrar en el ámbito académico el planteamiento de proyectos que permitan a los estudiantes y futuros profesionistas contar con herramientas para desarrollar y proponer objetos de diseño enfocados a satisfacer necesidades de sectores de la población que de alguna forma se encuentran aislados de la generalidad. Así como, destacar la importancia de la transdisciplinariedad para abordar el proceso de investigación y ejecución del diseño. Y por otro lado, destacar la importancia del pensamiento complejo para la comprensión de una situación hacia la intervención del diseñador dentro del contexto social por ser verdaderamente un agente de cambio proactivo preocupado por la calidad de vida de sus usuarios que no mira su contexto de manera fragmentaria, sino como un complejo sistema con sus particularidades o mediaciones.

Bibliografía

Briseño, A., et.al. (2004). Reflexiones de diseño y cosas peores. México, Universidad de Guadalajara.

Cirilo, J. A. (2016). Punto de venta de bebidas y golosinas para Invidentes y débiles visuales en el Metro de la CDMX. (Reporte de trabajo inédito). Universidad Autónoma del Estado de México. México.

Gómez-Abrams, J. (2017). "30 Aniversario de Diseño Gráfico-Diseño Industrial". Trabajo presentado en 6 ideas para crear valor a través del design thinking. 21 de Agosto de 2017. Toluca, Estado de México.

Margolin, V. (2005) Las políticas de lo artificial. Ensayos y estudios sobre diseño. México, Designio.

Martín, F. (2002) Contribuciones para una antropología del diseño. Barcelona, Gedisa.

Morín, E. (1997). Introducción al pensamiento complejo. Barcelona, Gedisa.

Muciño, M. (2016). Diseño de Identidad Visual para la Asociación Mexicana por el Trato Humano Social, Material y Cultural de los Invidentes y Débiles Visuales, A.C. (ASOCIVE). (Reporte de Aplicación de Conocimientos, inédito). Universidad Autónoma del Estado de México. México.

Potter, Norman. (1999). Qué es un diseñador. Objetos, lugares, mensajes. España, Paidós Estética.

Rodríguez-Morales, L. (2010). Diseño, estrategia y táctica. México, Siglo XXI.

Mesografía

Arámbula, P. y Uribe, M. (2016). "Entendiendo el proceso de diseño desde la complejidad". Revista KEPES Año 13 No. 13 enero-junio 2016, págs. 171-195 ISSN: 1794-7111 (Impreso) ISSN: 2462-8115 (En línea) DOI: 10.17151/kepes.2016.13.13.9. Disponible en URL: http://vip.ucaldas.edu.co/kepes/downloads/Revista13_9.pdf [Accesado el 24 de agosto de 2017]

Asociación Mexicana por el Trato Humano, Social, Material y Cultural de los Invidentes y Débiles Visuales del Sistema de Transporte Colectivo Metro (2017). Actualización Facebook. Recuperado de: <https://www.facebook.com/AsociacionInvidentesyDebilesVisuales/photos/a.1600944356879570.1073741827.1600932476880758/1698749290432409/?type=3&theater> [Accesado el 20 de agosto de 2017]

COTEC. (2008). Diseño e Innovación. La gestión del diseño en la empresa. Madrid: Fundación Cotec. Recuperado de: http://informecotec.es/media/N25_Diseno_Innov_Gestion.pdf [Accesado el 29 de agosto de 2017]

García, C. (coord.) (2011). Accesibilidad universal y diseño para todos. Arquitectura y Urbanismo. Fundación ONCE. Madrid. Recuperado de: http://www.fundaciononce.es/sites/default/files/docs/Accesibilidad%2520universal%2520y%2520dise%C3%B1o%2520para%2520todos_1.pdf. [Accesado el 25 de agosto de 2017]

González, N. y Aguilar, D. (Abril 2018). El diseño desde la nueva teoría de la complejidad. Trabajo presentado en el "Seminario Internacional Virtual Vanguardias del Diseño". San Luis Potosí, México. Recuperado de: <http://seminario2018.vanguardiasdiseno.org/mesa01/196> [Accesado el 3 de marzo de 2019]

Métrica Digital (2015). Sonriendo en la oscuridad: la diaria batalla de los trabajadores invidentes en el Metro de la Ciudad de México. Recuperado de: <http://metricadigital.com/sonriendo-en-la-oscuridad-la-diaria-batalla-de-los-trabajadores-invidentes-en-el-metro-de-la-ciudad-de-mexico> [Accesado el 25 de agosto de 2017]

Nicolescu, B. (s.f.) La Transdisciplinarietà. Manifiesto. Ediciones Du Rocher [En línea] <http://www.ceuarkos.com/manifiesto.pdf> [Accesado el 3 de marzo de 2019]

Organización Mundial de la Salud. (2011). Informe Mundial sobre la Discapacidad. Recuperado de: http://www.who.int/disabilities/world_report/2011/summary_es.pdf?ua=1 [Accesado el 3 de abril de 2017]

Capítulo 13. El diseño gráfico y la innovación social como factores de desarrollo social

Graphic design and social innovation as factors of social development

Adilenne Jilary Mondragón Valdés

María Gabriela del Villar García

Resumen

La historia del diseño gráfico menciona la constante necesidad de comunicación del ser humano. El profesional en diseño se ha dedicado a generar soluciones orientadas al mercado, tecnología, a su disciplina e incluso para sí mismo, con lo cual ha dejado de lado las necesidades reales de la sociedad. El paso del tiempo demanda nuevos enfoques en cualquier disciplina, mismos que serán el resultado de los distintos desafíos sociales, es aquí donde esta ciencia debe cuestionar sus fines sociales. El diseño gráfico debe exponer su diversificación, al evidenciar los nuevos enfoques podrá generar nuevas opciones de la práctica profesional, y lograr, además, un efecto positivo en la cultura del diseño actual.

Así es como, la innovación social entendida como las nuevas alternativas para dar solución a problemas sociales, principalmente de manera colectiva puede fungir como una perspectiva o eje a partir del cual se generen estrategias para el desarrollo social a partir del diseño. Son estas nuevas ideas, respaldadas por el trabajo de un profesional de diseño gráfico y un equipo multidisciplinario, capaces de generar una reconfiguración en las formas de alcanzar los objetivos sociales actuales. Por lo anterior, el objetivo de este texto es exponer cómo el diseño gráfico puede, a través de la perspectiva de la innovación social, hacer aportaciones que pueden cambiar las condiciones de vida de grupos específicos.

Palabras clave: diseño gráfico, innovación social, proyectos sociales.

Abstract

The history of graphic design mentions the constant need of communication of the human being, the professional in design has been dedicated to generating solutions oriented to the market, technology, to its own discipline and even in itself, leaving aside the real needs of the society. The passage of time demands new approaches in any discipline, same that will be the result of the different social challenges, it is here where this science must question its social purposes, the graphic design must expose its diversification, evidencing the new approaches it will be able to generate new options of Professional practice, also achieved a positive effect on the current design culture.

This is how social innovation understood as the new alternatives to solve social problems, mainly collectively, can act as a perspective or axis from which strategies for social development are generated based on design. These new ideas are supported by the work of a graphic design professional and a multidisciplinary team capable of generating are configuration in the ways of achieving current social objectives. Therefore, the objective of this text is to show how graphic design can, through the perspective of social innovation, make contributions that can change the living conditions of specific groups.

Key words: *graphic design, social innovation, social projects*

Introducción

En el contexto planteado en el resumen, es necesario entender al diseño gráfico desde sus inicios para comprender las bases de la actual disciplina y de esta forma poder potencializar sus beneficios en proyectos sociales. Además, es necesario comprender el término innovación social y sus alcances para desde esta perspectiva generar estrategias que permitan el desarrollo de grupos sociales específicos. El diseño nace como un proyecto revolucionario, según menciona Norberto Chaves (2006), y su evolución constante demuestra que no es nada de lo que fue en sus inicios, es decir, la sociedad, los tiempos, las necesidades, los medios y los procesos han cambiado totalmente. Es importante referirse a la sociedad como punto de partida del ejercicio del diseño, y es que, las necesidades de ésta son las que aperturan a nuevas posibilidades. Por otra parte, la innovación social para efectos del presente texto es un término relativamente nuevo que, según Juan Carlos Ortiz (2016),

Carlos Córdoba, Francisco Javier Villamarín Martínez y Harold Bonilla (2014), es un modelo de desarrollo socioeconómico que se caracteriza por promover el trabajo en redes de colaboración y alianzas entre Academia, Empresa y Estado.

En este sentido, se pretende que el diseño gráfico, desde una perspectiva de la innovación social, identifique un problema en el que pueda generar estrategias basadas en sus conocimientos con el fin de mejorar las condiciones de vida de grupos específicos. Además, se requiere de la construcción de alianzas o redes de colaboración entre los actores sociales, dicho de otra manera, es necesario que el diseñador trabaje con miembros de estos grupos, que conozcan y vivan el problema para que los resultados generen grandes beneficios sociales. Para la disciplina del diseño, la innovación social puede fungir como un medio para desarrollar proyectos sociales que intervengan en mejorar la calidad de vida.

El diseño gráfico

La historia relata el origen de una disciplina que cubría las necesidades de comunicación para las masas, por medio de diferentes herramientas gráficas que permitían desde entonces, comunicar un mensaje específico. Éste fue construido mediante métodos que relacionan diferentes disciplinas, se creó así, un recurso cuyas características englobarían belleza, funcionalidad y eficacia. De esta forma el producto de diseño contribuyó en muchos aspectos de la vida cotidiana del usuario. Así surgió el Diseño Gráfico, como solución a una necesidad específica. La historia menciona el uso de imágenes como medio de comunicación gráfica, evidencia la necesidad de crear medios que no sólo originarían como tal, al diseño sino a una infinidad de disciplinas que más tarde influenciarían la vida humana en general. Algunos de los autores que sustentan este primer apartado son Philip B. Meggs. (1991), Enric Satué (1997) y Vilchis Luz del Carmen (2010).

Para Philip B. Meggs. (1991), la historia del diseño está más ligada con Europa “El viejo mundo”; tras todos los nuevos métodos llegó la producción de diseño en masa y surgió “*El Movimiento de las Artes y Oficios*”, el cual inicia en Inglaterra como consecuencia de la confusión artística, moral y social de la Revolución Industrial (nuevamente el diseño forma parte del desarrollo social y se ve influido por éste). Según Enric Satué (1997) los movimientos posteriores aportaron conocimientos valiosos para la disciplina. El siglo XX trajo cambios de carácter social, cultural,

político y económico que involucraron a otros medios de comunicación y generaron avances en las bases de la disciplina, lo cual permitió el origen de las escuelas de diseño más influyentes de todos los tiempos al igual que el florecimiento y el declive de éstas generarían aportaciones valiosas para el desarrollo del Diseño Gráfico. El diseño desde entonces ya era una disciplina insertada en la sociedad que formaba parte de las escuelas y movimientos de la época influenciaba al mundo entero.

Si se aborda al diseño gráfico y a la sociedad, es fundamental entonces iniciar por reconocer a la sociedad como factor principal de evolución del Diseño Gráfico; la historia está ligada a las diferentes necesidades humanas y la forma de satisfacción de estas, además, de que se relaciona con los métodos e instrumentos que se utilizaron para generarlos. Estos factores son los que generaron cambios, movimientos y mejoras con el único objetivo de obtener una mejor calidad de vida. Es entonces, cuando las marcas, los símbolos, los dibujos, letras, trazos o escritos se manifestaron por convertir la vida en una expresión gráfica que permitiría la preservación de conocimientos, experiencias y pensamientos, que contribuirían a la comunicación.

En la sociedad actual, el diseño gráfico es sin duda una disciplina que se posiciona dentro de las que generan beneficios a nivel social y económico. Representa un elemento de importancia para la mayoría de las unidades económicas, ésta colabora en la generación de estrategias, su posicionamiento y proyección externa e interna. El diseño es un proceso que debe estar sustentado con un estudio que permita un diagnóstico de aplicación, también, soportado en metodologías que permitan abordar problemas actuales. La evolución de las sociedades, los nuevos retos tecnológicos, el mundo globalizado, nuestra realidad social, así como, la era del conocimiento llama a los diseñadores para cambiar o evolucionar en cuanto al rol tradicional y con lo cual generen, un pensamiento que contribuya con los actuales desafíos sociales. Debemos entender que el diseño necesita de multiplicidad de perspectivas, así como, de acercamiento constante a otros campos de conocimiento y de trabajo colaborativo que propicie la generación de redes con mayores posibilidades de alcanzar sus objetivos.

El Diseño Gráfico es una disciplina, que centra sus objetivos en distintos ámbitos como lo económico o lo político, cada día es más frecuente su uso a favor del esquema social. Por lo mismo, influye en la sociedad actual con mensajes numerosos

lo mismo que, complejos, inmersos en una cotidianidad donde el diseñador crea o difunde un mensaje, por ello es vital que cada mensaje sea estratégico. Autores como Tapia (2004), Flores G. (2012) y Durando J. (2012), argumentan que el Diseño, es más práctico que teórico por lo que no existe una metodología ni única ni exacta de atención a necesidades, además, las paráfrasis sociales demuestran el cambio social de las generaciones viejas a las actuales, esto detalla gustos y hace evidente el uso del diseño en la llamada era del consumismo, pero ¿qué tan responsable es el diseño? En realidad, se trata de herramientas de persuasión no de manipulación, sin embargo, no se debe subestimar el poder de convencimiento, que quizá influya de manera positiva en ámbitos sociales. Así, no se puede negar que el campo de trabajo potencial del Diseño Gráfico es enorme, y que se encuentra en una diversificación donde el enfoque social, puede abrir nuevos campos de colaboración que propicien una mejora al actual esquema social; como se menciona a continuación:

Desde la responsabilidad social, como eje de la disciplina, el ejercicio de diseño, implica un reconocimiento de las situaciones sociales como una posibilidad de interactuar para mejorar la calidad de vida de los grupos. Se reconoce que el principal problema del diseñador, es posteriormente de identificar la necesidad; reconocer el paradigma metodológico para interactuar con o a partir de una visión social, lo que implica una responsabilidad social y cultural –par indisociable en proyectos que pretenden un acercamiento a grupos–. (Villar y Mora, 2019, s.p.).

El diseño, por tanto, puede identificar una necesidad o problemática en un grupo social específico y generar estrategias mediante el co-diseño, es imprescindible que el trabajo sea colaborativo por ello la importancia de la participación de la innovación social.

La innovación social

El término “*innovación social*” para Córdoba, Villamarín Martínez y Bonilla (2014), en su artículo “*Innovación social: aproximación a un marco teórico desde las disciplinas creativas del diseño y las ciencias sociales*” se remontan a pensadores antiguos como Benjamín Franklin, pero este concepto se definió por primera vez en 1912 en la obra de Joseph Shumpeter (1912) citado por los autores (2008). La definición más actual data del siglo XX por pensadores sociales, sin embargo, es un término que ha evolucionado de procesos tecnológicos a procesos creativos, pero siempre con la finalidad de mejorar los métodos y los productos para alcanzar un tipo de desarrollo social.

Por tanto, la innovación social no es una perspectiva que surge de la nada; los cambios sociales, económicos y políticos, según los autores, son factores que crearon ese contexto como propicio. Los primeros conceptos muestran que se trata de un término polisémico que está en pleno proceso de construcción. Por un lado, es *“un medio que posee la sociedad civil para solucionar de forma creativa, novedosa y participativa sus problemáticas”* (Córdoba, Villamarín Martínez y Bonilla, 2014: 36) y por otro, *“no solo 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 y culturales”* (Córdoba, Villamarín Martínez y Bonilla, 2014: 36). Los autores concluyen que se trata de que la sociedad construya alternativas de cambio orientadas a la integración, solidaridad y a la construcción de capital social para hacer frente a los problemas de forma creativa, así como, participativa.

Para Juan Carlos Ortiz en su libro *Diseñando el cambio. La innovación social y sus retos* (2016) la define como:

La innovación social se refiere a las actividades y servicios innovadores que están motivados por el objetivo de satisfacer una necesidad social y que son predominantemente difundidos a través de organizaciones cuyos fines principales son sociales (Ortíz, 2016: 16).

Ortíz (2016) cita a autores como Deiglmeier and Miller (2008), Murrey (2010), Mulgan (2006), Cajaiba-Santana (2014) quienes tienen su propio concepto de innovación social. La definen como un conjunto de nuevas prácticas, ideas, productos, servicios, modelos, soluciones e innovaciones cuyo objetivo es resolver problemas sociales, es decir, beneficiar a la sociedad y éstas a su vez, son resultado del trabajo colectivo y de las nuevas relaciones de colaboración. Así, la razón principal para que lo anterior ocurra son las necesidades sociales originadas por las carencias económicas, sociales, culturales o políticas; para propiciar que se plantee una nueva alternativa para hacerles frente. Según Ortíz (2016), las problemáticas como el cambio climático, la equidad de género, la inseguridad son algunos ejemplos de las necesidades sociales actuales.

La innovación social:

involucra diferentes actores: generadores de políticas públicas que pueden ayudar a crear las condiciones adecuadas, fundaciones y filántropos que pueden financiar y apoyar; organizaciones sociales que intentan cubrir necesidades de manera más efectiva, así como emprendedores e innovadores sociales (Murrey citado por Ortiz, 2016: 17).

Actores inmersos en el problema en su mayoría convergen a favor de la sociedad, por lo tanto:

el resultado de un proyecto de innovación social puede ser tangible: un producto, proceso de producción, o la tecnología (al igual que la innovación en general), o intangible: un principio, una idea, una pieza de legislación, un movimiento social, una intervención, o alguna combinación de ellos (Phills, Deiglmeier & Miller, 2008; Cajaiba-Santana, 2014 citados por Ortiz, 2016: 17).

La innovación social, por tanto, es un término que, por su designación, puede confundirse con algo nuevo, sin embargo, la evolución de éste nos dice que es una necesidad por generar nuevas formas de satisfacer los embates sociales que se presentan. Es por ello que, el diseño gráfico se convierte en una alternativa factible que desde la perspectiva de la innovación social puede abordar proyectos sociales. Su intervención puede ir desde la promoción, hasta el desarrollo de resultados tangibles o intangibles con un fin específico, resultado de una problemática identificada desde las áreas del diseño.

El diseño gráfico y la innovación social en proyectos sociales

Los diseñadores tienen la capacidad de actuar en favor de la sociedad al crear estrategias desde la innovación social, según Ortiz (2016) el diseñador puede fungir como activista, ya que cuenta con herramientas para el desarrollo de sus propios medios, como promotor cultural y como estratega, el diseñador es capaz de proponer ideas, visiones y estrategias para generar soluciones en proyectos de índole social.

Según Villar y Mora (2019) en su artículo “*Experiencias de interacción social y simbólica en proyectos de diseño*” cualquiera que sea la iniciativa para el desarrollo de proyectos sociales no debe ser aislada, es decir:

el éxito de estos depende de la capacidad de interacción para la construcción de relaciones de colaboración. Los proyectos de este tipo, deben responder a una necesidad social sentida, a una problemática identificada y por tanto, han de servir para mejorar las condiciones de vida de los involucrados (Villar y Mora, 2019, s.p.).

Los proyectos sociales pretenden generar cambios en la vida de los grupos, espacios o comunidades donde se desarrollen. Por lo que el diseño gráfico y la innovación social al trabajar de forma colaborativa pueden establecer ejes de acción. Ortiz (2016) identifica las siguientes habilidades que los diseñadores pueden desarrollar para intervenir en proyectos de desarrollo social:

- **Revertir soluciones asistencialistas:** ya que el diseño surge en una sociedad capitalista, con necesidades subjetivas en lo que el diseño ha sido de gran ayuda, por lo que revertir esta postura considerando a el usuario como un ser activo, dejando de un lado el asistencialismo y estimulando la corresponsabilidad.
- **Visualizar a usuarios como personas activas:** en la innovación social es vital conocer a la sociedad beneficiada con las nuevas estrategias por lo cual se hacen partícipes de la solución.
- **Considerar el impacto del contexto:** considerar al contexto como un conjunto dinámico “El contexto no está influenciado únicamente por el conocimiento de las personas y el espacio físico, sino también por la interacción social, aspectos culturales, temporales o situacionales.
- **Administrar la ambigüedad e incertidumbre:** el tipo de tarea, las problemáticas sociales y los “*clientes*” hacen que la labor del diseñador sea más compleja que en un proyecto cerrado.
- **Realizar investigación para el diseño:** en todo proyecto de diseño la investigación está presente pero es fundamental esta habilidad en los profesionales en temas de innovación social, conocer el contexto real, obtener información útil, además, es necesario desarrollar buenos métodos para la obtención de datos (Ortiz, 2016: 22).

Así, el diseño gráfico tendrá mayores posibilidades de crear soluciones de impacto social por medio de procesos orientados a la innovación social. El acercamiento a grupos sociales permite la identificación de necesidades o fenómenos que requieren del diseño gráfico, que, tras un análisis y trabajo colaborativo, propongan nuevas estrategias desde sus conocimientos para generar la integración de una

perspectiva de innovación social e intervengan en la calidad de vida de estos. El trabajo multidisciplinar, colaborativo y el co-diseño representan las soluciones más completas y eficientes según Ortiz (2016). El diseño para la innovación social está centrado en el aspecto humano, en los beneficios potenciales, resultado de las herramientas básicas como una idea o un objeto, pero dirigidos a una persona o a un diseño inclusivo. Esto deja entrever que existen nuevas alternativas para generar diseño para todos y que éstas empiezan a emerger con gran fuerza para contribuir con el desarrollo social.

Caso: La marca territorio como estrategia de innovación social en Villa de Allende, Estado de México

El caso que se presenta está desarrollado por Adilenne Jilary Mondragón Valdés, alumna de la Maestría en Diseño de la facultad de Arquitectura y Diseño de la UAEMéx., y lleva por título: *“La marca territorio como estrategia de innovación social. Caso: Villa de Allende, Estado de México”*. Su objetivo central es exponer los atributos del diseño de una marca territorio como estrategia de innovación social en grupos vulnerables a través de un estudio de caso implementado en Villa de Allende, Estado de México para establecer parámetros que coadyuven a generar valor social. En el primer acercamiento, como habitante de este municipio, se detecta la carencia de una cultura del trabajo colectivo que influye en el desarrollo social y económico. Que deriva en una serie de problemas entre ellos: la pérdida de identidad, migración y pobreza. Lo que sugirió reconocer la necesidad de diseñar una estrategia de diseño, por medio de la marca territorio, que identificara al igual que, promoviera la identidad dentro y fuera del municipio.

Se realizó un segundo acercamiento por medio de dos herramientas de investigación de campo que determinaran los objetivos del proyecto social, a través de un diagnóstico en la situación actual del municipio respecto de cinco variables: **1)** los elementos representativos del municipio, **2)** sus atractivos turísticos, **3)** sus tradiciones, **4)** la producción interna y **5)** los problemas actuales que enfrenta. Así, el análisis de éstas permite al diseñador presentar los resultados y generar una estrategia. Sin embargo, la dificultad que tiene el diseñador no radica en generar la estrategia de diseño, es decir, la marca territorio, sino en generar la integración y apropiación de un signo dentro de la sociedad; pues es uno de los principales

embates cuando se desarrolla una marca de este tipo y en el caso específico de Villa de Allende con una apatía muy marcada sobre su renuente participación en proyectos colectivos. Por ello se convierte en un gran reto para el diseñador quien debe valerse de estrategias planteadas desde la interacción social e innovación social para que exista una apropiación de las estrategias planteadas, lo cual, el diseñador debe ser capaz de generar, desde su disciplina, un plan de acción colectivo ya que cuenta con herramientas para el desarrollo de sus propios medios, como promotor líder y estratega.

Conclusiones

A partir de la designación de los términos, presentados a través de la revisión teórica de estos y su asociación con la sociedad actual, se sugieren algunas conclusiones desde la disciplina para el desarrollo de proyectos sociales.

La necesidad de contribuir como profesional con conocimientos a los actuales problemas sociales es cada vez más necesaria, la responsabilidad y ética de cada disciplina demandan generar estrategias para el bien común, es decir, contribuir en los desafíos reales, al identificar las necesidades o problemáticas sociales desde el área del diseño para generar propuestas que por medio de modelos y redes de colaboración permitan resultados favorables. Es así como el diseño gráfico, en su esquema de disciplina creadora de ideas, puede fungir como estratega, es decir, su contribución al modelo de innovación social puede abarcar, la identificación de la necesidad, generar soluciones innovadoras, por medio de procesos multidisciplinarios. Al promoverlos y facilitar su implementación y apropiación por medio de redes colaborativas que tengan como fin el desarrollo social. Los profesionales de esta área ampliarían la visión limitada a aspectos meramente económicos para explorar su inmersión en temas de sostenibilidad y embates sociales actuales. Los especialistas deben asumir la responsabilidad social y a su vez generar nuevos enfoques para su práctica profesional.

La diversificación de los diseñadores gráficos permite que los aportes sean mayores, ya que un académico puede contribuir desde las aulas al fomentar el diseño responsable; un investigador, al generar conocimiento relacionado a los enfoques sociales de esta ciencia; los diseñadores editoriales desde su contenido, en fin, los

aportes son innumerables. Es fundamental considerar a la innovación social como una perspectiva con problemas de carácter social, pues su fundamentación más básica la define como idea innovadora o nueva forma de hacer las cosas para la solución de problemas sociales por medio de la colaboración. Actualmente, los esfuerzos están enfocados en la innovación tecnológica o comercial (un panorama semejante al del diseño) donde las estrategias sociales son escasas, por lo que empezar a ocuparnos en demostrar su importancia, para los diferentes sectores, puede beneficiar al desarrollo social. El diseñador debe desarrollar habilidades específicas como: la investigación, la organización y la comunicación para su contribución a proyectos sociales por medio de la innovación social, puesto que, el diseño tradicional no está enfocado a la solución de problemas de carácter social. Se reconoce que generar soluciones a problemas sociales desde el área del diseño (como estrategia de innovación social y como resultado del trabajo colaborativo) para lograr el desarrollo social de un grupo en específico es una forma de que ambos conocimientos coadyuven para generar mejores condiciones de vida.

Referencias

- Chaves, N.** (2006). El oficio de diseñar propuestas a la conciencia crítica de los que comienzan: colección Hipótesis (1a ed.). Barcelona: Gustavo Gili.
- Córdoba, C.;** Villamarín, F. y Bonilla, H. (2014). Innovación social: aproximación a un marco teórico desde las disciplinas creativas del diseño y las ciencias sociales. Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Vol. XV. No. 2 – 2do. Universidad de Nariño, Colombia.
- Durando, J.** (Comp.) (2012). Debate: Las nuevas tecnologías ¿modifican el diseño gráfico?. México: FOROALFA. Disponible en: <http://foroalfa.org/articulos/las-nuevas-tecnologias-modifican-el-diseno-grafico>
- Flores, G.** (Comp.) (2012). El diseño como herramienta económica y social. México: FOROALFA. Disponible en: <http://foroalfa.org/articulos/el-diseno-como-herramienta-economica-y-social>
- Frascara, J.** (2004). Diseño Gráfico para la gente: comunicaciones de más y cambio social (1a ed.). Buenos Aires: Infinito.
- Meggs, B.** (1991). Historia del diseño gráfico (1a ed.). México: Trillas.
- Ortíz, N.** (2016). Diseñando el cambio. La innovación social y sus retos. Economía Creativa, otoño-invierno 2016 (6), pp. 9-35 Universidad Autónoma Metropolitana,

Ciudad de México.

Pérez, L. (Comp.) (2013). El rol social del diseño gráfico en México. México: FOROALFA. Disponible en: <http://foroalfa.org/articulos/el-rol-social-del-disenador-grafico-en-mexico>

Satué, E. (1988). El diseño gráfico: desde los orígenes hasta nuestros días (1a ed.). Madrid: Alianza

Tapia, A. (2004). El Diseño Gráfico en el espacio social (1a ed.). México: Designio.

Troconi, G. y L. Almeida. (2010). Diseño gráfico en México: 100 años 1900-2000 (1a ed.). México: Artes de México.

Vilchis, L. (2010). Historia del Diseño Gráfico en México 1910-2010 (1a ed.). México DF: Instituto Nacional de Bellas Artes.

Villar, M. y Mora, P. (2019). Experiencias de interacción social y simbólica en proyectos de diseño. Facultad de Arquitectura y Diseño de la UAEMéx. Cuerpo Académico: Diseño y Desarrollo Social UAEM-SEP-173. México.

Capítulo 14. Escenarios y desafíos de la imagen ante el consumo mediático en la infancia

Scenarios and challenges of the image before media consumption in childhood

Diana Elisa González Calderón

Resumen

Esta investigación analiza los escenarios de construcción e intervención de la imagen de los medios y los desafíos que enfrentan, desde la perspectiva de derechos ante el consumo en la infancia. Se consideraron los principios rectores de la Convención de los Derechos del niño y se identificaron tres escenarios de análisis basados en el proceso de comunicación en el que está inserta la imagen como mensaje, lo que permitió visibilizar los retos creativos que enfrenta, así como la influencia.

Palabras clave: representación, medios, niñez, adolescencia.

Abstract

This paper analyzes the stages of construction and intervention of the image of the media and the challenges that it faces from the perspective of rights before the consumption in childhood. There were considered the guiding principles of the Convention on the rights of the child and identified three phases of analysis based on the communication process in which this inserts the image as a message, which made it possible to visualize the creative challenges it faces, as well as influence.

Key words: representation, media, children, teenager

Introducción

Pensar la imagen en los medios es una oportunidad para replantear un importante escenario de representaciones que tiene gran responsabilidad en la construcción de elementos de valor en públicos específicos. En el caso de la infancia es necesario

el replanteamiento de los discursos de los medios que, generados desde un aparato de emisión, tienen gran peso en la formación de valores en audiencias de temprana edad. Estos productos mediáticos no son más que el reflejo de los apegos, aceptaciones y rechazos que hay en una sociedad. Los simbolismos, que constituyen a los productos, son aprehendidos por niñas, niños y adolescentes quienes los traducen como un aprendizaje en relación con otro-otra, pero que a la vez también forman parte de sus identidades.

La presente investigación tiene como objetivo destacar los escenarios significativos en la construcción de la imagen, desde la experiencia de consumo de medios, para hacer visibles los desafíos a los cuales se enfrentan los productores de contenidos dirigidos a públicos infantiles (a la luz de los derechos de infancia en el contexto de los nuevos medios de comunicación) como escenarios cada vez más accesibles a todo público.

Desarrollo

A razón de la irrupción del internet y su respectiva masificación, en los últimos 20 años, la imagen es cada vez más cercana. Tiempo atrás, la imagen fotográfica era un tesoro que brillaba y se aquilataba ante la mirada sorpresa del revelado. Con las nuevas tecnologías, la presencia de las imágenes se ha hecho omnipresente e inmediata. Cantidad y calidad son dos premisas que se suman a la velocidad con que pueden ser enviadas a sitios lejanos. La distancia dejó de ser un problema, así como, el soporte de papel ha quedado desplazado por los soportes digitales (Escudero y González, 2017). Debido a que estos medios ayudan a poder apreciar las imágenes sin que importen factores como la cercanía o el acceso a ellas.

Pero la imagen en sí es un continente lleno de discurso. Insertada en un contexto determinado, es capaz de hablarnos, por ejemplo: de usos, costumbres, personajes y virar a la apreciación simbólica y por tanto subjetiva de quien la aprecia. Converge en un sistema social y cultural que dan sentido o establecen los límites de lo permitido tanto en la mostración como en la comprensión de la imagen. Sus límites determinan un recorte del espacio/tiempo, tal es el caso de la imagen fotográfica (en cuanto a la imagen gráfica señala también un recorte y enfoque del espacio visual).

La configuración interna de las imágenes está determinada por un emisor que no escapa a la línea definida por la intención final del uso y el público al que se dirigen. Basada en ese público se determinan los códigos y los acentos, es decir, el juego o la ecuación que lleven a un resultado específico. Para la codificación se vale del estudio de las cualidades del receptor y para llegar a éste necesita la definición de un medio como vehículo, que en muchos casos determina la correcta recepción del mensaje, ante el sentido que le imprime a la imagen misma debido a una línea que puede ser editorial y que marca las políticas internas de "lo permitido". Se requiere un medio para la recepción de la imagen como mensaje.

De los diferentes públicos que consumen medios de cualquier tipo, la infancia es el sector más vulnerable ante los efectos de la imagen y sus consecuencias.

Los cibernautas menores de 18 años navegan sin ninguna garantía gubernamental de que se respeten sus derechos a:

- 1) La protección de su dignidad, identidad, intimidad y salud en las comunicaciones por medios electrónicos.
- 2) La protección contra explotación, el comercio ilegal, los abusos y la violencia de todo tipo que se produzca utilizando Internet.
- 3) La educación, mediante contenidos que promuevan el bienestar, la equidad de género y el respeto a los derechos humanos (Gutiérrez et al. en Unicef, 2013: 80).

De aquí la importancia de reflexionar en los usos y aplicaciones de la imagen; al igual que, las imágenes generadas en televisión, videojuegos e internet; y señalar la pertinencia del uso responsable de contenidos dirigidos a la niñez y adolescencia.

Los medios audiovisuales, en general, fomentan la emotividad y no la racionalidad. La percepción audiovisual es selectiva. Hay un filtro cultural y emocional a la vista y en el oído. Es activa pero no consciente. Esto provoca que el medio irrumpa el proceso para entrar de lleno y en profundidad a los temas propuestos en el producto mediático (Consejo de Audiencias, 2015:9).

Las prácticas y organizaciones, al interior de la familia, han dado lugar a que cada vez más niñas, niños y adolescentes crezcan con la presencia permanente de la televisión, los videojuegos o contenidos de internet como los educadores principales. Esto

es un gran riesgo, ya que, debido a las variantes de configuración familiar, pasan, gran cantidad de tiempo, solos, son educados por los medios y videojuegos. La gran cantidad de contenidos violentos o con referencias sexuales ajenas a su edad, así como, imágenes estereotipadas con mensajes discriminatorios, lejos de ser entendidos en su complejidad por este grupo social en plena formación, aprehende y aprende patrones de conducta, que, por ende, llega a reproducir o considerar en el marco de la normalidad.

Si bien hay una serie de esfuerzos emitidos desde organismos internacionales, donde se fundamenta la necesidad de privilegiar los principios rectores de la Convención de los Derechos del Niño para su defensa, no ha permeado como debiera. La Convención de los Derechos del Niño fue adoptada en 1989 por la Asamblea General de las Naciones Unidas y sus principios rectores son cuatro:

1. La no discriminación
2. El interés superior del niño
3. El derecho a la vida, la supervivencia y el desarrollo
4. La participación

(CDN en plataforma de Infancia, s/a)

Se reconoce que hay un desconocimiento latente en su aterrizaje y aplicación desde las leyes de medios, donde debería destacarse la protección a los derechos de infancia.

Comprender los principios rectores de la Convención desde los diversos sectores productivos y sociales, facilitaría la tarea preventiva a la vulneración de esos derechos. A continuación, se citan los derechos de los niños:

Son derechos de niñas, niños y adolescentes, de manera enunciativa y no limitativa, los siguientes: [...]

- I. Derecho a la vida, a la supervivencia y al desarrollo
- II. Derecho de prioridad
- III. Derecho a la identidad

- IV. Derecho a vivir en familia
- V. Derecho a la igualdad sustantiva
- VI. Derecho a no ser discriminado
- VII. Derecho a vivir en condiciones de bienestar y a un sano desarrollo integral
- VIII. Derecho a una vida libre de violencia y a la integridad personal
- IX. Derecho a la protección de la salud y a la seguridad social
- X. Derecho a la inclusión de niñas, niños y adolescentes con discapacidad
- XI. Derecho a la educación
- XII. Derecho al descanso y al esparcimiento
- XIII. Derecho a la libertad de convicciones éticas, pensamiento, conciencia, religión y cultura
- XIV. Derecho a la libertad de expresión y de acceso a la información
- XV. Derecho de participación
- XVI. Derecho de asociación y reunión
- XVII. Derecho a la intimidad
- XVIII. Derecho a la seguridad jurídica y al debido proceso
- XIX. Derechos de niñas, niños y adolescentes migrantes
- XX. Derecho de acceso a las tecnologías de la información y comunicación, así como a los servicios de radiodifusión y telecomunicaciones, incluido el de banda ancha e Internet (CNDH,s/a).

Como puede observarse, el interés superior de niñas, niños y adolescentes es la consideración más importante, pues busca la garantía de derechos, en cuanto a toma de decisiones relativas a ellas y ellos.

Metodología

Se parte de la consideración de que la imagen es un escenario de sentido, donde se filtra una mirada de emisión que con intención específica emite un mensaje. La imagen mediática se encuentra posicionada en un proceso de comunicación para su estudio, como mensaje constituido por una intención de emisión y con un objetivo para un receptor definido. De este proceso de comunicación derivan los escenarios a complejizar para destacar sus propios retos frente a la infancia como sector vulnerable, por tanto, son denominados: el escenario de emisión o aparatos productores de contenidos, la imagen como contenido mismo del mensaje y el

escenario de consumo o de recepción. Tales escenarios de análisis fueron revisados a la luz de los cuatro principios rectores de la Convención sobre los derechos del niño (la no discriminación, el interés superior del niño, el derecho a la vida, la supervivencia, el desarrollo y la participación). Es una investigación de tipo cualitativo, que busca describir y comprender como se articula un escenario que aporta sentido a un público determinado.

Resultados y Discusiones

A partir del posicionamiento de la imagen inserta en un proceso de comunicación, los escenarios a analizar se sitúan desde los componentes del mismo proceso.

El escenario de emisión o aparatos productores de contenidos

El escenario creativo supone la presencia de un emisor que codifica el mensaje en función del público al cual se dirige. Su planteamiento va enmarcado en un discurso social, histórico y político de la época. El tratamiento al mensaje da constancia de una línea política que determina los límites del mensaje mismo.

Es en el escenario de emisión en donde se decide el qué, el cómo, el cuándo y el dónde. Estas son interrogantes que se responden según el caso de estudio y el target. La actitud y tono del mensaje predisponen la respuesta, por lo que es conveniente no perder de vista el objetivo de comunicación. Es difícil que no quede evidencia del estilo de trazo y estética del autor, por más que responda a las demandas de alguna encomienda con estilo ya establecido. Es decir, el estilo del autor queda intrínsecamente plasmado en la imagen como mensaje.

Pensar en los retos que enfrenta el escenario de emisión desde la imagen en torno a la infancia, es una tarea

relevante en la medida que permite introducir, como variable de análisis de las formas de desigualdad reproducidas desde el saber y las normatividades, la serie de prácticas de exclusión que se basan en el establecimiento de diferencias generacionales (Vásquez, 2013: 218).

Lo cual nos lleva a plantear:

A. ¿Cómo se conceptualiza a la infancia y que se hace visible en la representación que se genera de niñas, niños y adolescentes?

B. ¿Cómo se estructura el discurso dirigido a la niñez y adolescencia como público?

Señalar la conceptualización de la infancia es una discusión vigente que se enmarca en la Ley General de Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes (LGDNNA, 2015) la cual señala que si bien en el pasado, la infancia era protegida desde una mirada adultocéntrica, la LGDNNA señala que dicha protección, debe ser más bien orientada a los derechos de todo niño, niña o adolescente. Por lo tanto, conceptualizar al niño o niña desde la perspectiva de derechos, obliga a que todo acto dirigido debe ser coherente con los ejes rectores de la Convención del niño que es fundamento de la Ley.

De aquí que la representación generada debe respetar raza, sexo, género, religión, nacionalidad, posición social, etc., sin hacer discriminaciones, así como, sin promover estereotipos que encasillen o generalicen. En cuanto al principio rector del derecho a la vida, la supervivencia y el desarrollo, la imagen de los medios como mensaje articulado para un público infantil tiene que ser en un espacio de valores, difusor de buenas prácticas alimenticias y sanas; relaciones de convivencia entre iguales e intergeneracionales.

Por lo que es un reto desnaturalizar la violencia, el acoso, o la difusión de estereotipos como limitantes al ser humano y que, en el caso de la infancia, reducen sus posibilidades de desarrollo al limitar a un ámbito de acción a lo doméstico, en el caso de las niñas; la acción o la guerra, en el caso de los niños; que es visible desde los juguetes, hasta los roles impuestos en ciertas narraciones. Este determinismo se hace presente incluso en el uso de cierta cromática per se, del tipo rosa para mujeres o azul para hombres; pero este “deber ser” según el género, omite la complejidad del ser humano y sus variantes, por lo que son los medios el escenario ideal de validación del ser humano y su complejidad, por la función didáctica que llegan a desempeñar; esto es un factor urgente de ser reflexionado en mensajes

dirigidos al público infantil. Finalmente, la importancia de promover la participación infantil desde las representaciones de los medios, podría ser ejemplo de modelos de convivencia sana, del derecho a ser y ser escuchado, así como, opinar y ser respetado en esa opinión. El ejercicio de ciudadanía contempla la participación de la infancia desde edades tempranas con ciertas variaciones de acuerdo con sus capacidades (Pizzo et al., 2012).

En cuanto a la manera de dirigirse a la infancia como público, es conveniente salir del marco del adultocentrismo que posiciona un trato jerárquico que pondera la opinión del adulto por encima de la del niño, niña o adolescente (Vásquez, 2013). El ejercicio adultocéntrico invisibiliza la mirada de la infancia y omite su pensar. Desde el trato a la infancia, es impostergable salir del tono paternalista que fomenta el llamado “*infantilismo*” como término que denota por tradición la necesidad de protección. Si bien, en el pasado fue costumbre que los adultos decidían lo conveniente para niñas y niños, hoy es importante promover la escucha y habla mutua, el intercambio de ideas en aquellos temas que les afecten directa e indirectamente, lo que es un principio para construir ciudadanía desde la infancia.

Desde el contenido mismo del MENSAJE

En cuanto a los contenidos que se articulan para este grupo social, es necesario preguntar; analizar; discutir; qué tipo de contenidos se les hacen llegar a estas audiencias en formación. Es indispensable ponderar aquellos contenidos con mensajes visuales, lingüísticos, textuales en general, que no vulneren los derechos de la infancia; lo que es un verdadero reto que, para afrontarlo, se requiere el conocimiento pleno de derechos desde el ámbito de emisión.

Los contenidos dirigidos a la infancia deben proveer un conocimiento necesario y suficiente acorde a la edad (para ello hay canales especializados y horarios según el segmento poblacional). Debería enfatizarse el aprendizaje significativo con valores que sean ejemplo desde la primera infancia (respeto, perdón, honestidad, solidaridad, entre muchos otros) y que favorezca un marco de relación sana entre iguales lo que podría prevenir situaciones graves presentes en la infancia como lo son el acoso escolar, el embarazo adolescente o bien, favorecer la convivencia respetuosa entre generaciones.

De igual manera, la representación que se hace de niñas y niños ha caído en el continuo o tradicional estereotipo social y de género como una marca en cuanto a roles a seguir; como serían mostrarse frágiles e indefensos, lo que genera la necesidad de una figura adulta protectora (Pizzo, et al., 2012). La representación que se hace de la adolescencia en las imágenes de los medios como una etapa “*difícil o complicada*”, ligada a situaciones problemáticas como las adicciones, ayuda poco a generar un escenario de comunicación óptimo con este grupo social, por lo que posicionarlo desde el señalamiento negativo de antemano, incumple con uno de los ejes rectores de la Convención de los Derechos del Niño.

‘Identificar a los adolescentes’ y mostrar escenas con ‘erotismo’, ‘pornografía’ y ‘violencia’ son los contenidos más denunciados de los que circulan en los medios de comunicación, según informó el Instituto Nacional del Niño y el Adolescente en Uruguay (INAU) (Troisi, s/a:s/p).

Ejemplo de ello, es que muchos contenidos mediáticos crean expectativas inalcanzables e imposibles, o bien, crean supuestos que requieren del encausamiento de un adulto para su mejor reflexión.

La televisión ofrece modelos simbólicos, que juegan un papel fundamental en la conformación de la conducta y la modificación de normas sociales. Dichos modelos simbólicos pueden ser positivos (conductas normalmente aceptadas por la sociedad) o negativos (conductas rechazadas por la misma) (Huertas, 1998:94).

Desde el consumo (el escenario de recepción).

Según el Primer Informe por los Derechos de la Audiencia Infantil, las horas que niños y niñas “*dedican semanalmente al consumo de medios (televisión, videojuegos e internet)*, es 3 veces mayor al tiempo que dedican a la escuela” (Consejo de Audiencias, 2015: 9).

Ante la práctica recurrente de que sean los medios quienes eduquen a niñas, niños y adolescentes, es necesaria la reflexión sobre la triada infante/imagen de los medios/ cuidador. Este último término es referente al padre, madre, abuela, tía o docente y el rol de apego que desempeña donde se debe hacer del medio un aliado y no un padre ficticio.

es necesario sopesar reiterativamente si la sociedad y los padres han hecho de la televisión el problema-solución o si el problema radica en que el televisor se ha convertido en el padre ficticio, proporcionando tanto al niño como al adolescente una excitación artificial en vez del contacto emocional que le puede ofrecer una persona (Huertas, 1998: 87-88).

Las imágenes de los medios dirigidas a la infancia son planteadas desde la novedad formal y cromática, así como, desde el impacto auditivo. La novedad señalada hace necesario un anclaje por parte del cuidador que facilite al niño, niña o adolescente la comprensión o reflexión de la experiencia mediática. *“La naturaleza audiovisual de los medios, ha llegado a sublimar la imagen, la apariencia y lo sensible por encima de lo intelectual, lo relevante y lo permanente. Se valora más el impacto que el argumento racional”* (Consejo de Audiencias, 2105:9).

La navegación en internet, que facilita con un clic llegar a ciertas profundidades, requiere de un cuidadoso seguimiento que evite imágenes no aptas para la edad y que puedan ser perjudiciales para su desarrollo. Imágenes de contenidos no aptos a la infancia en medios o videojuegos, llegan a ser un gancho al morbo para generar audiencia. Tal es el caso de imágenes de violencia, sexo o discriminación, en donde la continua exposición disminuye la sensibilidad emocional en el niño, niña o adolescente frente a este tipo de acciones. De igual manera, hay una imposición en los parámetros de belleza ajenos al lugar de origen, los cuales juegan con el deseo aspiracional de muchas y muchos adolescentes al formar estereotipos sociales (Huertas, 1998).

Si bien, las imágenes son un recurso didáctico de gran valor por el impacto que tienen a la mirada y el ser de fácil recordación, llegan a promover patrones estereotipados y muchas veces, idealizan la belleza, conducta, relación entre iguales, discriminación por raza, género, nacionalidad, etc. Terminar por construir marcos de valor para niñas, niños y adolescentes que basados en esas representaciones llegan a dirigir sus acciones en lo cotidiano.

Permitir que la infancia consuma ciertos productos o tenga acceso a los nuevos medios sin la cercanía de un cuidador; que imponga límites o facilite la reflexión, es un gran riesgo que desgraciadamente ha tenido consecuencias graves a nivel

social, ejemplo de ello es la naturalización del consumo de ciertas drogas o tabaco, consumo de alcohol, sexo a temprana edad y por ende, en muchos casos embarazo adolescente, sexting, grooming, entre otras situaciones que enfrenta la niñez y adolescencia.

Conclusiones

La imagen de los medios es constructo y, por lo tanto, modificable a favor, si se genera la reflexión y compromiso necesario desde el escenario de emisión con el de recepción. Niñas, niños y adolescentes otorgan cierto valor de verdad a las representaciones por la cercanía cotidiana y la desconexión de cuidadores, en muchos casos. Por ello, la oportunidad de repensar los usos de imagen de los medios en sus distintas representaciones como estratégicos escenarios de intervención, favorecería la producción de contenidos acordes a ciertas necesidades puntuales de tipo social, tal es el caso del empoderamiento de las niñas, que desde el género se sientan capaces de realizar lo que se propongan. O bien, el necesario fomento a la construcción de nuevas masculinidades que abran otro tipo de relaciones con el otro-otra; de igual manera podrían sumarse acciones preventivas a situaciones que enfrenta la infancia como el acoso escolar, la obesidad infantil, el abuso sexual en la infancia, adicciones o embarazos adolescentes, entre muchos otros.

Si son los medios la principal escuela para niñas, niños y jóvenes, los contenidos de esos medios deberían alinearse a los principios rectores de la Convención de los Derechos del Niño, que como tratado internacional se antepone a la ley máxima de país. Por ello, la necesidad de gestar observatorios de medios desde las instancias gubernamentales y académicas que señalen la vulneración y actúen en consecuencia.

Finalmente, se abre un escenario para futuras investigaciones, donde la necesidad de repensar la imagen como representación en sus efectos y consecuencias, favorezca la necesaria reflexión en torno al enfoque de género, al enfoque de derechos humanos y de infancia, y que su adecuado manejo posicione un sitio estratégico de intervención que abone a una mejor sociedad.

Fuentes de consulta

CNDH (s/a). “Derechos humanos de niñas, niños y adolescentes” en CNDH Comisión nacional de Derechos Humanos-página oficial. México. En línea. Disponible en: http://www.cndh.org.mx/Ninos_Derechos_Humanos

Consejo de audiencias (2015). Primer informe por los derechos de la audiencia infantil. Ed. A favor de lo mejor. México.

CDN “Convención sobre los Derechos del Niño”. Plataforma de infancia. España. En línea. Disponible en: <http://plataformadeinfancia.org/derechos-de-infancia/la-convencion-de-los-derechos-de-la-infancia/>

Escudero A. y **González D.E.** (2017) Escenarios y desafíos de la comunicación y la cultura en el espacio audiovisual Iberoamericano. UNIA. España.

Gutiérrez et Al. (2013). “Riesgos de explotación sexual de adolescentes usuarios de las nuevas tecnologías” en Una mirada a la infancia y adolescencia en México. 4º Premio UNICEF. Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia. México

Huertas L.,M. (1998). “La televisión: el padre ficticio”. *Pharos*, [en línea] 5(2). Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20805210>

LGDNNA (2015). Ley General de Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes. Senado de la República. México.

Pizzo, M. y **Chardon, M.** y **Krauth, K.** y **Grippe, L.** y **Cattaneo, M.** y **Kalejman, C.** y **Gómez, L.** y **Biotti, F.** (2012). Infancia y producción de subjetividades en la niñez: el estudio de la “relación adulto-niño” como dimensión de las representaciones de la infancia. *Anuario de Investigaciones*, [en línea] XIX, pp.255-262. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=369139948069>

Troisi, V. (s/a). “Niñez mediatizada”. Sala de redacción. [en línea] Disponible en: <http://sdr.liccom.edu.uy/2014/06/20/medios-de-comunicacion-denunciados-por-vulnerar-derechos/>

Vásquez, J. (2013). Adultocentrismo y juventud: Aproximaciones foucaulteanas. *Sophia*, Colección de Filosofía de la Educación, [en línea] (15), pp.217-234. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=441846100009>

Capítulo 15. Todos necesitamos Diseño industrial

We all need industrial design

Norma Patricia Guzmán Márquez
Amparo Gómez Castro

Resumen

El hombre es la razón fundamental por la que se realiza la actividad de diseñar, con el objetivo de ofrecer soluciones que den respuestas a las necesidades que se presentan para dar la oportunidad a una mejor calidad de vida.

Somos una sociedad formada por un sinnúmero de personas las cuales poseemos intrínsecamente cualidades que a su vez nos hacen ver un sólo ser humano, pero al mismo tiempo diferentes; con características y necesidades particulares. Nuestra sociedad crece al mismo tiempo que los requerimientos debido a que se desarrollan ciertas habilidades de acuerdo con los diversos entornos o nuevos modos de vida en los que se desenvuelven cada una de las personas, lo que hace que tengamos presente el reconocer e incluir a todos los seres humanos sin distinción alguna. Por medio de soluciones con propuestas innovadoras que proporcionen bienestar a la sociedad y no sobre propuestas, que en su momento cubrieron las necesidades de algunos usuarios.

Palabras clave: sociedad, incluir, innovadoras.

Abstract

Man is the fundamental reason why the design activity is carried out, with the aim of offering solutions that respond to the needs that arise to give the opportunity to a better quality of life.

We are a society formed by countless people who inherently possess qualities that in turn make us see only one human being, but at the same time different; with particular characteristics and needs, our society is growing at the same time as the requirements

given to develop certain skills according to the different environments and new ways of life in which each of the people develops, which makes let us keep in mind the recognition and inclusion of all human beings without any distinction; by means of solutions with innovative proposals that provide welfare to the society and not on proposals that at the time covered the needs of some users.

Key words: *society, include, innovative.*

Introducción

El presente trabajo tiene como objetivo reflexionar sobre el compromiso que debe de tener el profesionista que ejerce el diseño industrial con la sociedad, al permitir que toda persona pueda adquirir o hacer uso de los objetos resultados de una investigación y análisis exhaustivo de las actividades cotidianas de un cierto contexto y para un determinado grupo de usuarios. En un principio, el diseño industrial atrajo la atención del consumidor por medio de la apariencia externa del objeto, al hacer uso de la estética, aunado a ello, la revolución industrial permitió generar más productos y con ello consiguió acaparar a sectores de la población que los adquirieron con lo cual se creó un mayor consumismo. El diseñador industrial se dio más a la tarea de dar respuestas a las necesidades económicas de la industria que a las necesidades latentes de la sociedad.

Las directrices han sido crear nuevos objetos, con nuevos materiales y nuevas tecnologías para su consumo sin medida alguna, en la que pocos consumidores y usuarios son vistos por el diseño industrial.

Diseño industrial para la diversidad humana

En la actualidad nos encontramos con una sociedad integrada por una gran diversidad de culturas que han sido creadas por el hombre y éstas a su vez poseen características, creencias, costumbres, comportamientos, etc., que las hacen diferentes entre ellas mismas.

El diseño se encuentra con algunas dificultades ya que en algunos casos se concentra más en la mercadotecnia; es más importante competir por la calidad y precio al

público. Cuando un diseño se logra posicionar y ser uno de los más vendibles se convierte en un gran acierto para el diseñador; aunque hay que considerar que en el momento de su lanzamiento es cuando presenta mayores ventas posteriormente, van a ser menos ventas debido a que él sólo fue un objeto de moda, por lo tanto, muchos de ellos regresan a los almacenes de stock. En otras ocasiones se diseñan objetos que por sí solos generan la necesidad en el público consumidor, como es el caso de la Merge Blaster que es una pistola de juguete de realidad aumentada que funciona mediante un smartphone. Un juguete lúdico dirigido a los gamers (persona que le apasiona el mundo de los videojuegos). Estos diseños relativamente cuentan con un tiempo de vida corto debido al constante cambio de la tecnología por lo que las ventas bajan ante la presencia de nuevos diseños.



Imagen 1. Merge Blaster pistola de juguete
<http://interactivadigital.com/empresas-y-negocios-marketing-digital/los-18-productos-mas-innovadores-del-ces-2018/>

Los productos del diseño no se dirigen ahora a responder a las necesidades de los individuos, sino a los intereses y ambiciones de las empresas. Las necesidades no son el motivo de consumo, sino que el consumo se convierte en necesidad, porque es necesario mantener el sistema económico (Bastida & Martínez, 2016).

La permanencia en el mercado de los diseños que son atemporales, puede ser mayor dado a que se mantienen con la ayuda del rediseño, ya que son objetos que se vendieron, se venden y se seguirán vendiendo, se convierten en objetos imprescindibles como lo es el pelador Rex:

El pelador Rex revolucionó el mundo culinario cuando salió a la venta en Zúrich en 1947. Este maravilloso utensilio de cocina fue una idea de Alfred Neweczeral, quien lo inventó en su garaje. El diseño simple y la forma ergonómica lo convirtieron inmediatamente en un clásico y poco ha cambiado desde su primera versión (The Federal Department of Foreign Affairs presents, 2017).



Imagen 2.
Pelador de patatas Rex
<https://houseofswitzerland.org/fr/swisstories/histoire/design-suisse-neuf-objets-devenus-cultes>

Son diseños que rompen barreras geográficas, debido a que llegan a demasiados lugares en dónde la necesidad es la misma como es en este caso la Gastronomía. La globalización y los medios de comunicación han roto con el estereotipo de los diseños individualizados o personalizados, ahora desde cualquier lugar geográfico en donde se encuentre el diseñador puede dar alternativas de diseño para un objeto y que éste a su vez, pueda encontrar muchos usuarios en todo el país o hasta en todo un continente. Es un gran reto para quienes hacen diseño, la innovación debe de ser primordial debido a las transformaciones que se presentan, claro ejemplo son los juguetes para niños, pues es muy marcada la diferencia entre los que aparecieron en el mercado en el año 1980, perteneciente a una sociedad con tecnología avanzada y los del año 2017 para una sociedad moderna con tecnología compleja.



Imagen 3.
Cubo Rubik <http://consultacarlospenaloz.com/producto/cubo-rubik/>.

Imagen 3.
Cubo Rubik <http://consultacarlospenaloz.com/producto/cubo-rubik/>.

Diseño para todos en todo lugar

El diseño debe ir más allá de cubrir necesidades latentes, es algo más complejo dado a que hay que tener muy presente durante todo el proceso de diseño todo el contexto, como lo son aspectos sociales, ambientales, culturales y políticos, al considerar todas estas variables es cómo surge el diseño social que es el conjunto de procedimientos para dar soluciones para el bien común.

“Diseñar es una acción colaborativa, que casi siempre involucra a un equipo, a los clientes y usuarios, así como a consultores externos, fabricantes, comercializadores, asesores, entre otros” (Bastida & Martínez, 2016) esta cualidad de colaboración es lo que la hace una actividad social por naturaleza.

Desafortunadamente, algunos de los posibles clientes que se encuentran en los sectores minoritarios no siempre sus necesidades son escuchadas por los diseñadores, debido a sus condiciones, por lo que en ocasiones los diseños que llegaran a cubrir sus necesidades no pueden ser adquiridos por ellos esto es porque su economía es muy limitada, de allí que es mucho más complejo para el diseñador cumplir con su actividad. Ahora los diseñadores deben pensar en cómo abordar la

configuración del problema, antes de enfocarse en dar la solución, primeramente, hay que entender que, como diseñador se piensa de manera particular y entender la problemática para posteriormente, transmitirla a otros, de tal manera que se dé con certeza la respuesta a dicha problemática por medio del desarrollo de acciones proyectuales con el fin de diseñar productos, sistemas o servicios que resuelvan el problema social concreto.

El diseño social es siempre un esfuerzo de colaboración, trabajar con personas y saber lo que no sabe, o siempre estar abierto averiguar lo que no sabes y mantener ese espíritu humilde para trabajar con las personas que se requieren para abordar este tipo de problemas muy complejos en los que se quiere tener impacto (Centro de diseño y comunicación S.C, 2016).

El diseñador debe tener presente que todas personas, grupos, comunidades o ciudadanos deben ser considerados como clientes y no dejar de lado a las minorías, ya sea por la condición que sea, económica, política, social, física, religiosa, entre otras. Toda persona tiene que aspirar a una mejor calidad de vida con la presencia de productos, objetos, servicios o sistemas que coadyuven.

En la última década, la realidad global ha determinado la innovación social, siempre han existido problemas sociales, pero en nuestros días se han caracterizado por ser más complejos, dinámicos o diversos; esto "en razón de los avances de la globalización, el desarrollo científico y tecnológico, la diversidad de modelos políticos y económicos, y por consecuencia, las transformaciones en los patrones de conducta de las personas" (Bastida & Martínez, 2016) por lo que el diseñador debe contar con una visión que pueda percibir tanto la realidad, como la problemática y los recursos, el diseño con innovación implica una transformación impulsada por el cambio social.

El diseñador debe tener la habilidad de elaborar nuevos objetos, que establezcan nuevos caminos al aportar, reconocer y entender su visión integradora en sus aportes, así como, la complejidad del entorno. Un ejemplo de lo anterior es el

Diseño innovador y humanitario [de] la Solarball, la “pelota solar”, que tiene la forma de una esfera transparente de las que los hamsters corren dentro de ella, pero en la que se introduce agua no potable, y con la acción del sol se consigue purificar el agua que contiene. El funcionamiento de la Solarball es simple y efectivo, se utiliza la evaporación del agua para separar la suciedad y los contaminantes. La pelota es barata y puede generar tres litros de agua potable cada día, capaz de ayudar a poblaciones subdesarrolladas que carecen de agua potable a limpiarla para poder hacer uso de ella (Onestudio, s.f.).



Imagen 5.

Solarball pelota solar;

<https://cultivacultura.jimdo.com/2014/02/06/el-dise%C3%B1o-social-de-la-compa%C3%B1a-vestergaard/>

“Hay épocas más y menos innovadoras. Hay culturas más o menos veloces en innovar. Pero no hay sociedad que no innove; pues, de lo contrario, sucumbiría” (Chaves, s.f.).

En los últimos años es una realidad la exclusión de grupos vulnerables que presentan alguna condición física diferente, son algunos de ellos, las personas de la tercera edad, también, las personas con algunas discapacidades, por lo que se debe poner mucha atención a estos grupos, pues se multiplica la cantidad de personas día a día como es el caso de la personas de la tercera edad, por cuestiones naturales es inevitable que lleguen a esta etapa del desarrollo humano caracterizada por una creciente disminución de la fuerza física, las capacidades sensoriales y motrices. También debemos pensar en las diversas situaciones temporales en las que cualquier ser humano se puede encontrar en algún momento de su vida, ya sea una herida, una extremidad inmovilizada, usar gafas, una lumbalgia inoportuna, en las que la vida cotidiana debe de seguir su curso. El diseño inclusivo es socialmente necesario.

Un ejemplo de inclusión es el de la línea de productos Oneware:

Las respuestas que aparecen en Oneware, concentradas en las necesidades en torno al fregadero, se enfocan en el flujo de trabajo y en las secuencias de micro-movimientos que aparecen en la realización de las actividades de cocina. Soluciones que se manifiestan en discretas y sutiles formas, texturas y configuraciones (DI-CONEXIONES, 2017).

“Oneware es una línea de productos de cocina diseñados con criterios de inclusión, donde personas con una sola mano pueden operar con dificultad. Un trabajo del joven diseñador industrial Loren Lim de la Universidad Nacional de Singapur”
(DI-CONEXIONES, 2017)



Imagen 6. Tapete para el fregadero
<http://www.di-conexiones.com/oneware-productos-de-cocina-para-usar-con-una-sola-mano-diseno->

Imagen 7. Funcional form tijeras para pescado
<https://www.fiskars.es/productos/Tijeras/funcional-form-tijeras-para-pescado-1003032>



Otra respuesta al diseño inclusivo son las tijeras de la marca FIZKARS. Tijeras resistentes para preparar pescados, escamar, abrir y cortar. Hojas serradas y curvadas para un agarre extra durante el corte. Los mangos Softgrip son adecuados tanto para zurdos como para diestros. Mangos con forma de anillos para una

utilización práctica y un botón de bloqueo accionable con el pulgar. Tensión de hojas ajustable.

Conclusiones

El diseño es una disciplina que sufre transformaciones de acuerdo a las problemáticas que aborda y a la sociedad en la que se encuentra, por lo que no se puede negar que el diseñador industrial debe fortalecer algunas de sus capacidades y herramientas; *“si bien, la profesión siempre estará asociada al desarrollo tecnológico y a la configuración material del entorno, la prioridad y propósito, hoy por hoy, son las relaciones y experiencias humanas”* (Bastida & Martínez, 2016).

El diseñador industrial tendrá que saber responder e identificar a la diversidad de las necesidades de una sociedad para aplicar técnicas y métodos que se planteen por medio de los procesos de creatividad para contribuir a la innovación, transformación y desarrollo. Con lo cual se conlleve conlleven al progreso por medio de la generación de ideas propuestas que den una solución eficaz y eficiente para así dar respuesta a una problemática particular. Además, tenemos la necesidad de preservar el medio ambiente, por ello es necesario generar en la medida de lo posible, mejores condiciones de vida.

Uno de los principales retos es lograr una coherencia entre la ética del diseñador industrial y la responsabilidad social con el medio ambiente, la innovación con el desarrollo tecnológico y científico para generar condiciones de vida más equitativas.



Los humanos no podemos existir sin nuestro medio ambiente, por lo que debemos siempre de incluir a todos, desde los seres vivos, hasta los seres humanos; así, tendremos una mayor conexión en donde todos nos beneficiaríamos.

Incluir a todos construye una sociedad con mayor equidad e igualdad, con más oportunidades para todos; para los grupos vulnerables proporciona una independencia emocional y física que aumenta su autoestima, da apertura para que un mayor número de personas puedan hacer uso de los productos; lo anterior permite una mayor simplicidad de la realización de tareas cotidianas y entornos más sencillos de usar por todas las personas; para así contribuir a una sociedad más sostenible. Un diseño será accesible cuando sea usable para más personas en más situaciones o contextos de uso.

Si las diferencias individuales y colectivas son respetadas, disminuyen el conflicto y la marginación a la vez que la pluralidad de la sociedad se enriquece. Si todos desarrollamos nuestro potencial, tendremos una vida más plena y nuestras sociedades gozaran de un nivel mayor de desarrollo (Aragall, 2015).

Productos y sistemas con diseño inclusivo son más competitivos, con la creación de nuevas oportunidades de mercado y la forma de diferenciar los productos tradicionales similares. También los mercados del futuro tendrán consumidores cada vez más diversificados en edad y capacidad física (Por igual mas, 2014).

Hay que considerar que las necesidades que se generan en las sociedades cada vez más avanzadas tanto tecnológicamente como económicamente necesitan ser abordadas desde una perspectiva colectiva para un beneficio social. Las nuevas exigencias y la necesidad de incluir a todos los miembros de una sociedad son y serán las formas de entender que el diseño es muy necesario para que exista una calidad de vida para toda la humanidad.

El diseñador deberá de tener un cambio de mentalidad desde la planeación del proyecto de diseño; considerar como meta primordial innovar para diferentes personas con diferentes habilidades o limitaciones que puedan hacer uso del objeto que se obtendrá al final del proceso diseño. Todos tienen derecho a acceder y a usar objetos de diseño industrial.

Referencias

Aragall, F., 2015. Vive Libre Soluciones inteligentes para la autonomía personal. [En línea]

Available at: <https://vivelibre.es/que-se-entiende-hoy-por-diseno-para-todos/>
[Último acceso: 17 Mayo 2019].

Bastida, A. & Martínez, H. R., 2016. Diseño social: Tendencias, enfoques y campos de acción. Arquetipo, Issue 13, pp. e: 89-113.

Centro de diseño y comunicación S.C., 2016. El diseño social como un lenguaje desde abajo: Acerca del Parsons DESIS Lab. ECONOMÍA CREATIVA, Issue 6, p. 184.

Chaves, N., s.f. Archivo de Norberto Chaves. [En línea]

Available at: https://www.norbertochaves.com/articulos/texto/diseño_e_innovación
[Último acceso: 03 Mayo 2019].

DI-CONEXIONES, 2017. Oneware: productos de cocina para usar con una sola mano, diseño inclusivo. [En línea]

Available at:

<http://www.di-conexiones.com/oneware-productos-de-cocina-para-usar-con-una-sola-mano-diseno-inclusivo/>

[Último acceso: 16 Mayo 2019].

Onestudio, s.f. [En línea]

Available at: <https://www.onestudiodesign.com/noticias/innovadores-disenos-que-permiten-vivir-a-personas>

Por igual mas, 2014. Por mas igual todos sumamos. [En línea]

Available at: <https://www.porigualmas.org/articles/72/diseño-inclusivo>
[Último acceso: 17 Mayo 2019].

The Federal Department of Foreign Affairs presents, 2017. houseofswitzerland. [En línea]

Available at:

<https://houseofswitzerland.org/fr/swissstories/histoire/design-suisse-neuf-objets-devenus-cultes>

[Último acceso: 04 Mayo 2019].

Bibliografía

Montero, Y., (2004) "Propuesta de adaptación de la metodología de diseño centrado en el usuario para el desarrollo de sitios web accesibles" en Revista Española de documentación científica, Vol. 27-Nº3-2004. Julio-Septiembre. ISSN 0210-0614 pp. e: 330-334.

Bastida, A y Martínez H.R; (2016), "Diseño social: Tendencias, enfoques y campos de acción" en Arquetipo, Vol 13, pp. e: 89-113.

https://www.ecured.cu/Sociedad#Sociedades_humanas

https://www.norbertochaves.com/articulos/texto/disenio_e_innovacion

<https://vivelibre.es/que-se-entiende-hoy-por-diseno-para-todos/>

<http://interactivadigital.com/empresas-y-negocios-marketing-digital/los-18-productos-mas-innovadores-del-ces-2018/>

<https://houseofswitzerland.org/fr/swissstories/histoire/design-suisse-neuf-objets-devenus-cultes>

<https://www.onestudiodesign.com/noticias/innovadores-disenos-que-permiten-vivir-a-personas>

<https://cultivacultura.jimdo.com/2014/02/06/el-dise%C3%B1o-social-de-la-compa%C3%B1a-vestergaard/>

<http://www.di-conexiones.com/oneware-productos-de-cocina-para-usar-con-una-sola-mano-diseno-inclusivo/>

<https://vivelibre.es/que-se-entiende-hoy-por-diseno-para-todos/>

<https://www.porigualmas.org/articles/72/dise-o-inclusivo>

<https://www.fiskars.es/productos/Tijeras/functional-form-tijeras-para-pescado-1003032>

Capítulo 16. El diseño omotenashi en Japón como reflejo de hospitalidad

Omotenashi Design in Japan as a reflection of hospitality

Linda Emi Oguri Campos,
Leticia Oguri Campos
Eska Elena Solano Meneses

Resumen

El presente artículo versa en torno al concepto omotenashi, que hace referencia a la hospitalidad japonesa, recientemente es considerado como eje de proyectos de diseño que sean más amigables, con el objetivo principal de hacer que la interacción con este tipo de diseño sea lograr una experiencia única de alta calidad.

La reflexión sobre la base del pensamiento del concepto omotenashi, brinda la posibilidad para una mayor comprensión del usuario y hace posible el desarrollo de espacios, productos y servicios con un diseño universal e inclusivo. Además, es una forma para la creación de contextos que respeten la diversidad humana, lo cual significa poseer la capacidad de adelantarse y prever las necesidades futuras, al buscar no sólo el bienestar del usuario, sino también su felicidad.

Tener a la armonía en el diseño, como eje rector, requiere de un análisis profundo, encaminado a la abolición de fronteras, no sólo de las capacidades físicas humanas, sino al mismo tiempo entender y aceptar los diversos valores culturales, lo que conlleva a trascender las fronteras físicas y culturales.

Así como, en la ceremonia del té donde se origina el concepto omotenashi de la hospitalidad japonesa, que simboliza el reconocimiento de la verdadera belleza, donde todo cobra importancia, desde el espacio, los utensilios, el té mismo, el anfitrión y los invitados, en el diseño esta verdadera belleza es lograr reconocer al ser humano en toda su amplitud.

Palabras clave: diseño, inclusión, omotenashi.

Abstract

This article is about the omotenashi concept, which refers to Japanese hospitality, recently it is considered as the axis of design projects that are more friendly, with the main objective of making the interaction with this type of design an experience. unique, high quality and inclusive.

The reflection on the basis of the omotenashi concept, provides the possibility for a greater understanding of the user and makes possible the development of spaces, products and services with a universal and inclusive design, it is also a way to create contexts that respect diversity human, means having the ability to anticipate and anticipate future needs, seeking not only the welfare of the user, but also their happiness.

Having design as the guiding principle of harmony requires a deep analysis, aimed at abolishing the borders not only of human physical capacities, but at the same time understanding and accepting the various cultural values, which transcends physical and cultural borders.

As well as in the tea ceremony, where the omotenashi concept of Japanese hospitality originates, which symbolizes the recognition of true beauty, where everything becomes important, from the space, the utensils, the tea itself, the host and the guests, In design, this true beauty is to recognize the human being in all its amplitude.

Key words: *design, inclusion, omotenashi.*

El diseño en Japón

Japón ha experimentado cambios radicales, pero gracias a su capacidad de adaptabilidad ha superado las diversas situaciones, cabe destacar su crecimiento económico que ha sido ejemplo hasta nuestros días. Después de la devastación de la Segunda Guerra Mundial, Japón comienza su proceso de recuperación económica, optó en primer paso, por invertir en materias primas para reactivar la industria, después invirtió en ciencia y tecnología, que, si bien en un principio se basaba en asimilar e imitar las tecnologías extranjeras, más tarde las superó al agregar a ello el firme principio de calidad que caracteriza sus productos y servicios.

En la década de los cincuenta, se esforzaron por crear productos con calidad, diseño y tecnología, para contrarrestar la percepción de que los productos japoneses no contaban con la calidad suficiente y eran considerados tan sólo simples imitaciones, comenzaron a promover la originalidad del diseño en los productos japoneses que cumplían con altos parámetros de calidad gracias a su política de mejora continua.

En el siglo XXI, para mantener su lugar en la economía mundial, las compañías japonesas apuestan a la creación de productos innovadores, que atienden a las necesidades y deseos de los consumidores, sin dejar de lado su respeto característico que tienen hacia la naturaleza.

En la actualidad, el criterio de selección de los consumidores se aleja de lo puramente funcional o económico, agregan valor sensitivo, busca que los productos contengan el menor impacto ecológico y un tipo de diseño inclusivo, que considere a las personas de la tercera edad y con algún tipo de discapacidad (Rodríguez Martínez, 2018).

La alta calidad es considerada como valor intrínseco que debe estar presente en todos sus productos, además en las últimas décadas el Diseño Universal en Japón ha cobrado importancia debido al cambio demográfico que ha tenido desde finales del siglo pasado, es consciente de contar con una población de la tercera edad que crece cada día, este fenómeno no es particular de Japón, cada día más países experimentan una situación similar, por lo que resulta prioritario fomentar el diseño universal o inclusivo para no sólo satisfacer las necesidades actuales, sino anticipar las situaciones futuras.

Acorde con Ronald Mace¹, el diseño universal consiste en diseñar productos, edificaciones y espacios exteriores para que sean utilizados por el mayor número de personas. (Mace, Graeme, & Place, 1991). Es por ello preponderante considerar la aplicación del diseño universal e inclusivo como una inversión para el futuro de todos, que diseñe productos y entornos (herramientas, viviendas, ciudades) en los cuales se maximice el uso y considere toda la gama de capacidades que tienen las personas.

¹ Ronald Mace es fundador del Center for Universal Design, en la Universidad de Carolina del Norte.

Por lo que la discapacidad ha dado origen a un análisis profundo del valor que tienen los individuos lo cual lleva por consecuencia a una reflexión de la distribución de los recursos para el beneficio de la sociedad, lo que implica una sensibilización y comunicación más directa entre el gobierno y la sociedad, ya que el Estado está obligado a proveer de seguridad, orden social, así como, calidad de vida para sus habitantes.

Debido a ello la Agencia de Ciencia y Tecnología de Japón ha hecho una gran inversión en desarrollar una gran base de datos de las diversas capacidades humanas, con el fin de considerarlas y cumplir con el propósito de establecer directrices para el diseño universal de productos que respeten la diversidad humana al mismo tiempo que promuevan la inclusión de todas las personas en las diversas actividades de la vida.

El fundamento del concepto omotenashi

El término omotenashi básicamente representa el concepto de la hospitalidad japonesa, tiene su origen en la ceremonia de té, que no es tan sólo una forma de tomar el té, sino que, con la influencia del budismo zen, tiene la finalidad de purificar el alma mediante su unión con la naturaleza, simboliza el reconocimiento de la verdadera belleza que reside en la sencillez y austeridad, donde todo cobra importancia, desde el espacio, los utensilios, el té mismo, el anfitrión y los invitados. Se debe precisar que en el budismo existen diversos caminos que llevan a la comprensión del sentido de la vida, entre los más conocidos se encuentra el Ikebana, el arte floral japonés, el kyudo, el arte del tiro con arco, el shodo, la caligrafía japonesa y el Sado, el arte de tomar té. Como se pueden observar, las artes llamadas artes japonesas tienen una raíz común, el Budismo que presupone una actitud espiritual, la cual en su forma más elevada corresponde a la forma “no pensar” (Herrigel, 2001) la cual no pretende ser especulativa, sino una manera de vivenciar directamente al mundo, como causa sin causa de lo que existe, en el que puede ser aprehendido e interpretado sin conocerlo.

El concepto omotenashi ha evolucionado a lo largo de los siglos como una forma de Arte a través del Sado o camino del té, desde el siglo XII, que originalmente se trataba de una ceremonia únicamente para sacerdotes budistas y que, a través de los siglos, se ha abierto para todas las personas, tanto japonesas como extranjeras (Nakano, 2008).

La ceremonia del té de Sen no Rikyu² comenzó con la eliminación de las cosas innecesarias, al prestar atención a todos los detalles e incluir al entorno natural y al material, al pensar en el invitado para ofrecerle un ambiente de libertad donde sea posible la contemplación y la meditación; con el objetivo de conseguir la purificación interior y la consecución de una gran calma mediante la identificación con la naturaleza. Es de esta manera que omotenashi nace como la base de la hospitalidad, una noción muy distinta al occidente donde tiene la raíz de hospital³, que tiene que ver con el cuidado de la salud; en cambio, en la noción japonesa, este concepto tiene como raíz, el esfuerzo por hospedar y entretener al invitado, considerado como un acto honorable.

Cabe destacarse que el concepto Wa de la filosofía japonesa es el fundamento principal del omotenashi, Wa significa armonía es la base de las relaciones sociales en Japón, este concepto se encuentra tan arraigado que forma parte de su lógica y sentido común.

Wa es el elemento armonizador, que permite la coexistencia de valores muy diferentes, sin necesidad de que se produzca su integración, es decir, sin apelar a la reducción o superación (Martínez Chamorro, 1994).

Otros términos relacionados con omotenashi son el kikubari y el kodawari. El primer término hace referencia a saber anticiparse a las necesidades o peticiones de los demás; el término japonés kodawari hace referencia a la atención al detalle, a ser preciso y a tener en cuenta todos los aspectos de un trabajo, es un elemento intrínseco del omotenashi.

El concepto omotenashi ha sido utilizado como estrategia de marketing, sobre todo como filosofía de atención al cliente, surge del proverbio japonés ichigo-ichie que significa vivir una oportunidad única en la vida y también significa *“estoy agradecido por la oportunidad de conocerle y debido a esta oportunidad, debo hacer mi mejor esfuerzo, porque puede ser que nunca nos volvamos a encontrar”* (Al-alsheikh, 2014).

² Sen no Rikyu (1521-1591) fue un esteta que perfeccionó las reglas de la ceremonia del té hasta dejarla tal como se practica hoy.

³ Hospitalidad proviene del latón “hospitális” es decir, hospital y del sufijo abstracto “idad” que indica cualidad. Virtud que se ejercita con peregrinos, menesterosos y desvalidos. Estancia de los enfermos en el hospital. Real Academia Española. (2019). Diccionario de la lengua española. (RAE, Producer) Retrieved 7 de junio de 2019 from hospitalidad: <https://dle.rae.es/?id=KhgporU>

Asimismo, la hospitalidad puede ser codificada como un concepto extranjero, articulado en acciones, gestos, servicios, actos de bondad, generosidad, interacciones apropiadas y el deseo de ayudar a alguien a cumplir sus aspiraciones. La hospitalidad tiene sus propias reglas, sintaxis, gramática y principios etimológicos, que en Japón ha desarrollado todo un protocolo para aceptar pequeños consejos, anticipar necesidades, desplegar reglas de conducta y relaciones espaciales. (Nakano, 2008)

La aplicación del concepto omotenashi en el diseño japonés

Como se ha mencionado, el concepto omotenashi, gira en torno a la idea de que uno da humildemente sin esperar nada a cambio. Pero, además, también demuestra una gran atención al detalle y al saber anticiparse a las necesidades de cada cliente, busca siempre su felicidad y bienestar. Es por ello, por lo que el omotenashi tiene como objetivo fundamental, lograr una experiencia increíble para los usuarios.

Hace referencia a cuidar a cada cliente con respeto y amabilidad, pues es una oportunidad única para conseguir que su experiencia sea satisfactoria. De hecho, uno de los aspectos que más destacan los turistas cuando vuelven de viaje por Japón, es la amabilidad al igual que la cortesía de los japoneses en general, pero específicamente en hoteles, restaurantes y tiendas.

Lloyd Nakano, un empresario con gran experiencia en el sector de los servicios, hace una diferencia del término hospitalidad, entre pensamiento occidental y el pensamiento japonés, esta diferencia indica que mientras en occidente priorizan lo que se puede ofrecer, lo que se piensa, lo que se puede mostrar, lo que se tiene en abundancia, lo que se vende, lo que se siente, se pone énfasis a lo que se puede duplicar y copiar una y otra vez, en la hospitalidad como omotenashi se prioriza lo que se puede ocultar, lo que se puede conjeturar, lo que se puede ofrecer pero de manera gratuita, lo que se sabe del cliente, por tanto, se da suma importancia a las particularidades de los huéspedes y se considera cada momento como una experiencia irrepetible (Nakano, 2008).

El concepto omotenashi, si bien nace como estrategia para obtener un excelente servicio al cliente, ha minado hasta en el diseño; ha transitado por diversos campos, desde los automóviles hasta las aerolíneas, desde los restaurantes hasta asilos, desde la fabricación de productos hasta los servicios.

Recientemente y con la próxima inauguración de los juegos olímpicos en Tokio, se han puesto en marcha distintos proyectos, sobre todo, en las áreas de servicio, se ha comenzado con los aeropuertos; como puerta de entrada y lugar principal que da la bienvenida a todos los visitantes.

En el aeropuerto de Haneda, se ha comenzado por cambiar la señalética que utiliza una tipografía de gran tamaño para facilitar su lectura, incluye símbolos que pueden ser entendidos a simple vista con base en las regulaciones normativas⁴ que han sido probados para garantizar su comprensión, se han agregado, también, colores a las pantallas convencionales, en donde sólo había información numérica. La utilización de estos colores se basa en principios del diseño universal y han funcionado como guías fáciles de identificar y recordar.

Se han diseñado mostradores, modificados en sus dimensiones, de tal manera que sean accesibles a personas en sillas de ruedas, embarazadas y niños, en estos mostradores se encuentra personal de apoyo, debidamente capacitado para atender a este tipo de usuarios.

Las instalaciones de los sanitarios han sido reconocidas por ofrecer un ambiente más espacioso y accesible, al adaptarse a personas con problemas físicos o padres con bebés, asimismo, en una visita se pudo observar que todos los mecanismos para acceder y hacer uso del sanitario, como lo es el abrir la puerta, bajar y subir la tapa del sanitario; encender la luz; accionar el grifo del agua, el despachador de jabón, el secador de manos, todos estos evitan el contacto directo con las manos, es decir, contienen sensores que se accionan solamente por proximidad, pensado todo precisamente en la hospitalidad, confianza y facilidad de uso de los usuarios. Así como, también es de mencionar que el aeropuerto de Haneda cuenta con sanitarios para perros de asistencia.

En los aeropuertos de Oita, Haneda e Itami se han introducido las primeras sillas de ruedas fabricadas en bambú⁵, las cuales no utilizan elementos metálicos, con el fin de facilitar el traslado de las personas, que atraviesan diferentes puntos de seguridad, lo cual evita la incomodidad de las revisiones corporales. Con este tipo de sillas que no activan los detectores de metal, los pasajeros pueden ser trasladados hasta su asiento a bordo del avión. En el aeropuerto de Narita es el primer aeropuerto del

⁴ Los símbolos utilizados fueron creados con base a JIS Japan Industry Standard que tiene como objetivo mantener la calidad y aumentar la confiabilidad de todos los productos. La ley de estandarización industrial se promulgó en 1949, se adoptó originalmente para alentar la calidad de los productos cuando Japón apenas comenzaba a exportar sus productos. JIS revisa con una periodicidad de cinco años sus normas de acuerdo con los avances tecnológicos. Ministry of Economy, Trade and Industry. (2017). Japan and Industrial Standards 2017. Tokyo.

⁵ Estas sillas de ruedas hechas en bambú, han sido galardonadas con el premio "2011 Good Design Award" por el Instituto Japonés de Promoción del Diseño. Japan Airlines. (2019). JAL Universal Design. (JAL, Producer) From Airport Universal Design: <https://www.jal.com/en/outline/ud/airport.html>

mundo en utilizar puentes de embarque de pasajeros, sin escalones, que ofrecen a los usuarios de sillas de ruedas un traslado al avión más confortable.

Aproximadamente, desde hace un poco más de veinte años, en las diversas estaciones de transporte público, desde autobuses hasta el tren bala, se incorporaron sistemas sonoros que anuncian información importante como: hora de llegada, proximidad, lugar, puerta de abordaje, entre otros; con el fin de facilitar su uso, al principio, los anuncios sólo se emitían en idioma japonés y en algunos casos se incluía en idioma inglés, últimamente; se han añadido en idioma chino y coreano. Sin embargo, como se esperan visitantes de múltiples naciones, se ha desarrollado una aplicación llamada omotenashi guide que traduce los anuncios sonoros a distintos idiomas, ésta puede ser utilizada sin conexión a internet, también se cuenta con tableros que dan soporte a la comunicación con personas con problemas de audición o habla.

Otro proyecto destacable, que ha sido desarrollado para los juegos olímpicos en Tokio es la creación de una mezquita móvil, los japoneses han indicado que a medida que aumenta el número de musulmanes en el país, se hace necesario extender un nuevo tipo de hospitalidad omotenashi para aquellos que desean orar de acuerdo con su fe. Afirman que esta primera mezquita móvil es un símbolo de un nuevo omotenashi y que en este contexto, se desarrolla un plan para preservar la paz mundial y erradicar las guerras basadas en diferencias religiosas, al comunicar desde Japón al mundo la idea de la hospitalidad omotenashi que trasciende las divisiones religiosas (Mobile Mosque Project, 2019).

Como se ha observado, el concepto de omotenashi ha impulsado el diseño tanto de espacios, objetos o elementos de comunicación gráfica, pensados en la gran diversidad de visitantes, que no sólo ha considerado sus capacidades físicas, sino también características culturales.

Como se puede observar, el diseño omotenashi demanda un conocimiento profundo de las necesidades, por considerar al usuario en su amplitud como ser humano que posee valores socioculturales, así como también es preciso una gran capacidad de anticipación, no tan sólo para crear productos confiables, sino que contengan calidez humana.

Conclusiones

Hay que destacar la gran distancia existente entre la concepción de inclusión en el Occidente que, en el Oriente, debido a la naturaleza de su raíz antagónica, pues para occidente el Diseño Universal se sustrae de los derechos humanos y la funcionalidad, mientras que el omotenashi para los japoneses es una filosofía de vida.

Al considerar el concepto Wa o armonía como base del diseño, un resultante natural será la creación de cultura material con diseño universal e inclusivo, si se piensa al usuario en una dimensión más amplia, como en los principios del omotenashi, al anticipar sus necesidades, conjeturar sus deseos, dar importancia a sus particularidades, buscar su bienestar y felicidad, y sobre todo buscar como objetivo brindar a través del diseño experiencias únicas, se obtendrá un diseño innovador, universal y sobre todo amigable.

Reflexionar en la hospitalidad de la forma omotenashi, requiere de un entendimiento del usuario que va más allá de la simple empatía, precisa de una gran sensibilización y capacidad para ofrecer soluciones de diseño respetuosas de la integridad humana, ofrece una nueva manera de hacer Diseño Universal e inclusivo en un sentido más amplio, con objetivos que traspasan las fronteras tangibles e intangibles.

El diseño japonés en la actualidad ha superado el concepto de calidad que tuvieron como objetivo a mediados de los años cincuenta, no tan sólo se enfoca a satisfacer las necesidades del cliente ni a esperar una respuesta positiva, sino que diseña para lograr una respuesta emocional a través de una atención sublime a las necesidades.

Bibliografía

- Al-alsheikh**, A. 2014. The Origin of Japanese Excellent Customer Service. *Journal of International Business and Cultural Studies* , 8, pp. 23-42.
- Bickenbach**, J. E., & Alarcos, C. 2018. The prospects for universal disability law and social policy. Health & medical care. *Journal of Accessibility and Design for All.* , 8 (2), pp. 23-37.
- Herrigel**, E. 2001. *Zen in the Art of Archery*. UK:Vintage Books.
- Japan Airlines**. 2019. JAL Universal Design. (JAL, Productor) Obtenido de Airport Universal Design: <https://www.jal.com/en/outline/ud/airport.html>
- Mace**, R. L., Graeme, J., & Place, J. P. 1991. *Accessible environments: Toward universal design*. En *D. i. architecture*. New York:Van Nostrand Teinhold.
- Martínez Chamorro**, F. 1994. Las premisas filosófico-culturales de la política de asistencia oficial al desarrollo proporcionada por Japón al Tercer Mundo. *Revista de Estudios Políticos: Nueva Época* (86), pp. 387-441.
- Ministry of Economy**, Trade and Industry. 2017. *Japan and Industrial Standards 2017*. Tokyo.
- Nakano**, L. S. 2008. Hospitality-Omotenashi Comparing Apples to Oranges. *Japan spotlight: economy, culture ÷ history* , 27, pp. 32-35.
- Rodríguez Martínez**, J. 2018. Diseño universal en Japón como respuesta a cambios en la sociedad. ¿ejemplo a seguir para latinoamérica? *DIS Journal* (2).

Capítulo 17. El diseño de interiores como un espacio arquitectónico de experiencia cultural incluyente

Interior design as an architectural space of inclusive cultural experience

María Elisa Caviedes Mondragón
María de Pilar Alejandra Mora Cantellano
Fabiola Aguilar Díaz

Resumen

El presente trabajo hace una propuesta para combinar temas de diseño de interiores. Bajo un enfoque de interacción simbólica al servir de hilo conductor para la apreciación de la cultura como el medio desde donde comprender, analizar o alimentar los elementos teóricos y materiales para un diseño de interiores más incluyente, poseedor de visión de la innovación social que contribuya al proyecto y sus soluciones, así como, al uso de los referentes simbólicos en los objetos artesanales con identidad étnica, al ser éste un elemento diferenciador en el proyecto que se encuentra inmerso en una realidad social compleja.

El propósito de esta propuesta es establecer una relación entre el proyecto de diseño de interiores, el usuario y el objeto con identidad étnica, como los principales actores en los procesos de interacción social en espacios intervenidos por el diseñador, quien al mediar entre actores (incluido él), y otros elementos pueda aportar interesantes soluciones para que los receptores de la solución en el proyecto puedan experimentar un evento cultural que brinde al espacio arquitectónico con identidad étnica, un resultado que logre contener en sus procesos o propuestas espaciales y objetuales temas de inclusión, innovación a la par que, el llegar a ser diferenciador en su campo profesional.

Palabras clave: diseño de interiores incluyente, interaccionismo simbólico, objetos étnicos.

Abstract

This work proposes to combine interior design themes under a symbolic interaction approach as the common thread for the appreciation of culture as the means from which to understand, analyze and nurture theoretical elements and materials for a more inclusive interior design, with a vision of social innovation as a contribution of the project and its solutions, and the use of symbolic references of artisanal objects with ethnic identity, as a differentiating element in the project and that is immersed in a complex social reality.

The purpose of this proposal is to establish a relationship between the interior design project, the user and the object with ethnic identity as the main actors in the processes of social interaction in spaces intervened by the designer, who to mediate between actors, including it, and elements can provide interesting solutions so that the recipients of the solution in the project can experience a cultural event that gives the architectural space with ethnic identity a result that achieves contain in their processes and spatial proposals and objectual issues of inclusion, innovation while acquiring to be differentiator in their professional field.

Key words: *inclusive interior design, symbolic interactionism, ethnic objects.*

Introducción

El diseño de espacios interiores que pretende ser incluyente se convierte en una postura ante la selección de objetos para la composición del espacio interior y exterior que posibilite la inclusión y la apropiación de identidad.

Cuando se proyecta un diseño de espacios arquitectónicos interiores, ciertamente se tiene en cuenta al destinatario y lo que espera recibir lo que demanda. Los anhelos que probablemente se encuentren resueltos en distintos eventos al comenzar las soluciones del proyecto al igual que, los eventos que se van suceden de manera continua; en la relación del vacío en contraposición con lo ocupado, por su color, textura, confort, el bienestar que pueda emitir, por sus objetos y por su relación con el exterior inmediato.

Bajo esta luz, el espacio podría ser el resultado de la creatividad del diseñador, al enfrentar el simbolismo contenido en los objetos; que por su conformación llevan a referenciar a un relato étnico. En cuanto al deseo del habitante de encontrar en estos espacios, ciertamente el sentido utilitario de lo que demanda; pero también la fineza del conjugar objetos, mobiliario y atmósferas memorables que le posibiliten apropiarse de estos.

En la metodología en diseño de interiores, el diseñador encara el análisis, la conceptualización y la producción de espacios, con sus contenidos dirigidos a responder las necesidades del habitante, asimismo, conseguir ser incluyente en una forma innovadora durante el tránsito de este trayecto metodológico, sin olvidar el concepto primordial que habrá de ir entretejido a las decisiones de proyecto.

En este trabajo se presenta una reflexión para establecer la importancia de la apropiación de interacción simbólica al enfrentar cultura, identidad e innovación como requerimientos para proyectos de diseño de interiores, con la intención de ser inclusivos en la apropiación de temas étnicos por su relación con objetos artesanales identitarios en un espacio habitable con propósito de poder lograr generar atmósferas significativas e incluyentes debido a la correspondencia que originan la intervención de los espacios y los componentes elegidos en la conceptualización y materialización del proyecto.

El diseño de interiores y los conceptos que van componiendo la propuesta de un proyecto con identidad étnica y visión de innovación e inclusión social

El diseñador, según señala Ching (2011), durante la ejecución de un proyecto habrá de encontrar elementos físicos y ambientales necesarios para proporcionar una experiencia sensorial, así, las decisiones que toma a lo largo del proyecto en este caso, con identidad étnica, introduce en la elección de estos objetos la conexión al igual que la reflexión sobre una forma de vida que proviene de la significación y el simbolismo que poseen en sí mismos para conseguir revelar una nueva alternativa para la solución al proyecto al ser habitada, para considerar que finalmente, lo que se persigue en la interacción que se promueve debe ir más allá de la contemplación rápida o facilista de objetos y espacios.

Eco (2010) describe cómo el ser humano se encuentra continuamente en un proceso de comunicación, ya sea como emisor o receptor de signos/símbolos; relación que en este trabajo se refiere a los objetos que se emplean para establecer el concepto de diseño, que se persigue en el proyecto. El diseñador puede apreciar que los espacios se tornan en contextos de comunicación social, donde se sucede la interacción simbólica que Blumer (1982) señala como procesos de interpretación continua entre sus habitantes habituales o temporales y el diseño. Entonces, de acuerdo con Ching (2011) el diseñador es quien envuelve y colabora para lograr que los usuarios procesen estas dinámicas de interacción. ¿Qué sucedería si estos eventos, más allá de parecer frívolos, o incluso ajenos, a sus habitantes en la elección o decisión de diseño se decantaran por el relato proveniente de los objetos artesanales étnicos?

Este panorama profesional podría permitir al diseñador situarse como un mediador entre culturas, con la alternativa de crear a través de su propia resignificación cultural e interacción simbólica, un proyecto de diseño de interiores que se alimente de objetos tridimensionales utilitarios con un origen étnico, los cuales por su conformación icónica, son poseedores de un lenguaje que los artesanos relatan, y bajo su uso inician en una conversación con los habitantes del espacio diseñado.

De acuerdo con Gadamer (1997, p.46) esta experiencia expone la posibilidad de considerar también, como una experiencia estética ante una obra que en este caso es al enfrentar a los objetos étnicos; ya sea como una primera aproximación a la relación que establecen en el espacio designado, pero que igual permite una conexión sensorial primera, con notaciones de pureza y validez en su aproximación por los sentidos; permitiéndose establecer para sí mismo, al diseñador y al habitante, la posibilidad de ser parte de una cultura ajena, que ofrece nuevos relatos que construyen nuevas experiencias a desplegarse en distintas capas o estados de interpretación estética y re significación simbólica.

Otro concepto a considerar es si los objetos étnicos, al ser considerados en esta riqueza simbólica, al configurar el concepto de diseño pueden remitir a lo que Giménez señala como la organización del sentido a través de pautas de significado que han sido *“históricamente transmitidas y encarnadas en formas simbólicas, en virtud de las cuales los individuos se comunican entre sí y comparten sus experiencias,*

concepciones y creencias” (Giménez, 2016, p.31) Por lo tanto, el artesano que se encuentra en un grado de especialización avanzado o pertenece a un colectivo de artesanos locales o foráneos se le debe considerar que, al conceptualizar y manufacturar objetos tridimensionales, proveen de un contenido de herencia o actualidad cultural a quienes reciben este mensaje a través de sus realizaciones.

Así, de acuerdo con Williams (1998), estos objetos bien pueden suscribirse como elementos que contengan suficientes componentes para poder ser el resultado de lo que se categoriza como la cultura social, y que define como la descripción de un particular modo de vida que se expresa en sus significados o valores no únicamente en su arte y aprendizaje, pero igualmente en sus instituciones y comportamientos ordinarios.

Por lo tanto, el objeto étnico por la complejidad de su relato no es únicamente un objeto, sino es un contenedor de arte popular que emana cultura, costumbres, formas de vida y se instituye como un evento estético que fomenta una relación que invita a conocer, saber, apreciar e interpretar. Este objeto, en su uso y en su apropiación del espacio, recrea la posibilidad de contemplar las distintas *“expresiones vivas heredadas de nuestros descendientes, como tradiciones orales, artes del espectáculo, usos sociales, rituales, actos festivos, conocimientos y prácticas relativos a la naturaleza y el universo, o saberes y técnicas tradicionales de fabricación de objetos artesanales”* (Unesco, 2019, p. 1).

Estos objetos, por su conformación, son el resultado de las acciones de una comunidad artesanal, ancestral en sus expresiones como contenedores de un carácter atemporal, que puede referir a dos cualidades que los hacen distintos a otras expresiones objetuales: su localidad y su identidad, en esta última bajo el concepto de Olivé (2014) como las construcciones sociales, pertenecientes a un contexto de creencias, valores, necesidades, deseos y fines de personas concretas en sus procesos de comprensión e interpretación del mundo.

Así, bajo estos conceptos, estas expresiones objetuales empleadas por el diseñador se podrían abastecer de elementos para la creación de espacios con una proyección cultural, que podría abarcar más allá de un momento en el tiempo o un grupo social al determinar o unir cualidades globales y locales, que expandan sus razones de

construcción, por el uso conferido a los objetos contenidos en el espacio, así como, establecer una interpretación y resignificación por sus características locales. Pero también, como una expresión humana con lenguaje de formas, colores, texturas espaciales, que dan como resultado una atmósfera que se compone de elementos que como señala Williams, pueden ser categorizados como cultura ideal como *“esencialmente el descubrimiento y la descripción, en vida y trabajos de aquellos valores que pueden ser vistos al componer un orden atemporal, o por tener una referencia permanente a la condición humana universal”* (Williams, 1998: 48).

El diseñador ante la posibilidad de la conjunción de espacio y producción étnica, bajo los conceptos de cultura, identidad, expresión estética y significación; quizás encuentre dificultades etnográficas, al igual que, hermenéuticas en el análisis de los objetos provenientes de otras culturas. Esto con el fin de lograr el uso más fidedigno a lo que se representa como referente local, requerirá de respuestas que deben ser contempladas en su metodología; durante las etapas del proyecto, para lograr un compromiso de profundidad en su investigación cultural, aluda finalmente, a este tipo de conceptualización y diseño. Debería permearse de información a otras ramas del quehacer humano que puedan aportar como la política, la educación, la economía, asimismo, comprender que los fenómenos sociales contenidos en el uso de objetos étnicos le demandan al diseñador una fidelidad hacia el objeto y la creatividad en la búsqueda de la respuesta al diseño espacial, para buscar mantener respeto o concordancia con los contextos y grupos sociales de referencia.

En la unión de temas sobre diseño y objeto étnico, cabe señalar, que México brinda la posibilidad de conectar a quien ofrece a través de sus manos y sus vidas, un lenguaje objetual con posibilidades extraordinarias, para la necesidad de espacios que puedan otorgar a quien los habita la oportunidad de maravillarse o encontrar una resignificación que logren grados de profundidad en el habitante que los experimenta, a través de valores conceptuales con unidad temática.

En continuidad con las ideas expuestas, al buscar establecer una estrategia o metodología para el diseñador de interiores cabe destacar que en el proceso de intercambio cultural de interpretaciones y reinterpretaciones simbólicas por medio de los objetos, sucede lo que Krug (2003) refiere como la cultura simbólica que relaciona a una red que se torna compleja e intrincada en sus valores o significados,

la cual abarca distintos aspectos como el lenguaje, la cultura, las referencias sociales e históricas, los procesos que el individuo experimenta en sus percepciones y conocimientos, e igualmente los aspectos políticos que contiene. El autor señala que quien experimenta, en un encuentro visual, la interpretación y la transformación realizadas, también ejerce una influencia en sus significados, valores y usos.

En ese sentido, el diseñador de interiores que reúne en un proyecto espacial a dos esferas que contienen culturas distintas, se relaciona probablemente como expone Krug (2003), por una parte, a referentes culturales específicos con un estilo de vida relacionado con una etnia, expuesto a través de la expresión objetual determinada, con contenedor de un relato simbólico claro, lo cual por otra parte, una macro cultura que se relaciona a una identidad más amplia y compleja con referencias hacia una identidad nacional que puede situarse en un relativismo cultural. Donde en la interpretación cultural por los usuarios no llegue a los significados o a los valores que se presentan. De tal forma que el autor señala las condiciones de la cultura pueden articularse desde el campo de la estética y que, bajo una educación en este campo, es posible que los individuos puedan apreciar los atributos culturales que le son revelados y muestran a la persona misma. En este caso, muestran al artesano y su identidad social en las distintas formas de vivir las cuales conforman al espectro macro cultural por parte del destinatario de los espacios diseñados. Asumir que esta articulación en el campo de la interacción social y simbólica es parte del reconocimiento del multiculturalismo del que provienen, como Villoro (1998) señala, un mismo sujeto puede verse o reconocerse en varias identidades al mismo tiempo, como mazahua, mestizo, mexicano, cosmopolita y latinoamericano.

Sin dejar de señalar que la actualidad también ofrece otros desafíos al realizar proyectos de diseño, y uno de ellos, es que el uso de los objetos étnicos puede centrar la atención en el artesano de origen étnico, su entorno, su vida y sus significados, pero no puede dejar pasar de largo el observar que los espacios que se esperan desarrollar también deben dirigir su mirada a un habitante que reúne también en su complejidad valores y significados que necesariamente deben, tener en cuenta a dinámicas a las que los grupos sociales se ven sujetas. Especialmente, si éstas se sitúan en ambientes más urbanos e incluso con características de ser grandes conglomerados urbanos con sus propios esquemas identitarios, pero que se pueden considerar como el habitante moderno, quien presenta también para

el diseñador una compleja demanda, si no se aprecia que este habitante no se compone sólo a sí mismo, sino también obedece a un contexto, en el cual deberá ser tomado en cuenta en el análisis de la actividad de diseño de interiores, que busca innovación y apropiación en su ejercicio.

Es así, como parte de la complejidad que representa la realidad actual que también es de considerarse la comprensión y visión que demanda este habitante actual de la metrópoli o “moderno” que Byung-Chul Han (2012) expone como el hombre del siglo XXI localizado en medio de una sociedad que ya ha dejado atrás la categoría de ser disciplinaria, para tornarse en la sociedad del rendimiento, categoría que define y describe a un habitante que en cuanto a la elección de los espacios, busca lograr el máximo de su rendimiento.

El habitante ante la apreciación estética de espacios arquitectónicos basados en una identidad étnica podría mostrar un estado apático, con interés reducido o sin la concentración suficiente para permitir resolver a través del diseño la interacción simbólica deseada. Con resultados en una experiencia inconexa a la cultura que se presenta a través del simbolismo contenido en objetos, por esta razón el diseñador debe considerar relevante el poner atención y hacer patente la invitación a una interacción simbólica e iniciar desde lo sensorial, para permitir a la experiencia espacial establecer categorías más profundas, que permita lograr atmósferas al promover de un momento lúdico, sin prisas y con las pausas suficientes para lograr que el habitante se acceda, una vez pasado el primer contacto sensorial de los objetos, a la contemplación pausada del mismo, con la generación de un momento que le brinde un espacio para su proceso de interpretación y significación simbólica.

Además, el diseñador al enfrentar la actualidad desde el usuario y el artesano, pero también como parte de su labor en el uso de los objetos étnicos, debería contemplar en el desarrollo del diseño mismo vías estratégicas que le permitan explorar un enfoque de innovación social por las posibilidades de los agentes involucrados, al comprender los factores sociales, económicos, culturales, políticos e incluso tecnológicos que se ven envueltos en los procesos de significación e interpretación simbólica de todos los actores; ya sea en los campos de la creación de los objetos étnicos, en la elaboración del proyecto o en las realidades que los usuarios o habitantes que habiten los espacios diseñados.

Porque uno de los principales objetivos en este trabajo, al emplear objetos étnicos en el diseño de interiores, es apoyar el desarrollo de los actores que los producen, que desde Harari (2018) en su descripción de una tendencia hacia la irrelevancia de las personas, estos actores presentan a futuro uno de los principales problemas para el desarrollo de las sociedades menos favorecidas, como una irrelevancia vaticinada en las comunidades que actualmente ya cuentan con un rezago socioeconómico. Irrelevancia igualmente en el sentido comunitario y de conocimiento que poseen todos aquellos grupos humanos congregados bajo antecedente histórico que les brinda un sello de identidad étnica, debido principalmente a que su conocimiento se comienza a imprimir en solo una circunstancia, el objeto étnico y este sello tiende a ser calificado como singular o infrecuente pero sin mayor significación, desapercibido como parte de una identidad multicultural compleja, especialmente en el caso de México, que presenta signos evidentes de discriminación hacia este tipo de comunidades y sus labores artesanales.

Harari (2018) describe como posibilidad para contrarrestar esta situación, la oportunidad de construir comunidades fuertes que al contar con una red social lo suficientemente estructurada, y con un acervo patrimonial considerable podría ser replanteado su uso en la conformación de una realidad identitaria, que persiga encontrar en todas estas voces una herencia o posibilidad basada en el conocimiento, el posible contacto y comprensión de los contextos locales.

Es así como, el diseño de interiores, al ser un campo susceptible en donde se pueden percibir conceptos claros referentes a cultura, identidad, experiencia estética, procesos, interpretación e interacción social y simbólica inmersa en una actualidad que demanda y ofrece nuevos propósitos que potencialicen una interacción social continua que replantee esquemas, bajo una apertura adaptable a nuevos procesos.

Resultados y conclusiones

Bajo las distintas aportaciones en conceptos teóricos y sus relaciones se presenta un panorama amplio con posibilidades de innovación para el diseñador; en su propio campo el diseño de los espacios interiores, pero con oportunidades desde distintos escenarios (desde el cultural, el social, el económico, y aún en el mismo proceso de la conformación de los objetos de origen étnico). La visualización que ofrece el desarrollo del proyecto con uso de objetos identitarios permite, a medida que se

amplía con la visión o la actualidad ofrece permite más allá de reducir el campo de análisis o desarrollo a la relación espacio-objeto a ampliarla, logra brindarle una riqueza que brinda la percepción y el análisis; que otorgan la observación de una compleja, intrínseca y elocuente realidad de todos los actores que participan, sujetos y objetos de interaccionismo y significación simbólica que no se agotan ni se reducen, sino se presentan en constante cambio.

De esta manera se presenta la innovación e inclusión como dos puntos esenciales en los que se cruzan en el camino de todos los conceptos descritos, y permiten plantear propuestas para dos actores claves en los procesos descritos en el proyecto de diseño con uso de objetos étnicos; los grupos artesanales, que podrían plantear un cambio sustancial en forma de conformar sus objetos porque al estar su riqueza basada en la conservación del patrimonio, que constituye su acervo cultural e histórico contenido en los objetos, su conformación forjada aun en fibras naturales, tendrían que planearse el uso de nuevos materiales, en un relato que probablemente también se encuentre inscrito en otro tipo de manifestaciones culturales, más allá de lo que físicamente podría transmitirse.

Y el otro actor sería el diseñador, el cual al enfrentar el contacto directo que podría tener con la comunidad étnica de interés o al contemplar en proyectos en desarrollo el contacto artesanal que pudiera fomentar, podría contemplar el dar asesoría y dirección para que el artesano como elaborador de piezas únicas pueda ser fiel a su relato, al considerar una relación directa entre ambos actores y así reconocer u observar muchos matices del carácter de quien dio origen, desde su propia experiencia, a piezas con carácter irreplicable y patrimonial. El diseñador puede fomentar en el proyecto un canal que permita al mensaje encontrar destino y en ese sentido brindaría al habitante la posibilidad de hallar en las soluciones espaciales y objetuales la riqueza que otro le ofrece.

Tras lo cual para el diseñador existe la posibilidad de innovar en su papel como mediador; al tener a su disposición la peripetia de orquestar espacios que se valgan de todo los elementos constructivos aunados a medios alternativos que la tecnología podría facilitar para presentar al habitante una vinculación con fines educativos; e igualmente en el deleite dirigido hacia lo que representa para la comunidad étnica de origen sus expresiones objetuales, los cuales dentro de

los procesos de interpretación y significación del habitante den acceso a otras culturas que no sólo tengan origen en el concepto proyectual del diseñador, sino que envuelvan en su proceso, el tiempo que se requiere, así como, la relación que logre establecer con el ambiente y atmósfera lograda, fomente la creatividad en el habitante, pero también, en todos los que podrían intervenir en la búsqueda de esta experiencia memorable, basados no únicamente en los conceptos que se reúnen ante la unión del proyecto – objeto, sino bajo una visión que enriquezca el interés por la actualidad, el ámbito social, económico y filosófico.

Ante el camino que la inclusión y la innovación requieren, el diseñador debe reconocer que su labor es pertinente y oportuna necesita proyectar su labor bajo el compromiso que el diseño exige para quien lo ejerce, es por eso que, tras la exposición de todos los elementos que acompañan a lo que parece simplemente un proyecto basado en objetos con identidad étnica, pueda haber una transformación en la búsqueda de una estrategia metodológica que permita contemplar el desarrollo profesional desde matices que aporten entendimiento y apertura a nuevas posibilidades que comiencen por el reconocimiento del otro, su riqueza y su labor como fuente de inspiración en el desarrollo.

Referencias

- Blumer, H.** (1982). El interaccionismo simbólico. Editorial Hora S. A.
- Ching, F. D.** (2011). Diseño de Interiores un manual. España: Gustavo Gili.
- Eco, U.** (2010). El proceso sgnico. Barcelona: Ed. Labor .
- Forum, W. E.** (13 de abril de 2016). La Cuarta Revolución Industrial. Recuperado el 3 de mayo de 2019, de You tube: <https://www.youtube.com/watch?v=-OiaE6l8ysg>
- Gadamer, H.-G.** (1997). La actualidad de lo bello (Primera edición ed.). Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica S. A.
- Giménez, G.** (2016). Estudios sobre la cultura y las identidades sociales. México: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.
- Han, B.-C.** (2012). La sociedad del cansancio. Barcelona: Herder Editorial.
- Harari, Y. N.** (2018). 21 Lecciones para el siglo XXI. México: Debate.
- Krug, D. H.** (2003). Symbolic Culture as Art Education. Art Education, 13-19. Obtenido de <http://web.a.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=3&sid=14fafde5-b7a5-46c0-8187-a685834f8051%40sdc-v-sessmgr04&bdata=JnNpdGU9ZWWhvc3>

QtbGI2ZQ%3d%3d#db=asu&AN=505052461

Olivé, L. (2014). *Multiculturalismo y pluralismo* (2014 ed.). México: Paidós; UNAM, Facultad de Filosofía y Letras.

Unesco. (2009). <https://unesdoc.unesco.org>.

doi:https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000189124_

[spa?posInSet=3&queryId=93c69473-66f6-4764-9bc2-866b96a7fcc2](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000189124_spa?posInSet=3&queryId=93c69473-66f6-4764-9bc2-866b96a7fcc2)

Villoro, L. (1998). *Estado plural, pluralidad de culturas* (1998 ed.). México: Paidós; UNAM, Facultad de Filosofía y Letras.

Williams, R. (1998). *The Analysis of Culture*. En E. y. Storey, *Cultural theory and popular culture* (págs. 48-56). Athens, Georgia, Estados Unidos: The University of Georgia Press.

Capítulo 18. Planes nacionales para la demencia en Grecia y México: el papel del diseño arquitectónico inclusivo

National dementia plans in Greece and Mexico: the role of inclusive architectural design

Eska Elena Solano Meneses

Konstantina Vasiliki Iakovou

Linda Emi Oguri Campos

Resumen

Según el informe de las Naciones Unidas sobre el Envejecimiento de la población mundial 2017, existe un aumento significativo de esta población en todo el mundo. El envejecimiento acelerado de la población mundial tendrá un gran impacto en los sistemas de salud existentes a nivel internacional.

El envejecimiento se caracteriza por un constante deterioro físico y cognitivo. La demencia es uno de los principales deterioros provocados por la vejez. Demencia es “un término que describe una amplia gama de síntomas asociados con una disminución de la memoria y otras habilidades de pensamiento que reducen la capacidad de una persona para realizar actividades cotidianas” (Asociación Alzheimer) ésta ha sido asociada erróneamente como un efecto normal del envejecimiento.

Con el fin de crear sociedades locales, inclusivas y sostenibles que puedan hacer frente a la demencia, la Alzheimer's Disease International (ADI), organización internacional relacionada con la Organización Mundial de Salud (OMS), ha lanzado iniciativas sobre planes nacionales de demencia y sociedades amigables con la demencia.

El objetivo de este documento es examinar la situación y el contenido de los planes nacionales, creados recientemente, para la demencia en Grecia y México. Se analizará la problemática en ambos contextos, se estudiará la atención dada a los planes de acción y se investigarán avances sobre la pertinencia en las instalaciones y la existencia normativa para atender a este segmento. Además, se analizarán pautas

internacionales que proponen principios de diseño eficaces para las personas con Demencia (pcD), además de asociarlas con otros grupos a través del prisma del diseño arquitectónico inclusivo.

Palabras clave: arquitectura amigable con la emencia, Diseño Universal, Plan Nacional para la Demencia.

Abstract

According to the United Nations report on the “Aging of the world population 2017”, there is a significant increase in this population worldwide. The accelerated aging of the world population will have a great impact on the existing health systems at the international level.

Aging is characterized by a constant physical and cognitive deterioration. Dementia is one of the main deteriorations caused by old age. Dementia is “a term that describes a wide range of symptoms associated with a decrease in memory and other thinking skills that reduce a person’s ability to perform daily activities” (Alzheimer’s Association) mistakenly associated as a normal effect of aging.

In order to create local, inclusive and sustainable societies that can cope with dementia, Alzheimer’s Disease International (ADI), an international organization related to the World Health Organization (WHO), has launched initiatives on national dementia plans and partnerships friendly with dementia.

The purpose of this document is to examine the situation and content of recently created national dementia plans in Greece and Mexico.

The problem will be analyzed in both contexts, the attention given to the action plans will be studied and progress will be investigated on the relevance in the facilities and the normative existence to attend this segment. In addition, international guidelines that propose effective design principles for people with Dementia (PCD) will be analyzed, in addition to associating them with other groups through the prism of inclusive architectural design.

Key words: *friendly architecture with dementia, National Dementia Plan, Universal Design.*

Introducción

La demencia es un tema que cada vez preocupa más debido a su incremento acelerado, resultado de la inversión en la pirámide de edades en la población mundial, en la que cada vez existen un menor incremento en la población infantil y un mayor incremento en la población de edad avanzada.

La OMS reconoce la demencia como una prioridad de salud pública. En mayo de 2017, la Asamblea Mundial de la Salud respaldó el Plan de Acción Mundial sobre la respuesta de salud pública a la Demencia 2017-2025, que establece una serie integral de medidas aplicables por los planificadores de políticas, los asociados internacionales, regionales y nacionales, y la propia OMS en ámbitos tales como la sensibilización sobre la enfermedad y el establecimiento de iniciativas destinadas a promover la adaptación a la demencia; la reducción del riesgo de demencia; su diagnóstico, tratamiento y atención; la investigación e innovación o el apoyo a los cuidadores de las personas con demencia (OMS, 2017).

Se considera que este Plan de Acción Mundial tendría que ser la pauta para conjuntar y homologar las estrategias a seguir, mismos que se han de transferir a través de los Planes Nacionales de Demencia de los diversos países del mundo, aunque la realidad nos muestre lo contrario. En este documento analizaremos el contenido de los planes nacionales para la demencia en México y Grecia, concebidos como casos de estudio, países de geografías distantes pero que forman parte de las denominadas “economías emergentes”. El objetivo de este documento es examinar la situación y el contenido de los planes nacionales de demencia a nivel internacional, al tomar en cuenta a México y Grecia como casos de estudio, dadas las situaciones análogas de ambos países (emergentes) pero de geografías distantes en el contexto de los discursos europeos.

Como se expone en este documento, la institucionalidad referida a la temática (normativas y políticas públicas), en ambos países antecede al mencionado Plan de Acción Mundial de la OMS. En México la propuesta del Plan de acción Alzheimer y otras demencias data del 2014 y en Grecia el Plan de Acción para la Demencia aparece en el 2016. En ese sentido, se esperaría que estos planes locales se constituyeran en las bases sobre las que se desplieguen las acciones mundiales,

pero como se verá, a pesar de tener una mayor antigüedad, escasos han sido sus logros. Se considera que esta situación se explica por la falta de conocimiento y comprensión del fenómeno de la demencia.

Demencia: una aproximación al fenómeno

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS) la demencia es un síndrome de naturaleza crónica o progresiva, que se caracteriza por el deterioro de la función cognitiva más allá de una consecuencia natural del envejecimiento. La demencia afecta habilidades cognitivas como: la memoria, el razonamiento, la orientación, la comprensión, el cálculo, la capacidad de aprendizaje, el lenguaje y la habilidad de realizar actividades de la vida diaria (OMS-OPS, 2013).

La demencia es la causa principal de la discapacidad y dependencia de las personas mayores. El fenómeno trasciende más allá de quienes la padecen, afecta igualmente a cuidadores y familiares en aspectos físicos, psicológicos, sociales y económicos. Asimismo, la falta de conocimiento y comprensión de la demencia puede causar estigmatización y ser un obstáculo para que las personas accedan a servicios oportunos de diagnóstico y atención.

Las formas de la demencia pueden ser diversas. La enfermedad de Alzheimer es la forma más común de demencia: se calcula que representa entre un 60% y un 70% de los casos. Otras formas frecuentes son la demencia vascular, la demencia por cuerpos de Lewy (agregados de proteínas en las células nerviosas) y enfermedades que pueden contribuir a la demencia frontotemporal (degeneración del lóbulo frontal del cerebro). Los límites entre las distintas formas de demencia son difusos y frecuentemente coexisten formas mixtas (OMS-OPS, 2013).

La demencia afecta a nivel mundial a unos 50 millones de personas, de las cuales alrededor del 60% viven en países de escaso desarrollo. Se prevé que para el 2030 el número total de personas con demencia (pcD) alcance los 82 millones y para el 2050 sea de 152 millones (OMS, 2017).

Aunque la edad es el principal factor de riesgo de demencia, la enfermedad no está necesariamente relacionada con el envejecimiento. La demencia temprana

(aparición de los síntomas antes de los 65 años) representa hasta un 9% de los casos.

Algunas investigaciones han revelado una relación entre la aparición de deterioro cognitivo y factores de riesgo relacionados con el modo de vida, que también son comunes a otras enfermedades no transmisibles, como la falta de actividad física, obesidad, dietas poco saludables, consumo de tabaco o alcohol, diabetes e hipertensión. También se han encontrado asociaciones entre la demencia y la depresión, el bajo nivel educativo, el aislamiento social y la inactividad cognitiva (OMS-OPS, 2013).

Arquitectura Inclusiva y Diseño Universal

El concepto de Arquitectura Inclusiva encuentra su origen en el Diseño Universal. El Diseño Universal (DU), es un concepto que propone Ron Mace en 1988, y que es impulsado a través del Centro de Diseño Universal de la Universidad de Carolina del Norte.

El concepto ha evolucionado desde entonces. El DU estaba inicialmente orientado a atender, desde el diseño, las necesidades tanto de las personas con discapacidad como de las personas mayores. Hacia el año 2000 Japón adopta el término e incluye aspectos como sostenibilidad y diversidad. Posteriormente, Conell (2004) lo define como *“el diseño de productos y entornos con el fin de que sean usables por el máximo número de personas posible, sin necesidad de adaptación o diseño especializado”*, lo que termina por equipararlo con el concepto impulsado por el funcionalismo escandinavo denominado Diseño para Todos, legitimado en la Declaración de Estocolmo de 2004.

Por su parte, la arquitectura inicia su discusión con propuestas como Diseño sin barreras hacia los años setenta del S. XX, impulsado por la Reunión del Grupo de Expertos sobre el Diseño Libre de Barreras en Nueva York, que se suma al concepto de Diseño Accesible, promovido por Naciones Unidas hacia los años ochenta del siglo xx. Con la llegada de discursos como el Diseño Centrado en el Usuario y el Diseño Participativo, que considera la participación activa del usuario, surge la propuesta del diseño inclusivo y por ende, de la arquitectura inclusiva. El Diseño Inclusivo es definido por Hitchcock (Hitchcock & Stahl, 2003) como un

marco metodológico que busca satisfacer las necesidades de acceso y uso de un mayor rango de usuarios que aquellos representados por el “*usuario medio*”, que involucra para ello a usuarios con contextos de uso no incluidos.

A través del Diseño Inclusivo (arquitectura inclusiva para este trabajo), surge una propuesta construida de varios discursos del diseño, con la que se pretende mirar el estado del arte de la arquitectura y la demencia.

Análisis de usuarios con demencia

Para que podamos comprender las necesidades del usuario en los entornos construidos, tenemos que entender el alcance de las capacidades de las personas con demencia. La demencia afecta principalmente a personas mayores de 60 años, tanto hombres como mujeres.

En casos positivos de demencia, las siguientes funciones mentales presentan deterioros significativos (Alzheimer Society, 2013) (Tsolaki & Kazis, 2005):

- Memoria.
- Comunicación y lenguaje.
- Habilidad para enfocar y prestar atención.
- Razonamiento y juicio.
- Percepción visual.

Actualmente, no existe cura para la demencia, sin embargo, hay medicamentos disponibles para ayudar a reducir los síntomas como la agitación y la paranoia, y retrasar el progreso de la enfermedad (Chau & Newton, 2017).



Imagen 1. Deterioro del cerebro en personas con Alzheimer (Tomado de <https://www.estimulacioncognitiva.info/servicios/demencias/alzheimer/>).

La demencia se puede dividir en tres etapas: etapa inicial, etapa moderada y etapa severa (etapa final).

Los síntomas comunes de la etapa inicial son:

- Olvido.
- Pérdida del sentido del tiempo.
- Pérdida de orientación en ambientes familiares.

En la etapa media los síntomas de la enfermedad se vuelven más distintos y afectan cada vez más la rutina diaria y la calidad de vida de las personas con discapacidad. Más específicamente, pueden sufrir de:

- Mal funcionamiento de la memoria reciente.
- Pérdida de orientación en ambientes familiares.
- Dificultades en la comunicación.
- Incapacidad del cuidado personal.
- Cambios de comportamiento, preguntas errantes y persistentes.

En la etapa final, las pcD dependen casi completamente de su cuidador. Los síntomas de esta etapa incluyen (OMS, 2017):

- Pérdida total de orientación en tiempo y espacio.
- Incapacidad para identificar a familiares y amigos.
- Dificultades motoras.
- Los cambios de comportamiento se deterioran en comparación con la etapa anterior.

Las personas con demencia (pcD) pueden vivir independientemente mientras los síntomas de la enfermedad sean leves. Sin embargo, a medida que progresa la enfermedad, dependen de sus cuidadores (informales o profesionales) para realizar las actividades diarias. Además, están dispuestos a participar en las actividades de los grupos sociales de los que forman parte (familia, amigos, etc.). Para que puedan hacerlo, los entornos que albergan estas actividades deben ser legibles para ellos. Los entornos construidos para personas con demencia no necesitan necesariamente

una apariencia fundamentalmente diferente, pero su diseño debe centrarse en el alcance de las capacidades restantes, sin estigmatizar a los usuarios de un espacio determinado (Kirch, et al., 2018).

Propuestas arquitectónicas para personas con demencia

La arquitectura constituye un elemento esencial en el desarrollo de una manera digna de vivir en el espacio, ya sea a micro (casa-habitación o edificios) o a nivel macro (urbano).

Dadas las características de las pcD, los espacios arquitectónicos los hacen vulnerables en tres sentidos (Quesada-García & Valero Flores, 2017): seguridad, accesibilidad y personalización.

La pérdida de memoria pone en riesgo a los pcD, por lo que es necesario cuidar aspectos en el diseño arquitectónico que puedan posibilitar caídas o provocar golpes (volados, cornisas, grandes cancelas acristaladas, cambios de nivel, muros bajos), desubicación (espacios de composición compleja, espacios sin elementos de referencia o rótulos), confusión (falta de legibilidad en la distribución de espacios) y falta de identidad (evitar la generación de espacios genéricos, sin personalización que les permitan su identificación). Como se trata de una enfermedad progresiva, es importante tener en cuenta que los cambios en los espacios, dada la pérdida de autonomía, tendrán que ser igualmente progresivos. El concepto de espacio flexible podría brindar la oportunidad de hacer adecuaciones conforme la enfermedad avanza.



Imagen 2.
Importancia de la legibilidad en los espacios,
evidenciado con cambio de diseño de loseta
(Solano, 2017).

Además de ser seguros, los espacios deben ser accesibles, es decir, cuidar que puedan ser usados independientemente de las deficiencias motoras y además libres de obstáculos (como escaleras, desplazamientos innecesarios, abatimientos inadecuados de puertas, etc.), en los que sea posible estimular los sentidos, reducir el estrés y fomentar la autonomía personal (Quesada-García & Valero Flores, 2017).

Asimismo, el fomento de elementos identitarios, que incentiven recuerdos y les conserven un sentido de pertenencia resultan importantes, debido a la estrecha relación, ya abordada por antropólogos como Auge y Bauman (Auge, 2007) (Bauman, 2008), entre otros, que unen el espacio habitado con la memoria (espacios significativos y simbólicos).

Quesada (2017) establece que para un adecuado abordaje de este problema, es necesario “entender el proceso mental que experimenta el paciente o habitante en el espacio y sus necesidades para, posteriormente, utilizar los elementos técnicos y compositivos de los que la arquitectura dispone” y de esa manera atender las necesidades particulares que este grupo demanda.

Proyecto de Plan de acción mundial sobre la respuesta de salud pública a la demencia

El proyecto de Plan de Acción Mundial sobre la respuesta de salud pública a la demencia tiene muchos antecedentes de planes aprobados por la OMS, así como, planes de acción regionales con relación a la salud y el envejecimiento. Entre las acciones propuestas es posible extraer, aunque no se expresa claramente, el crucial papel que debe jugar la arquitectura ante este Plan de Acción Mundial, ya que cuando se enuncia:

Alentar... a la reforma de las leyes, las políticas, las estrategias, los planes y los programas sociales y de salud relacionados con la demencia, prestando una atención especial a los derechos humanos de las personas con demencia y sus cuidadores, así como a su empoderamiento, su participación y su inclusión.

La perspectiva de los derechos humanos obliga a pensar en una arquitectura amigable y respetuosa con las condiciones de las pcD.

a) Plan de acción de Alzheimer en Grecia

El número total de pcD en Grecia es de 201,766 lo que refleja una proporción del 1.77% de la población total del país (Alzheimer Society, 2013).

En 2016 se emitió el Plan de Acción griego para la Demencia con el fin de describir el estado actual de la atención de la demencia en ese país. Contiene el siguiente conjunto de acciones (Alzheimer Society, 2013):

- Establecer un registro nacional de demencia para diseñar políticas y mejorar la atención de los pacientes con demencia en el país.
- Mejorar la conciencia pública y el compromiso para reducir el estigma de la demencia.
- Mejorar la prevención, el diagnóstico precoz y el tratamiento eficaz de la demencia.
- Crear servicios para cuidadores y familias en toda Grecia.
- Mejorar el cuidado residencial / institucional, así como el cuidado en el hogar.
- Integrar eficazmente las vías de atención y promover la coordinación de la asistencia social y médica.
- Reforzar la educación y la formación para profesionales de la salud.
- Establecer programas de investigación que incorporen tecnologías innovadoras.
- Crear legislación para apoyar las necesidades y derechos de los pacientes.
- Implementación efectiva, seguimiento del progreso, actualización del plan de acción de para la demencia griega.

Actualmente, y debido a los lazos familiares cercanos, en Grecia muchas personas con demencia permanecen en sus hogares incluso en etapas severas de la enfermedad (sus familias normalmente contratan a un cuidador profesional para que los ayude). De acuerdo con el Plan de Acción para la Demencia Griega y la base de datos Psychargos (Greek Ministry of Health., 2015), no hay instalaciones adecuadamente diseñadas ni en hospitales ni en clínicas especializadas. En caso de que una persona con demencia necesite una atención 24/7 fuera de su hogar, es muy común que se le aloje en instalaciones de atención dirigidas generalmente a

personas de edad avanzada sin demencia, ya que hay una falta de instalaciones de atención especializada.

Además, aunque recientemente ha habido un intento por formar sociedades que se adapten a la demencia, las acciones sólo se centran en la capacitación del personal de organismos públicos o proveedores de servicios (por ejemplo, taxistas, policías, etc.). Por el momento, no hay planes futuros para disminuir la brecha existente en las instalaciones de atención.

Con respecto del marco regulatorio para el diseño de centros de atención, la legislación existe sólo en relación con los hospicios para las etapas tardías de la demencia. Más específicamente, el marco regulatorio existente se puede resumir de la siguiente manera:

- La Gaceta del Gobierno Griego 661 / B / 2001 (Greek Government , 2001) describe brevemente las pautas para los servicios de WC, las habitaciones y las áreas comunes para hospicios para pcD, equipos de calefacción y refrigeración, así como, el mobiliario que funciona más o menos como una lista de verificación concisa.
- La Gaceta del Gobierno Griego 1157 / B / 2018 (Greek Government, 2018) contiene directrices más precisas en comparación con la Gaceta 661/B. Más específicamente, establece que los hospicios para personas con discapacidades deben ser accesibles también para personas con demencia (baños accesibles, áreas comunes de habitaciones, pisos no resbaladizos, balcones seguros y áreas al aire libre, etc.), tienen que usar luz natural o artificial, y ofrecer un ambiente hogareño. También, debe ubicarse en edificios dentro de bloques urbanos existentes, ofrece, también, la oportunidad de jardines de demencia. Además, también describe las superficies mínimas requeridas para diversos usos de hospicios (dormitorios, WC, áreas comunes, área de personal y salas de recepción).

En comparación con las directrices internacionales, el marco regulatorio griego cubre muy pocos aspectos del diseño arquitectónico adecuado para la demencia. Se enfoca principalmente en las superficies mínimas en términos de ergonomía y se dirigen sólo a pcD en la última etapa de la enfermedad. Con base en los estudios de casos hasta la fecha, las instalaciones de hogares para cuidado de pcD, en su mayoría

no son estructuras de nueva construcción, ya que operan en edificios renovados. Con respecto de su conformidad con las directrices adaptadas para la demencia, se intenta implementarlas en algunos estudios de caso, pero esto no es posible en su totalidad.

b) Plan de acción contra el Alzheimer y otras demencias en México

Ante el elevado crecimiento de la población de edad mayor, y con demencia, instituciones como la Academia Nacional de Medicina, la Universidad Nacional Autónoma de México y el Instituto de Geriátrica publicaron en 2012 el documento *Envejecimiento y salud: una propuesta para un plan de acción*.

Los datos presentados sobre prevalencia de la demencia en México en el 2014 estimaban en 860,000 la cifra de pcD, establecían una proyección para el 2020 de 100,000 pcD en el país.

En el 2014 fue definido el Plan de acción Alzheimer y otras demencias que planteó como objetivo: “Promover el bienestar de las personas con enfermedad de Alzheimer y enfermedades afines y sus familiares, mediante el fortalecimiento de la respuesta del Sistema de Salud Mexicano, en sinergia con todas las instituciones responsables” (Gutierrez Robledo, et al., 2014).

Como resultado de este plan se proponen estrategias de acción que están encaminadas a la salud: la prevención de la enfermedad, los servicios de salud, el diagnóstico oportuno, formación de recursos humanos, promoción de los derechos humanos de las pcD, fomentar la investigación, y evaluar periódicamente las medidas tomadas; pero no se establece nada respecto de los espacios y sus adecuaciones necesarias para propiciar una mejor calidad de vida a este sector; es decir, existe un vacío en este importante rubro que a la fecha sólo se propone desde la academia, pero nada se ha observado por los planes y normas en México (Gutierrez Robledo, et al., 2014).

En lo referente a otros documentos, como el Plan Nacional de Desarrollo (PND) de México 2013-2018 lo único que se pudo haber homologado a los planes de acción mencionados era el amparo que encontraría en dos de sus metas básicas, que

podieron haber contemplado esta problemática social, pero que no se señalaron de manera específica y a la postre, no se atendieron. Estas metas fueron:

1. Un México Incluyente para garantizar el ejercicio efectivo de los derechos sociales de todos los mexicanos, que tendría que haber garantizado el acceso al derecho a la salud a todos los mexicanos.
2. Un México con Educación de Calidad que pretendía garantizar un desarrollo integral de todos los mexicanos, así como incentivar la inversión en ciencia y tecnología.

Tras la reciente publicación del PND 2019-2024 se establece como uno de sus principios:

No dejar a nadie atrás, no dejar a nadie fuera... rechazamos toda forma de discriminación por características físicas, posición social, escolaridad, religión, idioma, cultura, lugar de origen, preferencia política e ideológica, identidad de género, orientación y preferencia sexual. Propugnamos un modelo de desarrollo respetuoso de los habitantes y del hábitat, equitativo, orientado a subsanar y no a agudizar las desigualdades, defensor de la diversidad cultural. (Presidencia de la República, 2019).

Pero nuevamente no señala acciones específicas orientadas a las pcD.

Este PND señala como propuesta un cambio de paradigma en seguridad donde existen tres puntos que pudieran abarcar la problemática como son:

1. Garantizar empleo, educación, salud y bienestar.
2. Pleno respeto a los derechos humanos.
3. Regeneración ética de las instituciones y de la sociedad.

Sin embargo, presenta propuestas generales y no observa particularidades hacia la demencia ni mucho menos al diseño de espacios con esos enfoques, lo que de raíz, pareciera perpetuará el problema expuesto.

Resultados

Ambos países tienen planes de acción para la demencia que están en su etapa inicial y por el momento sólo se enfocan en principios muy genéricos en términos de diseño para la demencia (des estigmatización de las comunidades locales, mejora de los servicios de atención existentes, diagnóstico temprano) y creación de comunidades amigables con la demencia.

La comparación entre estos países da muestra clara de las similitudes, pese al diferente contexto espacial y geográfico, como puede mostrarse a continuación:

	Grecia	MÉXICO
Año de promulgación del Plan de Acción	2016	2014
No. De pcD	201,766 personas	860,000 personas
% de población afectada	1.77 %	0.72 %
Plan de acción	Encaminado a acciones de tipo sanitario, médico y de seguridad social.	Encaminado a acciones de tipo sanitario, médico y de seguridad social.
Enfoque arquitectónico del Plan de Acción	Carece de orientación hacia el espacio arquitectónico	Carece de orientación hacia el espacio arquitectónico
Marco regulatorio	Amparado en estrategias para personas con discapacidad.	Amparado en estrategias para personas con discapacidad.
Marco regulatorio	Enunciativo, no restrictivo.	Enunciativo, no restrictivo.

Tabla 1. Comparación de la situación de los Planes de Acción entre Grecia y México (Solano, 2019).

Una de las barreras más importantes para la implementación de diseños arquitectónicos amigables con la demencia es que la importancia y el potencial de este tema aún no están totalmente reconocidos tanto por los arquitectos como por los políticos responsables (Kirch, et al., 2018). Por ejemplo, en Grecia (excepto en el diseño de hospicio) para instalaciones sanitarias no es obligatorio implementar las pautas de diseño accesibles. Además, las pautas de planificación disponibles a menudo no cubren la gama completa de intervenciones de diseño, al centrarse únicamente en los tipos de usos que se deben cubrir con superficies mínimas (Greek Government, 2018) o en decoraciones interiores (Kirch, et al., 2018). En México, también, existe una brecha de conocimiento y de políticas relevantes.

Conclusiones

Tras el presente análisis, resulta relevante, que a pesar de la preponderancia de discursos sobre inclusión y no discriminación, aunado a la conciencia del incremento de personas mayores y por consiguiente, al aumento de pcD, la lucha de las diferentes instancias nacionales e internacionales parece no tener eco.

La revisión del estado del arte en cuanto a Planes de Acción Internacionales y Locales, estrategias derivadas de ellos, así como, Planes de Desarrollo Nacionales tanto en Grecia como en México mantienen penosamente los mismos atrasos en lo referente a la problemática de las pcD y los espacios arquitectónicos.

Como se aprecia, resulta escasa la propuesta para enfrentar la enfermedad como fenómeno de salud, y mucho más escasos se perciben los avances en cuanto a las implementaciones arquitectónicas y urbanas para incluir a este grupo de población, que pudieran verse medianamente beneficiadas por los discursos del diseño inclusivo y sin barreras. Sin embargo, es importante notar, que las adecuaciones de los espacios con carácter de diseño sin barreras e inclusivo, no alcanzan a atender las particularidades que de diseño arquitectónico demanda la población de pcD.

Tal como se concluye en este trabajo, aunque la relación entre la arquitectura y la demencia se han investigado demasiado, no hay propuestas normativas ni siquiera enunciativas, lo que deja en claro que este problema sigue en el rango de investigación de frontera. Esto se plantea como un desafío y una oportunidad para los investigadores que pueden visualizar la arquitectura bajo un enfoque transdisciplinario (inclusivo) donde consideren un diseño incluyente con las pcD, sus familiares, médicos, terapeutas, psicólogos, trabajadores sociales, investigadores, etc. Al sumar a los arquitectos puedan generar posibles avances en este tema tan ignorado y poco atendido. Lo que se necesita, desde nuestro punto de vista, es integrar la investigación existente con las prácticas innovadoras en un contexto nacional regulatorio, etnográfico, social y cultural en ambos países para reformar efectivamente las políticas de atención existentes.

Bibliografía

Alzheimer Society, 2013. About us. [En línea]

Available at: <https://alzheimeraathens.gr/en/about-us-2/>

[Último acceso: 10 Mayo 2019].

Auge, M., 2007. Por una antropología de la ciudad. Barcelona: Gedisa.

Bauman, Z., 2008. Confianza y temor en la ciudad. Vivir con extranjeros.. Barcelona: Arcadia.

Chau, H. & Newton, C., 2017. A Pilot Study of Design Evaluation of Three Memory Support Residential Facilities in Victoria. Available at: Anzasca.net. [online].

Conell, B.R. et al, 2004. What is Universal Design?.. NC State University, The Center for Universal Design..

Greek Government, 2001. Gazette 661 / B / Determination of the way of organizing and operating the psychosocial rehabilitation units (boarding houses, hospices).. [En línea].

Greek Government, 2018. Gazette 1157 / B / Amendment of the decision of the Ministers of Finance and Health and Welfare “*Determining the operation of psychosocial rehabilitation units (boarding houses, hospices) and the protected residences.*” [En línea].

Greek Ministry of Health., 2015. Defining Mental Health Sectors for adults and allocation of Mental Health Units. [En línea]

Available at: http://www.psychargos.gov.gr/Documents2/Ypostirixi%20Forewn/Ypostirixi%20EPISTHM%20ONIKH/%CE%A4%CE%95%CE%A8%CE%A5%20-%20%CE%A4%CE%95%CE%A8%CE%A5%CE%A0%CE%95/Tomeis_sykrotisi%20A.pdf [Último acceso: 8 Mayo 2019].

Gutierrez Robledo, L. M., García Peña, M. d. C. & Roa Rojas, P.A., 2014. La enfermedad del Alzheimer y otras demencias como problema nacional de salud. México: Intersistemas.

Hitchcock, C. & Stahl, S., 2003. Assistive Technology, Universal Design, Universal Design for Learning: Improve learning opportunities.. Journal of Special Educational Technology, pp. 45-52.

Kirch, J., Marquardt, G. & Bueter, K., 2018. Breaking Down Barriers: Promoting a New Look at Dementia-Friendly Design. Breaking Down Barriers, pp. 125-133.

OMS, 2017. Notas descriptivas sobre la demencia.. [En línea]

Available at: <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/dementia>

OMS-OPS, 2013. Dementia: a public health priority.. Washington, DC., s.n.

Presidencia de la República, 2019. Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024.

[En línea] Available at: <https://lopezobrador.org.mx/wp-content/uploads/2019/05/PLAN-NACIONAL-DE-DESARROLLO-2019-2024.pdf>

[Último acceso: 10 Mayo 2019].

Quesada-García, S. & Valero Flores, P., 2017. Proyectar espacios para habitantes con alzhéimer; una visión desde la arquitectura. *Arte, Individuo y Sociedad*, pp. 89-108.

Tsolaki, M. & Kazis, A., 2005. *Demencia: medical and social challenge*. s.l.:University Studio Press.