

PENSAR CON EL DISEÑO

Leticia Fernández Marín, Jaime Pardo Gibson y Gabriel Barrero Tapias
Departamento de Diseño, Pontificia Universidad Javeriana, Colombia

De acuerdo con Sen (2001)¹, no es la adquisición de bienes los que realmente importan a las personas sino lo que estos permiten a ellas y a las comunidades *ser y hacer*, es decir, el tipo y calidad de vida, el bienestar que les permiten disfrutar. Todo proyecto de Diseño tiene un sentido más allá de su materialidad por lo que debe considerarse como una oportunidad para ofrecer a personas y comunidades opciones de acceso – a medida humana – al disfrute de experiencias sensibles, culturales, espirituales, individuales y sociales, entre otras; y, además, para brindar alternativas de potenciamiento y empoderamiento de personas y comunidades orientados por el respeto de la dignidad humana.

¹ Sen, A. (2001). *El nivel de vida*. Editorial Complutense.

² Liedtka, J. & Ogilvie, T. (2011) *Designing for Growth. A design thinking tool kit for managers*.

En el contexto global, en el que un alto porcentaje de la economía se soporta en actividades de emprendimiento en la escala de la microempresa, se hace necesario enlazar la cultura del emprendimiento con el pensamiento de diseño, con la salvedad de que este no es exclusivo de la disciplina. Más aún, el pensamiento de diseño, como cualquier proceso, puede ser practicado en diferentes niveles por personas y profesionales con diferentes talentos y capacidades; dicho tipo de pensamiento, funciona como una caja de herramientas definitivamente útil para abordar procesos de innovación y de crecimiento organizacional (Liedtka & Ogilvie, 2011).² Implica comprender que estos procesos se acercan, en términos prácticos, al pensamiento organizacional y a la realidad de la producción y el consumo a partir de iniciativas de emprendimiento. Es una manera de enfrentar y estructurar problemas con sentido proyectivo y prospectivo que facilita la formulación de estrategias y acciones para las organizaciones y sus cadenas de valor.

Se hace, pues, necesario vincular la cultura empresarial con la cultura del proyecto; es decir, comprender sistémicamente las implicaciones de un cambio de pensamiento que requiere consolidar las redes conformadas por organizaciones productivas, instituciones, diseñadores y consumidores que promuevan, construyan, diseñen y consuman soluciones altamente contextualizadas para las necesidades sociales y realidades de las personas. En este sentido, el diseño del sistema y del modelo de negocio articula los intereses, capacidades e infraestructuras de los interesados, y definen su rol en la solución, los beneficios esperados y la construcción de conocimiento común, resultado y validado por el intercambio.

En las nuevas dinámicas sociales que apuntan a un cambio en los valores de producción y consumo de la mano de contextos y escalas locales pero, al mismo tiempo, globalmente competitivos, se presentan dos actores sociales especialmente necesitados del apoyo de los diseñadores. Por un lado están las comunidades que se aglomeran espontáneamente con el fin de generar soluciones altamente contextualizadas y a medida de sus recursos humanos y territoriales, llamadas *comunidades creativas* (quienes son al mismo tiempo productores y consumidores de sus creaciones), y que dan lugar a *emprendimientos sociales difusos* de carácter asociativo no formal, y por otra parte se encuentran los actores institucional de carácter público, privado o mixto que buscan dar soporte a este tipo iniciativas de alto potencial innovador y sustentable. (Manzini, 2007).

El Diseño puede prestar su apoyo en los procesos de aprendizaje social que involucran a estos actores a través de estas acciones:

- ~ Participar, como parte de la red, junto con otros actores involucrados en la generación de soluciones eficientes y accesibles para sus productores/consumidores.
- ~ Hacer acompañamiento para promover y mejorar los procesos de co-diseño y fortalecer las interacciones necesarias para generar soluciones basadas en la asociatividad.
- ~ Estructurar y desarrollar plataformas de apoyo³ que creen las mejores condiciones para estimular, desarrollar y replicar comunidades creativas y emprendimientos sociales difusos.

³ Manzini

En resumen, si se habla de Diseño para la Innovación Social, se cuenta con un campo de investigación que persigue articular enfoques epistemológicos que provienen de las ciencias sociales y humanas, a enfoques propios del Diseño, en busca de enriquecer la aplicabilidad a distintos casos particulares y de contribuir a la construcción de procesos trans-disciplinarios de apoyo a comunidades y grupos de interés.

De acuerdo con lo expresado anteriormente, se formulan las siguientes preguntas:

¿Cómo enfrentar problemas complejos que requieren ser resueltos de manera interdisciplinaria y cuál es el papel del Diseño en el proceso?

¿Cómo hacer partícipes, y de qué manera, diversos actores en un proceso proyectual de co-creación?

¿Cómo apoyar el aprendizaje social relacionado y liderar procesos desde el diseño?

¿Cuál es la función de los diseñadores como habilitadores de procesos de innovación y aprendizaje social?