

Edgardo Dallachiesa | edallachiesa@hotmail.com
Facultad de Artes. Universidad Nacional de La Plata. Argentina

Recibido: 11/4/2020

Aceptado: 21/7/2020

RESUMEN

Las redes sociales, instaladas en la comunidad a través de un sinfín de alternativas que producen verdades y falsedades, se constituyen inevitablemente en un nuevo orden comunicacional y, a la vez, en un desafío para el diseño en su acepción más generalizada. Aceptamos el reto o nos consolidamos como una profesión convertida en oficio. El interrogante está planteado, pero existen opciones; los colectivos profesionales no solamente deben ser constituidos por diseñadores.

PALABRAS CLAVE

Innovación; sistemas colaborativos; sistemas distribuidos; diseño difuso

ABSTRACT

Social networks, installed in the community through an endless number of alternatives that produce truths and falsehoods, inevitably become a new communal-national order and a challenge at the same time for design in its most general acceptance. We accept the challenge or we consolidate ourselves as a profession turned into a trade. The question is raised, but there are options; professional groups should not only be made up of designers.

KEYWORDS

Innovation; collaborative systems; distributed systems; fuzzy design

Nuevas relaciones Innovación social y tecnología

New Relationships Social Innovation and Technology

OPI 02 NIÓN

Como en toda disyuntiva que debe resolverse desde el diseño, existen dos realidades en conflicto: por un lado, mantener las limitaciones que se tienen, adaptándolas en su forma; por otro lado, reconocer las limitaciones para lograr cambios que permitan transformar esas limitaciones en oportunidades y lograr una reforma de fondo.

La actual pandemia presenta un nuevo problema que incita a hacer realidad algo nuevo. Innovar es la palabra que sintetiza el momento de adquirir formas sin precedentes, que se sientan con mayor fuerza y que se reconviertan en coyunturas mucho más apropiadas al contexto actual.

La naturaleza del problema, desvirtuada por las famosas *fake news* y la difusión generalizada de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), cuasi único medio para concebir la comunicación, hace su aporte a las organizaciones de la sociedad civil. En este sentido, desde el diseño debemos comenzar a pensar en lo que se denomina *servicios colaborativos*, propuestas que surgen de la recombinación de activos ya existentes y que persiguen el objetivo de alcanzar una meta reconocida como lo es la comunicación eficiente y eficaz, pero de una manera nueva.

Esto es lo que se llama *innovación social*, ideas que crean nuevas relaciones o formas de colaboración. Ahora bien, para lograr el cambio es necesario comprender que existen los *sistemas distribuidos*, que son aquellos que contemplan las infraestructuras de redes de intercambio. Me refiero a la innovación tecnológica.

Hoy es imposible dejar de pensar en el tejido social sin un sistema distribuido como lo es la tecnología. En cierta forma, se promueve la resiliencia en las comunidades; la innovación social en la educación pública, tomada como ejemplo paradigmático de lo que sucede en nuestros días, es un caso muy elocuente de ello.

El concepto de resiliencia, ha entrado a formar parte del vocabulario de un mayor número de personas y sería prudente acelerar su incorporación a las agendas de quienes toman decisiones políticas, pero también a los objetivos y las acciones prácticas de la comunidad del diseño (Manzini, 2015, p. 33).

Pero aquí nos encontramos con el desafío de superar una necesidad real: instaurar un cambio de naturaleza cultural. En ese sentido, en el proceso que se lleva a cabo, reaparece el valor y el poder de la colaboración. Ya no existe *el diseñador*, se renuncia a la individualidad y se comienza a pensar en compartir proyectos.

Se establece un cambio cultural. Un cambio que cada vez es más imperioso en la profesión del diseñador, un cambio que precede a los estamentos ortodoxos de las disciplinas proyectuales encargadas de la comunicación, en todas sus variantes. Como decía la escritora india Arundhati Roy (en AA. VV., 2009) en el Foro Social que tuvo lugar en Porto Alegre, Brasil en el año 2001: «Otro mundo no es solamente posible, sino que está en camino, si prestamos atención, podemos oír cómo respira» (p. 264).

Entonces, asumir el papel de diseñador reflexivo no es ahondar en el análisis de los problemas comunicacionales que se mantienen, sino que se trata de tener una visión general del estado de las cosas que suceden a diario y adoptar una posición y un pensamiento que, con vistas a un futuro, contribuya a posibles acciones de un diseño colaborativo que tenga como finalidad recuperar un mundo sostenible.

Al instalarse el término diseño en el mundo actual como una forma de pensar y hasta de comportarse, su significado no es tan claro (inclusive para quienes pertenecemos a ese ámbito), como lo era en el pasado. En consecuencia, es útil pensar en cómo la innovación tecnológica incide en la innovación social y ambas han sido factores de transformación de las prácticas que sustentan a nuestra disciplina.

EL MODO CONVENCIONAL

Una característica en el diseño ha sido que en la producción final exista el resultado de tres capacidades que tenemos en nuestra génesis y aprendemos —y aprehendemos— a desarrollarlas en nuestro paso por los niveles educativos.

En primer lugar, un sentido crítico, la capacidad de ver y no mirar las cosas, comprender su estado y reconocer que hay elementos que inciden para que no sea aceptable si no manifiesta un cambio que lo haga más empático con la realidad. En segundo lugar, creatividad, la capacidad de imaginar una alternativa que no existe y poder desarrollarla. Por último, un sentido práctico, la capacidad de elaborar procesos que sean viables para llegar a resultados que muestren un cambio posible, eficiente y fuerte.

Dice Herbert Simon (1969) que «el diseño se ocupa de cómo deberían ser las cosas, de cómo deberían ser para funcionar y alcanzar sus objetivos» (p. 135). En este sentido, el diseñador debería ser un solucionador de problemas y, por ende, solucionar problemas y proporcionar significado no son aspectos muy diferentes, su coexistencia nos remite a que los cambios que se producen afectan a los estamentos físicos, biológicos y sociales de una comunidad. Desde esta mirada, podemos responder la pregunta ¿qué hace el diseño?, pero la respuesta a ¿qué esperamos que haga el diseño?, sigue sin argumentación. Por supuesto que existen expectativas distintas sobre el segundo interrogante.

Si nos referimos a solucionar problemas, nos podemos encontrar a alguien que profundiza en la resolución del mejoramiento de la calidad de vida. Por otro lado, cuando hablamos de proporcionar sentido, nos topamos con quienes están interesados en hacer las cosas más agradables, atractivas o interesantes, como diseñar para las comunidades masivas de los países emergentes. Para ambos casos las preguntas obligadas son ¿funcionará?, ¿le gustará al posible usuario?

Cualquier talento humano puede convertirse en una habilidad y en una disciplina, pero no todos los que participan de los avances tecnológicos son comunicadores. En la actualidad, es muy *fácil* recurrir a las redes para establecer un momento interactivo con el otro, pero no por eso se constituyen las personas que las utilizan en profesionales de los nuevos medios de comunicación.

En esto radica la definición de un abanico de alternativas para aquellos que diseñan, entre los dos polos del diseño difuso y del diseño experto, en

el que el diseño difuso es puesto en marcha por «Inexpertos», que hacen uso de su capacidad natural para el diseño, mientras que los expertos en diseño son personas formadas para actuar como tales de manera competente y se proponen a sí mismos como profesionales de esta disciplina (Manzini, 2015, p. 47).

EL NUEVO CONOCIMIENTO DEL DISEÑO

Cuando establecemos un concepto como el de diseñador experto o experto en diseño, nos referimos a quienes tienen saberes específicos que les permiten actuar profesionalmente.

Estos conocimientos pueden contemplar diversos puntos de vista: contenido, en el cual se incluyen un conjunto de herramientas y una cultura específica, en donde las primeras sustentan el proceso de codiseño¹ y la segunda alimenta un sentido crítico y una actitud constructiva, por lo tanto, es imperativo pensar en las nociones de diseño como investigación y de investigación en diseño. Forma, remitiendo a los cambios en los procesos de diseño, donde, en la actual comunicación interactiva, la distribución se hace mayor entre sujetos que difieren en cultura y en motivación. Y modalidad, en la cual se debe mantener una producción clara, de fácil debate y de fácil aplicación por los propios diseñadores y por los demás.

1. Es una manera de entender el diseño que defiende que este no debería situarse únicamente en el dominio de los expertos, sino que debería existir una mayor implicación de los usuarios.

Al hablar de innovación social, muchas personas colaboran en la creación de nuevos tipos de organización en las redes sociales emergentes. Desde el diseño difuso se comienzan a desarrollar nuevas habilidades que construyen interesantes dinámicas que, en una sociedad en red, tienen un correlato con el denominado codiseño. Este concepto genera un debate social en el que cada actor interactúa, sea colaborando o, también hay que decirlo, fundando un conflicto.

No hay duda de que son procesos dinámicos y métodos para el surgimiento de consensos, actividades proactivas en donde el experto en diseño propone escenarios a futuro.

Entonces, si el diseño es una práctica que se ocupa de cómo deberían ser las cosas para lograr los alcances deseados, hay que reformular la participación de aquellos involucrados en calidad de actores relacionales y el papel de los expertos será el de propiciar y sustentar la apertura y el cooperativismo, para concebir iniciativas bien enfocadas y definidas.

Se está produciendo una transición en el aspecto social desde la innovación tecnológica, cada vez más acelerada, que activa, desde la investigación, experimentos sociotécnicos en donde la forma de pensar dominante tiene que ser objeto de estudio y también objeto de una reconsideración de la vida cotidiana y de bienestar.

A partir de la situación emergente en el mundo y en particular en nuestras comunidades, la sociedad en su conjunto es un gran laboratorio.

DISEÑO PARA LA INNOVACIÓN SOCIAL

«El interés por el pensamiento de diseño (design thinking), se centra en, principalmente, la capacidad del diseñador para generar soluciones y no en la capacidad fundamental de los diseñadores expertos para crear nuevos planteamientos ante situaciones problemáticas.»

Kees Dorst (2017)

Ante esta aseveración es que se generan nuevos marcos de referencia para ampliar los métodos de resolución de los problemas que se nos presentan en el actual mundo interconectado que estamos creando. Pensar en marcos de referencia consiste en un cambio de percepción de los problemas y supone ver la situación de forma diferente.

Cuando se afronta una situación compleja para dilucidar desde el diseño, hay diversos puntos de vista según de dónde provenimos. Al crear un marco de referencia, se está considerando la diferencia que existe entre la teoría convencional de la acción racional de solución de problemas y no se recapacita en que se pueden plantear enfoques más claros sobre la racionalidad.

Esto no quiere desconocer que existen espacios oscuros y caos más allá de la superioridad racional, pero pueden establecerse métodos reflexivos y lógicos también, desde la intencionalidad del diseño difuso que promueve el acercamiento al diseño experto.

Debemos entender que a partir de la creación de los marcos de referencia (que son también objeto de estudio del diseño), no se tiene que confundir diseño para la innovación social con diseño social, aun cuando podría serlo.

En la acepción que estamos señalando, nos referimos a las formas sociales como tales, a las formas como se construye una sociedad y en el segundo sentido, se indica la existencia de situaciones particulares (seguridad, salud, pobreza, etcétera).

No obstante, es necesario aclarar que el diseño social se orienta cada vez más a la innovación social y, viceversa, el diseño para la innovación social se involucra más —o con mayor frecuencia— en acontecimientos socialmente sensibles.

LA PARTICIPACIÓN ACTIVA

Está claro que en lugar de considerar a las personas como referentes de necesidades que deben ser satisfechas por una solución tradicional, cuando pensamos en diseño, conviene verlas como sujetos activos que son capaces de actuar en pos de su propio bienestar.

Dice Richard Sennett (2012) que el apoyo mutuo forma parte de los genes de todos los animales sociales. Si esto es verdad la colaboración es parte de nuestro ser. Para colaborar es necesario llegar a un acuerdo con otras personas y aquí se encuentra el desafío al cual estamos expuestos.

Los diseñadores no debemos limitarnos a desarrollar productos y servicios terminados, debemos diseñar con el objetivo de ampliar las capacidades de las personas para que puedan llevar el tipo de vida que más valoren.

En diseño hay que crear plataformas de acción, sistemas de sentido que devengan de los comportamientos recomendables culturalmente, que proporcionen a la gente, a los grupos sociales, la posibilidad de definir sus propios proyectos de vida.

La contribución que el diseño puede hacer a la actual situación es una cultura que entienda los encuentros colaborativos que hay en marcha, para ayudar a los actores involucrados a imaginar otros encuentros.

Todo encuentro colaborativo es una interacción entre personas que exige un compromiso de empatía y se distinguen por el grado de intensidad relacional que presentan.

CONSEGUIR QUE LAS COSAS SEAN VISIBLES

Necesitamos una sociedad menos jerárquica y más fluida, en donde los acontecimientos se conformen en torno a una idea que genera sensación de comunidad al estar instalados en forma generalizada.

Esto obliga a nuestra profesión a proyectar pensando en estrategias, en donde el diseño se convertirá en un *código* liberado para que pueda ser tratado en variaciones múltiples y la forma final se encuentre en manos del usuario, pero el fondo, en definitiva, será tema del profesional en diseño.

El pensamiento objetivo del diseñador ya no es absoluto e independiente, es proclive a la sensación instalada en el contexto en el que se origina. Esta es una acción reflexiva que induce a protagonizar un papel decisivo para que los actores relacionales puedan configurar su acción.

Para ver algo es necesario que tenga forma, pero para entenderlo debe tener significado y este siempre necesita una relación con el proceso cognitivo del otro. En consecuencia, nos tenemos que desprender de la subjetividad para ampliar nuestro espectro de saberes y poder aplicarlos con mayor actitud.

Aquí, la creación de los marcos de referencia podría emerger como una alternativa para que distintos actores de distintos sectores descubrieran que se plantean los mismos temas a resolver y se están creando, asimismo, tejidos sociales que construyen en una dirección parecida.

La cultura del diseñador se sustituye por la cultura de la experiencia, en donde el profesional desempeña un papel más importante (aunque esto suene sarcástico después de lo dicho). Se antepone a la idea del individualismo creativo el deseo del usuario, que necesita revigorizarse y pasar a constituirse en un *par*, aportando su práctica.

Hoy estamos aprendiendo de forma activa y de esta manera mejoramos la capacidad de búsqueda y reflexión. Como corolario, debemos comprender que cada vez más nos enfrentamos a situaciones abiertas, complejas, dinámicas e interconectadas a las que nos tenemos que adaptar.

Lo que viene está por suceder y la innovación hay que pensarla desde el lugar de hacer lo correcto en el momento oportuno.

REFERENCIAS

AA. VV. (2009). *1325 mujeres tejiendo la paz*. Barcelona, España: Icaria.

Dorst, K. (2017). *Innovación y metodología. Nuevas formas de pensar y diseñar*. Madrid, España: Experimenta.

Manzini, E. (2015). *Cuando todos diseñan. Una introducción al diseño para la innovación social*. Madrid, España: Experimenta.

Sennett, R. (2012). *Juntos. Rituales, placeres y política de cooperación*. Barcelona, España: Anagrama.

Simon, H. (1969). *The Sciences of the Artificial* [Las ciencias de lo artificial]. Cambridge, Inglaterra: MIT Press.