

# Enfoque temático para la educación del diseño: Diseño y Responsabilidad Social

## Ovidio Morales

Decano, Facultad de Arquitectura y Diseño,  
Universidad Rafael Landívar, Guatemala  
hmoales@url.edu.gt

## Resumen

Los profesionales del diseño deben de ser potenciales agentes de transformación de la sociedad, para hacerla más humana, más justa y más democrática. Dentro de estas exigencias, pareciera muy apropiado el transformar el paradigma del profesional dentro y fuera de la academia: llevarlo del papel de profesional / emprendedor. Diseño Industrial en la Universidad Rafael Landívar, enfoca la educación del diseño por medio de temáticas, mismas que responden, primero a la síntesis del diseño (poner en práctica los conocimientos de cursos del mismo ciclo, en la asignatura de proyecto) y segundo, a la visión de poder formar futuros profesionales en diversas ramas de desempeño laboral.

## Palabras clave

Educación, Diseño, Responsabilidad, Social, Temática

## Introducción

Víctor Papanek planteó que los diseñadores y los profesionales creativos tienen su parte de responsabilidad social pues su actividad puede implicar cambios en el mundo real, según hagan buen o mal diseño. Papanek escribe sobre diseño responsable; por ejemplo, los diseñadores pueden contribuir a diseñar productos más ecológicos, seleccionando cuidadosamente los materiales que utilizan o puede diseñarse para satisfacer las necesidades antes que para satisfacer deseos; además, un diseño responsable debe ocuparse de proyectar para el Tercer mundo. Los diseñadores tienen responsabilidad sobre las opciones que hacen en los procesos del diseño.<sup>37</sup>

Víctor Margolin contribuye al desarrollo de la definición del diseño social / Diseño para el Desarrollo, como aquella actividad productiva que intenta desarrollar el capital humano y social al mismo tiempo que productos y procesos provechosos; así el diseñador debe prever y dar forma a productos materiales e inmateriales que pueden resolver problemas humanos en amplia escala y contribuir al bienestar social. Esta forma de pensar está siendo construida por las corrientes que ponen el énfasis en el diseño social. En esta visión el diseño social / Diseño para el Desarrollo es una actividad profesional y económica, por eso no se debe enmarcar en el mundo de la caridad ni del trabajo voluntario, sino que debe ser vista como una contribución profesional que ha de tenerse en cuenta en el desarrollo económico local<sup>38</sup>.

Los profesionales del diseño deben de ser potenciales agentes de transformación de la sociedad, para hacerla más humana, más justa y más democrática. Esa capacidad de transformación de la sociedad, obliga a que se enfatique la formación de valores éticos y morales, con una actitud orientada al juicio crítico y a una conciencia humana y social para la toma de decisiones a cualquier nivel. Dentro de estas exigencias, pareciera muy apropiado el transformar el paradigma del profesional dentro y fuera de la academia: llevarlo del papel de profesional / emprendedor - un diseñador que sea capaz de generar empresas, microempresas y proyectos con una base tecnológica que propicie la innovación. Es en este sentido que la idea de la investigación como una de las bases de este nuevo modelo del diseño comienza a tener sentido. En función de lo anterior y de forma particular, en cuanto al diseño, se imponen algunas otras consideraciones. Literalmente, la Misión de la Universidad Rafael Landívar proclama el deber de "responder a las demandas de Guatemala como país multiétnico,... del desarrollo económico y social sostenible... y de apertura crítica a las corrientes contemporáneas de la globalización...". Se puede destacar algunos puntos para ejemplificar la medida en que el perfil del diseñador puede ajustarse a la Misión Landivariana.

El programa de Diseño Industrial de la Universidad Rafael Landívar, enfoca la educación del diseño por medio de temáticas. Dichas temáticas, responden primero a la síntesis del diseño (poner en práctica los conocimientos de cursos del mismo ciclo, en la asignatura de proyecto) y segundo, a la visión de poder formar futuros profesionales en diversas ramas de desempeño laboral.

Es así como, para la enseñanza del diseño, en la URL, los cursos de proyecto tienen las siguientes temáticas:

<sup>1</sup> Papanek, Víctor (1984): Design for the Real World. Academy Chicago Publishers. Completely Revised Second Edition.

<sup>2</sup> Margolin, Víctor (2002): The Politics of the Artificial. Essays on Design and Design Studies. The University of Chicago Press. Chicago and London.

<i>Proyecto 1</i>	Producto como Forma
<i>Proyecto 2</i>	Producto como función
<i>Proyecto 3</i>	Construcción / Despiece
<i>Proyecto 4</i>	Diseño y Desarrollo
<i>Proyecto de Pre Grado</i>	Producción
<i>Proyecto 6</i>	Diseño Sustentable
<i>Practica Profesional y/o Proyecto Social</i>	Diseño Estratégico
<i>Proyecto de Grado / Tesis de Grado</i>	Proyecto de Graduación

Se presentará el énfasis del Diseño y Responsabilidad Social en el trabajo realizado en las asignaturas de Proyecto 4 y Práctica Profesional.

### **Responsabilidad Social: Proyecto 4 / Diseño y Desarrollo**

Antecedentes y Estado actual de la Artesanía en Guatemala

Durante los últimos años, el sector artesanal guatemalteco ha presentado problemas debido a que en la mayoría de casos, los grupos pertenecientes a esta labor, no se encuentran bien organizados como empresa. La pobreza existente, el alto grado de analfabetismo, la historia e idiosincrasia de nuestro país, paralelamente a un mercado mundial complejo, en el cual se manejan factores de carácter industrial, han generado un fenómeno socio – económico en naciones como Guatemala, dando como resultado un estancamiento productivo en la rama artesanal, poniendo en peligro un valor cultural.

Actualmente alrededor del mundo la artesanía está teniendo un enfoque más comercial que cultural. Como una forma de rescate de ésta, se ha creado un nuevo concepto llamado Neo – Artesanía o Artesanía Contemporánea, la cual se basa en la realización de productos de consumo con un carácter decorativo, utilitario y vernáculo con un sentido social. Para que este concepto sea aplicado en un taller artesanal son necesarias algunas condiciones de trabajo, especialmente en cuanto a todo lo referente a factores de calidad, producción e innovación en los diferentes rubros existentes. Son estas mismas condiciones las que también han generado la aplicación (de una manera paralela) del Diseño Industrial como una herramienta para el desarrollo comunitario y rural.

Aunque existen en la actualidad instituciones y organizaciones que ayudan a este sector dando asesorías a talleres artesanales que abarcan organización interna, diseño, gestión empresarial, mejoramiento de procesos productivos y comercialización de productos, una gran mayoría de estas empresas no recibe esta clase de beneficio. Aún así, la

artesanía guatemalteca es apreciada en todo el mundo, ya que existen diferentes mercados que demandan esta clase de producto, no solo por su belleza, sino también por el contexto e historia que lo rodea. Es necesario recordar que una gran parte de artesanos trabajan en muy malas condiciones, por lo que el diseño puede ser una alternativa para el mejoramiento de sus productos, procesos de trabajo y mejoramiento de la calidad de vida.

Proyecto 4: Diseño para el Desarrollo

Como un programa académico de la Universidad Rafael Landívar en la Ciudad de Guatemala, Diseño Industrial abre sus puertas en el año 1986, gracias al interés de la Facultad de Arquitectura y Diseño de satisfacer las necesidades de diversificación de los programas académicos ofrecidos en el campo del diseño en el país. El programa en ese entonces se enfocó en dos situaciones básicas: el escaso e inadecuado desarrollo artesanal y la falta de incentivos en el área de diseño para el desarrollo industrial y agro industrial en Guatemala.

Proyecto 4 es un curso dentro de la licenciatura de diseño industrial que propone la interacción entre alumno, catedrático y taller artesanal, como una forma de introducción para ser consultor profesional en diseño artesanal. El curso sigue los lineamientos de las temáticas que rigen a la carrera de diseño industrial y pretende a través del diseño proteger un valor cultural del país.

Gracias a alianzas estratégicas, los estudiantes trabajan en talleres de artesanos. El objetivo principal es poder diseñar de acuerdo a un diagnóstico, productos nuevos e innovadores.

Los materiales que trabajan los artesanos son madera, plata, jade, cerámica y algunos metales como bronce. Ellos ofrecen sus talleres y conocimiento para fabricar el producto final. Los estudiantes, con la ayuda de sus profesores, trabajan hasta alcanzar la solución. En contraparte, el departamento de Diseño Industrial ofrece capacitación a los artesanos en áreas del diseño, tales como diseño bi dimensional y metodología del diseño.

El método de investigación en diseño industrial involucra “la contextualización”, que es entendida como el conocer que y donde se va a desarrollado el campo o área de trabajo. Al principio del curso, los estudiantes son parte de un trabajo de campo denominado “Gira Artesanal”.

En la Gira Artesanal, los estudiantes visitan diferentes talleres artesanales en el país, donde tienen oportunidad de recibir información sobre los materiales y herramientas, tomar fotos y conversar con el artesano. Durante el diálogo se aclaran dudas sobre los procesos de manufactura.

Posteriormente, guiados por el artesano, pueden experimentar y trabajar con sus propias manos las diferentes técnicas y materiales junto con los artesanos.

El objetivo no es solamente conocer los procesos de producción, sino entender que las técnicas y productos artesanales son heredados de generación en generación y que son parte de la cultura Guatemalteca.

La Gira Artesanal tiene una duración de 5 días, los lugares visitados son las regiones de Cobán, Petén e Izabal. Los talleres artesanales son contactados con anticipación para tener todo organizado en tiempo.

Ahora que los estudiantes tienen una noción acerca de artesanía, son distribuidos en los diferentes talleres artesanales, para iniciar la etapa de elaboración de su proyecto individual. Luego de varias visitas y trabajando en su taller asignado, realizan un diagnóstico del problema y proponen soluciones factibles. Llevan su propio proceso junto con la asesoría del catedrático, trabajando en el tiempo de clase en la universidad. El resultado final es un prototipo totalmente terminado. Un producto que responde a la necesidad del artesano y con los materiales disponibles en sus talleres.

Al final del curso, cada estudiante entrega de un documento o una memoria que detalla la investigación, alternativas de diseño, modelo de solución, planos constructivos y bibliografía. Todo lo anterior es realizado con la supervisión del profesor, quién es el que guía al estudiante a tomar decisiones en el proyecto.

PROYECTO 4 ha ganado cierto grado de prestigio en la comunidad de artesanos en Guatemala. Cada año más talleres artesanales participan en el proyecto. En el 2009, han participado un total de 15 talleres.

Los estudiantes interactúan con el artesano a un nivel profesional como consultor. Aunque el proyecto termine al final del semestre, algunos estudiantes visitan regularmente a sus artesanos, ahora en una situación más relajada y una buena amistad empieza a crecer entre ambos.

Hablando en términos académicos, se han obtenido los siguientes resultados.

“DESARROLLO”. Gracias al diseño para el desarrollo, involucrando estudiantes asesorados por sus profesores, los artesanos pueden mejorar su calidad de vida por medio de un mayor ingreso económico. Ese ingreso gracias a poder vender mejores productos a sus clientes, productos diseñados que responden a las tendencias del mercado.

Presencia del Diseño Industrial y del trabajo de los estudiantes en proyectos reales. Dirigido directamente a ayudar a otros que lo necesitan, proyección social desde la academia.

Trabajar en situaciones reales en un ejercicio académico, genera en los estudiantes los criterios necesarios para fomentar la capacidad de “toma de decisiones” en futuros proyectos como profesionales del diseño

Estudiantes que conocen más sobre su herencia cultural y que el trabajo de los artesanos es parte de la misma. Concientes que también es responsabilidad del diseñador, mantener las tradiciones.

### **Responsabilidad Social: Práctica Profesional / Diseño Estratégico**

Práctica Profesional: Una visión estratégica

Después de la Revolución Industrial, la actividad del diseñador de generar objetos para facilitar la vida del ser humano se vio necesitada de un nuevo e importante componente, el de comercialización. El cliente ya no compra las cosas porque sí, sino que define su compra por factores como comparación con otros similares (competencia), precio, materiales, etc.

En las escuelas de diseño, ahora se entiende que la forma de los objetos, ya no depende solamente de la función, de lo que comunica o expresa o de los materiales y procesos – como lo expresa Vitrubio, sobre los principios fundamentales en el proceso de dar forma a un objeto en el siglo I –, sino también de esa competencia de mercado. Una competencia de mercado vigente en la actual economía. Una nueva economía. Desde hace más de doscientos años y hasta hace relativamente muy poco tiempo, se consideraba que la mano de obra y el capital, eran los únicos factores ligados directamente al crecimiento económico. El conocimiento, la educación y el capital intelectual eran considerados factores externos, de relativa incidencia en la economía.

Este concepto ha cambiado de forma drástica en estos últimos tiempos y actualmente el crecimiento económico y la productividad de los países desarrollados se basan cada vez más en el conocimiento y la información. En la era industrial, el bienestar se creó cuando se sustituyó la mano de obra por maquinaria. Esta Nueva Economía basada en el conocimiento (“the knowledge-based economy”) se define como aquella “en la que la generación y explotación del conocimiento juegan un papel predominante en la creación de bienestar”.

El diseño se concibió hasta la segunda mitad del siglo XX como una disciplina encargada de concebir y definir la forma de los objetos, automóviles o elementos de la vida cotidiana. Sin embargo desde finales del siglo pasado la visión estratégica y de sistemas ha venido a redefinir las tareas a las que deben responder los diseñadores, en éste caso, diseñadores industriales. No se trata ya, solamente, de generar formas para productos sino de concebir sistemas a partir de los cuales se puedan elaborar multiplicidad de productos y de establecer estrategias de diseño que respondan a los múltiples potenciales que ofrece el mercado global y definan un espacio dentro de los cuales se puedan colocar diversidad de productos. El diseñador pasa, por tanto, de ser un conceptuador de formas a ser un creador de estrategias y debe definir en que procesos de una cadena de valor puede insertarse para generar un mayor valor agregado a los productos de dicha cadena<sup>39</sup>.

Se debe cambiar la concepción del trabajo del diseñador dentro de una empresa o como consultor, no debe ser un "bombero de servicio" al cual se llama en situación de emergencia. Frecuentemente se recurre al diseño cuando se enfrentan dificultades de venta y cuando en general es demasiado tardía una intervención para revertir el proceso de declive. Mientras se considere al diseño un item gratuito que cae del cielo, y no como un item de inversiones, el diseño no aparecerá en las planillas de contabilidad. Más caro que el diseño, es la falta de diseño<sup>40</sup>. Lo que sugiere tener lista una estrategia planificada, que pondera al diseñador como una pieza vital de la empresa.

El diseño es un proceso creativo estructurado. Se asocia inmediatamente con la apariencia de los objetos, pero la aplicación del diseño es mucho más profunda. Se puede diseñar para mejorar las funciones y el atractivo de los productos, para facilitar su producción y garantizar su sostenibilidad. Se puede diseñar para mejorar la ejecución o la calidad de los procesos empresariales. El diseño en los servicios afecta a la forma en la que los usuarios experimentarán la prestación de este servicio, como por ejemplo en un restaurante, en un hotel o en una entidad bancaria. Algunos tipos de diseño, como el diseño gráfico, forman parte de la gestión de la marca y de la estrategia de comunicación de un producto, de un servicio o de una empresa. Existe una gran relación entre el diseño y la investigación y desarrollo. Ambas son actividades creativas para conseguir innovaciones y ventajas competitivas.

El diseñador para lograr plantear estrategias y definir una cadena de valor debe conocer la secuencia de las acciones (cuándo hacer qué), el contenido de las acciones (qué hacer) y los procedimientos específicos (cómo hacerlo). En cierto sentido se puede afirmar que los métodos de diseño

buscaban la solución "ideal" a un cierto problema. El conocimiento del método proyectual, de qué es lo que hay que hacer para hacer o conocer las cosas, es un valor liberatorio: es un "haz de ti" tú mismo. No es una receta de cocina, como lo explica Bruno Munari<sup>41</sup>, consiste simplemente en una serie de operaciones necesarias, dispuestas en un orden lógico dictado por la experiencia. Su finalidad es la de conseguir un máximo resultado con el mínimo esfuerzo. El reto no se limita a la necesidad de generar un "buen diseño", sino un diseño competitivo, que permita impulsar el desarrollo empresarial e institucional<sup>42</sup>. Es así como "... el diseño industrial puede eventualmente asumir un papel activo en una economía que se dispone a despegar."<sup>43</sup>

La innovación se ha convertido en la principal arma estratégica no solo del diseño, sino de cualquier organización para ser competitiva. Entonces, ¿cómo pueden las empresas innovar? "Innovar significa introducir modificaciones en la manera de hacer las cosas, para mejorar el resultado final. "Así, una innovación puede ser desde una acción sobre el precio de un artículo para conquistar un mercado, hasta la mejora de un producto antiguo o el descubrimiento de un nuevo uso para un producto ya existente". "Innovación Tecnológica" es la incorporación de nuevas tecnologías a la actividad de una empresa dando como resultado cambios en los productos o en los procesos de fabricación. Pero existen otros campos de la "innovación empresarial" como pueden ser la organización interna, la capacidad estratégica empresarial, el diseño y la calidad, modos de comercialización, etc., que no deberían ser despreciados a la hora de analizar la capacidad innovadora de una empresa, ya que pueden ser igual o más significativos que la innovación tecnológica en determinados sectores empresariales.

Esa innovación se puede aplicar definiendo una cadena de valor. La cadena de valor categoriza las actividades que producen valor añadido en una organización. Se dividen en dos tipos de actividades: las actividades primarias que conforman la creación física del producto, las actividades relacionadas con su venta y la asistencia post-venta. Estas actividades son apoyadas por las también denominadas actividades secundarias, o de soporte a la creación del producto<sup>44</sup>. Pero no se trata solamente de plantear una cadena de valor, sino el verdadero aporte de innovación es cuando se entra al detalle. Una "cadena de valor segmentada" determinará los niveles, las fases y etapas de cada nivel, los involucrados y por último las oportunidades de diseño.

3 Félix Guattari en su ensayo "Las Tres Ecologías" Editorial Pre-Textos, Valencia, España 2000.

4 Bonsiepe, Gui. Las siete columnas del diseño. Oficina nacional de Diseño Industrial, Instituto Superior de Diseño Industrial. Habana, Cuba, 1993

5 Munari, Bruno. Cómo nacen los objetos, Apuntes para una metodología proyectual, Gustavo Gili, 1995.

6 Rodríguez Morales, Luis. Diseño, estrategia y táctica. Siglo XXI de España Editores, S.A. Madrid, España, 2006

7 Maldonado, Tomás. El diseño industrial reconsiderado. Ediciones Gustavo Gili, S.A. de C.V. México, 1993

8 Porter, Michael, Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. New York, NY The Free Press, 1985

El objetivo es entonces la búsqueda de un diseño integral, la búsqueda de una imagen, desde el producto, hasta el modelo de servicio en su promoción y venta, pasando por todos los aspectos de gestión, para llegar a esas oportunidades de diseño.

Estos conceptos se operativizan en la clase de Práctica Profesional mediante un proceso de “aprendizaje significativo”. Esto no es ni más ni menos que la aplicación durante el proceso de desarrollo formativo del estudiante del “Paradigma Pedagógico Ignaciano”. Podría argumentarse que el curso de Práctica Profesional es un contexto ideal para ello: a través de experiencias prácticas y concretas el estudiante de diseño de cuarto año comienza su proceso de “observación” que culmina en una “contextualización de la realidad”. Los problemas de diseño que allí identifica lo llevan de una forma natural a un proceso de “experimentación y reflexión”.

Esto en el diseñador sucede en lo que en la metodología proyectual se enmarca como la etapa de “análisis”: un ordenamiento jerárquico de los diversos factores de la problemática de diseño – incluyendo a los actores, su contexto socio-cultural y económico, etc. El curso de Práctica requiere que este proceso se lleve usualmente hasta las últimas consecuencias: a través de la propuesta que surge de la “síntesis” del diseño, el estudiante/diseñador puede “actuar” y “evaluar” el efecto que sus acciones tienen dentro de su problemática.

El primer ciclo se cierra allí, pero esto es solo el inicio de una creciente aproximación sensible del futuro profesional a la gestión del desarrollo en su país desde su praxis profesional. A partir de allí, de esa evaluación, el diseñador vuelve nuevamente a contextualizar la realidad y continuar con ese proceso de “aprendizaje sensible” que lo realiza como persona profesional y promueve el desarrollo en su sociedad

## Bibliografía

- Bonsiepe, Gui. Las siete columnas del diseño. Oficina nacional de Diseño Industrial, Instituto Superior de Diseño Industrial. Habana, Cuba, 1993
- Félix Guattari en su ensayo “Las Tres Ecologías” Editorial Pre-Textos, Valencia, España 2000.
- Maldonado, Tomás. El diseño industrial reconsiderado. Ediciones Gustavo Gili, S.A. de C.V. México, 1993
- Margolin, Victor (2002): The Politics of the Artificial. Essays on Design and Design Studies. The University of Chicago Press. Chicago and London.
- Munari, Bruno. Cómo nacen los objetos, Apuntes para una metodología proyectual, Gustavo Gili, 1995.
- Papanek, Victor (1984): Design for the Real World. Academy Chicago Publishers. Completely Revised Second Edition.

Porter, Michael, Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. New York, NY The Free Press, 1985

Rodríguez Morales, Luis. Diseño, estrategia y táctica. Siglo xxi de España Editores, S.A. Madrid, España, 2006