

Aproximación a los discursos en torno a la dimensión social del diseño

Actas de Diseño (2018, julio),
Vol. 25, pp. 191-197. ISSN 1850-2032.
Fecha de recepción: julio 2014
Fecha de aceptación: septiembre 2015
Versión final: agosto 2017

Edgar Saavedra Torres (*)

Resumen: Este documento muestra los avances en la propuesta de acercamiento a teorías y/o discusiones de diseñadores en su producción escrita (textos en o traducidos al español y portugués) difundidos en Latinoamérica, que aborden conceptualmente la dimensión social en el diseño; por tanto se centra en lo discursivo y no en las intervenciones o casos que se auto inscriban en la acción social del diseño. Lo anterior, con el fin de aportar elementos teórico-conceptuales, que contribuyan a ampliar el campo de investigación en el diseño y particularmente en lo social.

Palabras clave: Diseño social - Dimensión social - Discurso - Teoría - Diseñador.

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en p. 197]

Introducción

Con la revolución industrial se marca el inicio de un debate en la sociedad y la academia, acerca de la dimensión social del diseño. Por una parte la sociedad industrial, ve que en el sentido en que se relacionan la técnica y la civilización, la idea de progreso y racionalidad industrial se encuentra dicha dimensión. En contraposición a esta, se elevan las críticas y manifiestos de Jhon Ruskin y William Morris; en la Bauhaus con Meyer, se procuró incorporar a la racionalidad industrial un contenido social. Posteriormente con las propuestas ideológicas de Bonsiepe y Papanek, se alimentan las perspectivas de discusión que han y siguen influenciando el pensamiento de diseñadores. En la actualidad con Margolin, se insta a teorizar y proponer una agenda que aborde la dimensión social del diseño. Por tanto este proyecto pretende abordar teorías y/o discusiones de diseñadores en su producción escrita (textos en o traducidos al español y portugués) difundidos en América Latina que aborden conceptualmente la dimensión social en el diseño; por tanto se centra en lo discursivo y no las intervenciones o casos que se auto inscriban en la acción social del diseño. Lo anterior, con el fin de aportar elementos teóricos, conceptuales y procedimentales (metodológicos), que contribuyan a ampliar el campo de investigación en el diseño y particularmente en lo social.

Este documento vinculado al tema del Diseño Social en Latinoamérica, enmarcado en el proyecto de investigación "La dimensión social del diseño en latinoamerica 1959-1964 a 2014", se encuentra estructurado en cuatro apartados: Antecedentes, Problematicación, Objetivos e Hipótesis. El primero, da cuenta de la aproximación a la discusión de lo social en el diseño, iniciando por Europa, trasladándose posteriormente a Latinoamérica. La problematización da evidencia de lo que se ha reflexionado e investigado en torno al tema, así como de la oportunidad de abordaje. Por último se presenta los objetivos y una hipótesis preliminar, para con ella orientar tanto la investigación como el debate en la actualidad.

1. Antecedentes

1.1. Aproximación a la discusión de lo social en el diseño en Europa

Aproximarse a la discusión de lo social en diseño en Europa, es remontarse a Inglaterra y a la denominada "Revolución Industrial". El concepto de revolución industrial propuesto por Ashton (1996) en *La revolución industrial*, "implica un cambio repentino que no es, en realidad característico de los procesos económicos" (p. 9), "significó también una revolución de ideas" (p. 30), que derivaron en la maquinización y la producción en masa; "las nuevas máquinas permitieron a los fabricantes lanzar al mercado miles de artículos baratos en el mismo tiempo y al mismo costo que antes requerían para la producción de un solo objeto bien elaborado". (Pevsner, 2000, p. 20)

Gracias a la producción en masa y a la mecanización, cosas que antes eran disfrutadas por una selecta minoría [...] ahora eran accesibles para todos. El gusto de los británicos por los artículos exóticos como el té, el algodón y la porcelana, inspiró una revolución y hoy, prácticamente todo lo que ponéis en el carro de la compra desde revistas ilustradas hechas con arcilla china; el té y los paños de cocina, incluso el mismo carro metálico de la compra, todo está ahí gracias a que los Georgianos nos desearon la buena vida. Gracias a una mezcla única de riqueza mineral, ingeniosos industriales y apetitos insaciables, Inglaterra, había hecho el mundo material moderno. (BBC & Open University, 2003, 00:27:33-00:28:26)

Ashton agrega "si bien trajo un nuevo entendimiento y un mayor control de la naturaleza, también aportó una nueva actitud ante los problemas sociales" (p. 30), pero el mismo autor reconoce que "el mejoramiento social era materia de asociaciones voluntarias y no una ocupación del estado o de individuos" (p. 162), lo que ocasionó que gran parte de la población cayera en miseria y mendicidad, lo cual constituyó para la época una "afrenta la razón y sentido común de los primeros economistas" (p. 70). La crítica se enfocó entonces hacia las formas productivas y eco-

nómicas de la maquinización y la producción en masa, a lo cual Morris propuso una forma de construcción del mundo material en que ello debía ser “hecho por el pueblo y para el pueblo, como una dicha para quien lo crea y para quien lo aprovecha” porque “[...] no es posible disociar el arte de la moral, de la política y de la religión” (Citado por Pevsner, 2000, p. 22). Lo anterior analizado por Pevsner (2000) en *Pioneros del diseño moderno*, implica que “Abogar por el oficio manual únicamente, significa abogar por condiciones de primitivismo medieval” (p. 23) y ya que Morris “No estaba dispuesto a emplear en sus talleres ninguno de los procedimientos de producción postmedievales, la consecuencia fue el elevado costo de toda su producción” (p. 23), haciendo que los objetos producidos solo fueran asequibles para una minoría. Así el debate se centra en dos modelos el moderno y el medieval. Por una parte la sociedad industrial ve como dicha revolución es la realidad y la esperanza a futuro de desarrollo económico, sentándose la idea de “progreso” y con “las sucesivas etapas de la revolución industrial, se empezó a hablar de diseño industrial” (Joselevich, 2005, p. 17); en contraposición Jhon Ruskin y su discípulo William Morris ven que en dicho ideal, los artesanos y el común de la población está siendo desnaturalizada y marginada, por tanto elevan sus manifiestos y con su crítica inciden en la formación de movimientos, vanguardias artísticas y en el pensamiento en el ámbito del diseño; pero el que se posiciona finalmente es el Modernismo, replicándose como modelo en toda Europa en concordancia con Devalle (2009) en *La Travesía de la Forma: “Moder Style en Inglaterra, Jugendstil en Alemania, Sezession en Austria, Liberty en Italia, Art Nouveau en Francia y Bélgica”* (p. 77). Ahora de Inglaterra, se da paso al contexto donde todos los elementos del modernismo se integraron de manera importante, la República de Weimar (Alemania), lugar donde la discusión se enriquece a nivel político, social y económico y toma el foco de atención en Europa, que García (2009) vincula a lo social de la siguiente manera:

Dentro de las lógicas de desarrollo técnico, socio-cultural e ideológico que se daba en Weimar y por su ubicación en la región central de Alemania se facilitaron las condiciones para lo que se llamó la Asamblea Nacional de Alemania, que estableció la República de Alemania, conocida como la República de Weimar, y la redacción de la Constitución Democrática, que fue la primera en considerar el derecho a una vivienda digna en su artículo 155. La cual expresó “[...] proporcionar a todo alemán una morada sana y a todas las familias, especialmente a las numerosas de la prole, una morada y un patrimonio que responda a sus necesidades”. (p. 266)

También bajo los lineamientos de Muthesius, el proyecto de Nación fue orientado y estos permearon no solo el pensamiento de las comunidades, asociaciones y grupos de artesanos, sino también la academia. La llamada “Werkbund” emerge con la finalidad de:

Seleccionar los mejores representantes del arte, la industria, los oficios, y el comercio, de combinar todos los esfuerzos en pro de una calidad elevada en el tra-

bajo industrial y de formar un centro de unión para todos aquellos que puedan y quieran trabajar por una elevada calidad. (Pevsner, 2000, p. 35)

Es decir la apuesta moderna fue una realidad en Alemania. Ahora las discusiones sobre lo social se trasladan de la Werkbund a la Bauhaus, en concordancia con Maldonado (1993) en *Diseño Industrial Reconsiderado*, se incorporan dos elementos paradigmáticos en el campo del diseño: racionalidad industrial y el contenido social. Esto marca un precedente en el debate, al involucrar, diseño-academia con su contexto socio-económico y cultural, en particular, el periodo “1925-1930 en Dessau: el racionalismo” (Maldonado, 1993, p. 46) coincidente con la segunda fase de Alemania “1925-1930 [...] la prosperidad engañosa del plan Dawes, de los créditos internacionales y de la racionalización industrial” (Maldonado, 1993, p. 46); a estos hechos, Maldonado agrega y deja entrever que en la Bauhaus, las posturas de algunos académicos no eran de total subordinación a la realidad operante: “Cuando más tarde se intentó eternizar el orden vacilante y opresivo de la racionalización industrial, la Bauhaus, con Meyer, procuro dar a esta racionalización un contenido social” (Maldonado, 1993, p. 47) o desde la perspectiva de Schlemmer (1973) en la Bauhaus esta “destinado a erigir la capital del socialismo”. (citado por Ledesma, 2011, p. 1)

Aunque la racionalidad es presentada de manera antagónica, tiene otro efecto para el diseño, al tomar relevancia el proceso de formalización de la técnica y la proyección como enfoque racional de la disciplina hacia lo social; esto basado en la teorización que hace Maldonado, que al respecto Raimonda (2008) en *Cultura de la técnica y teoría del diseño*, afirma lo siguiente:

En su primer escrito sobre el diseño industrial en 1949, Maldonado individualiza el nuevo ámbito proyectivo como el “punto de llegada de muchas de las propuestas más estimulantes entre el arte y la técnica”, colocándolo dentro de la “vasta problemática del desarrollo artístico contemporáneo”. Pero ya en el aquel escrito Maldonado siente la necesidad de precisar que ello no depende “directamente” de esta problemática introduciendo la idea de que todas las formas producidas por el hombre tienen igual dignidad y acogiendo en el mundo de la cultura los adornos, los objetos anónimos, los objetos domésticos. (p. 254)

Esto aparentemente revitaliza los ideales del movimiento de las artes y oficios, acogiendo dentro del universo de los objetos las producciones del artesano y enmarcando al diseño en la historia y la cultura de la técnica; gestándose un proceso de ruptura con el arte, presentando al diseñador no como un artista, sino como un proyectista en concordancia con lo que expone Raimonda (2008):

Dentro del proceso industrial y estético del diseñador industrial ya no podía verse a sí mismo como un artista superior a ese mismo proceso sino que debía perseguir el trabajo en equipos con científicos, talleres de investigación, comerciantes y técnicos para concretizar su visión de proyecto social de ambiente. (p. 255)

Pero ¿Qué es proyectar? En principio se puede decir que proyectar es elaborar una hipótesis, conjeturar soluciones óptimas. (...) Y esto nos lleva a la relación conceptual el proyectar con el crear, el inventar, el descubrir y, no por último el decidir. No hay duda que, bajo un cierto perfil, proyectar es una actividad creativa (...) porque proyectar es medirse con problemas. (Maldonado, Citado por Raimonda, p. 267)

Con posterioridad, la proyectación introducida por Maldonado, es analizada por Rodríguez (2012) en *Los discursos contemporáneos del diseño*, identificándola y periodizándola en tres clases a saber: Funcionalismo-racionalismo, Pragmatismo y Formalista. Los dos primeros insertos en el movimiento moderno, centrados respectivamente: “en el desarrollo de métodos proyectuales [...] su justificación en un racionalismo que le da una especial jerarquía a las condiciones funcionales [...]” (p. 161), “este discurso centra su visión en el incremento de ‘valor’ en los objetos [...] diseño como factor de crecimiento económico y de la competitividad racional” (p. 168). El último, formalista, opuesto a los dos primeros por estar vinculado al posmodernismo; Rodríguez lo divide en tres facetas: Lúdica, Semiótica y Revisionista; sin embargo derivaron en lo siguiente: “las obras posmodernistas son de muy alto costo y reservadas para una elite [...] resultado de haber levantado, desde los años setenta, la sanción contra el consumismo” (p. 167). Aunque se constituyeron en manifiestos, terminaron siendo productos de clase que “se alejan de los objetivos sociales que deben estar presentes en los proyectos de diseño” (p. 167), repitiéndose lo sucedido con Morris. Por lo anterior, Chávez (2008) afirma del diseño “esta práctica en todas sus manifestaciones tiene una indiscutible función social: todo lo que el diseño produce va dirigido a la sociedad e incide poderosamente sobre ella, para bien en unos casos y para mal en otros”, y que Gamonal (2011) amplía en la definición del diseñador, diseño y diseños como:

Un agente social, económico, cultural y político. [...] El diseño es un factor distintivo tanto de exclusión como de inclusión [...], es indicativo de estatus. [...] es un factor productivo y de consumo [...] es un factor educativo y artístico por sus características distintivas y estéticas [...] un factor propagandístico o crítico [...]. (p. 6)

La racionalidad proyectual se consolida en años posteriores en la ULM, adquiriendo una identidad propia con respecto a su predecesora, La Bauhaus. Ledesma (2011) discurre sobre la ruptura conceptual de la Escuela de Ulm con su predecesora, la Bauhaus, que tanto en palabras de Aicher (1994) no se centra en “ninguna extensión del arte a la vida... sino de un giro hacia el dominio práctico” (citado por Ledesma, 2011, p. 1) y continua agregando “esto es apoyar el desarrollo de las fuerzas productivas de la sociedad capitalista para contribuir a la reconstrucción y desarrollo de la agotada Europa de la posguerra”. (Ledesma, 2011, p. 1) Esto evidencia por ahora, que la discusión de lo social en el diseño inicia en Europa, que la racionalidad y el

contenido social, tienen ópticas distintas y que lo social en el diseño no queda claramente determinado y, en este estado, los presupuestos ideológicos imperantes que subyacen en el diseño, se trasladan a Latinoamérica con Gui Bonsiepe y su propuesta de diseño para el tercer mundo contenida en *Diseño de la Periferia* (1985), texto generado a partir de la intervención que realizó entre 1968 y 1970 en Chile que se muestra con más detalle en *Diseño industrial, tecnología y subdesarrollo* (1975).

1.2 Aproximación a la discusión de lo social en el diseño en y para Latinoamérica

La Ulm ahora merece “una consideración especial [...] porque de sus filas surgió la propuesta de aplicar el proyecto de diseño moderno y social al tercer mundo” (2011, Ledesma, p. 1). Maldonado y Bonsiepe como miembros distinguidos de la ULM y reconocidos por parte de la comunidad académica de diseño, exponen respectivamente en Brasil 2003, sus puntos de vista en las conferencias *Proyectar Hoy y Diseño, Globalización, Autonomía*, publicadas posteriormente por Nodal Ediciones bajo el título de *Dos Textos* (Bonsiepe y Maldonado, 2004); ellos “ponen el acento en políticas de diseño dirigidas a estimular el bienestar ambiental y social a la par que lo consideren un elemento determinante para el desarrollo social en beneficio de muchos y no de pocos” (Citado por Ledesma, 2011, p. 2). Así, la Bauhaus y la ULM extienden su influencia ideológica a Latinoamérica y que Ledesma reconoce en la siguiente afirmación:

La mención de estas escuelas europeas no es retórica: ambas han influido notablemente en la formación de los diseñadores argentinos, particularmente en aquellos que convirtieron al diseño en enseñanza universitaria y modelaron los planes de estudios con los que todavía hoy se enseña en nuestro país. (p. 1)

También esa influencia se ha trasladado a la actividad investigativa, como evidencia de ello se encuentran, Thomas (2009) miembro del INTI con *Tecnologías para la inclusión social y políticas públicas en América Latina* que centra su discurso en la “Tecnología Social como una forma de diseñar, desarrollar, implementar y gestionar tecnología orientada a resolver problemas sociales y ambientales, generando dinámicas sociales y económicas de inclusión social y de desarrollo sustentable” (p. 2); y Senar (2009) con *Hacia un diseño disciplinar inclusivo: Roles sociales del diseño industrial en Argentina*, en donde se propone “realizar un acercamiento al diseño como tecnología para la integración social de las diversas formas de producción material y simbólica en la búsqueda por recuperar la capacidad de decisión social del uso y fines de esta tecnología” (p. 98). En estos se observa el impacto de la ULM, particularmente la influencia que la racionalidad del pensamiento de Bonsiepe y su agenda para la periferia, centrada en el grado de industrialización y tecnología adaptada a las necesidades locales; que en palabras de Waisman (1975) en Argentina “Toda esta actividad teórica, está apoyada [...] continuadamente por el INTI” (Citada por Bonsiepe, 1975, p. 2). Si bien en lo anterior se expresa el interés por lo social, llama la aten-

ción la afirmación de Ledesma (2011) en *Plan de trabajo cartografías del diseño social*: “Si bien, en la Argentina se han desarrollado (y desarrollan) iniciativas para inventariar o cartografiar el diseño (INTI, DISUR, UBACyT A038 2008-2010), no conocemos ninguna que tome un punto de vista centrado en el aspecto social”. (2011, p.3) Por otra parte Bonsiepe, “principal teórico de los problemas relativos al diseño industrial para el tercer mundo” (Maldonado, 1993, p. 87), aclara para Latinoamérica que: “la falta de una actividad proyectual concreta está en parte perpetuada por los planes de enseñanza tecnológica en las universidades, que reflejan directamente la dependencia cultural” (1975, p. 5) y que:

El diseño industrial como elemento de una política tecnológica [...], como disciplina tecnológica, [...] estaba y está fuertemente asociado con la esfera de una nueva elite consumista, [...] el consumo particular suntuoso. [...] Debe salir de su estado de marginalización y conectarse con los puntos neurálgicos del aparato productivo. Solamente en esta perspectiva tendrá relevancia social. (Bonsiepe, 1975, p. 4)

Aun así Margolin y Margolin (2012) afirman que “Desde la Revolución Industrial, el paradigma de diseño dominante ha sido el del diseño para el mercado” (p. 61) y la generación de teoría y conceptualización del diseño sobre estructuras, métodos y práctica ha sido orientada a construir la realidad del diseño entorno al “sentido del mercado” y la “creación de productos para la venta”, reduciendo a la sociedad, la destinataria del diseño, a un actor que consume; agregan García et al. (2007) “El modelo de mercado que persiste en la práctica del diseño no contempla las necesidades sociales y trae problemas y desigualdad social” (2007, p. 32) y que sus productos se limitan a ser “Símbolos de categoría social”. (2007, p. 33) En este punto no se ha encontrado hasta el momento evidencia de investigaciones que den cuenta, de que el marco ideológico de Maldonado y Bonsiepe que influencia a Latinoamérica tiene la función de perpetuar estos esquemas o no. Por otra parte, presentando una crítica explícita frente al modelo de mercado, en la línea de “teorizaciones” “por estudiosos de los países industrializados” (Maldonado, 1993, p. 86) se encuentra Papanek (1971) con *Diseño para un mundo real*, cuya crítica e influencia es reconocida, como dicen García, Martínez y Salas (2007) es: “un fuerte defensor de la ecología y la responsabilidad social de los productos de diseño, de herramientas y de las infraestructuras comunitarias. Reprobaba que los productos manufacturados fueran inseguros, mal adaptados o difíciles de usar” (p. 33); llevó a la práctica su perspectiva creando “productos y diseños para la UNESCO y para la Organización Mundial de la Salud (OMS) [...]” (García et al., 2007, p. 1) y pone como ejemplo al diseño nórdico, específicamente Suecia “como un justo medio” (García et al., 2007, p. 33) por su legislación y derivadas de ella, el objetivo de empresas y productos. Ledesma involucra a Frascara, destacando que “siguiendo a Papanek, ha planteado en su obra ‘Diseño para la gente’ una concepción del diseño alejada de la promoción del producto y los servicios de consumo, proponiendo una ‘función social’ que apunte a solucionar

problemas de la comunidad” (2011, p. 2) y continuando con Ledesma “En la misma línea debe incluirse el desarrollo que ha tomado el llamado ‘Diseño para todos’ o diseño para las capacidades diferentes que plantea hacer centro en las necesidades de usuarios sistemáticamente no considerados por el diseño ‘oficial’”. (2011, p. 2) Otras manifestaciones en el marco de lo social se extienden a: “programas de diseño para las necesidades sociales [...]. Diseño para el desarrollo, que ha tomado ideas del movimiento de tecnologías intermedias o alternativas que ha promovido soluciones tecnológicas de bajo costo para problemas en los países en desarrollo” (Margolin & Margolin, 2012, p. 62). Actividades de diseño como: Diseño de productos sostenibles y Diseño socialmente responsable o de las “respuestas proyectuales creativas, coherentes y pertinentes que genera el diseñador con las comunidades a las cuales dirige sus esfuerzos, y que tiene como objetivo lograr transformaciones que contribuyan en la construcción de una sociedad más justa y equitativa” (Barrera, 2004, p.4); o pensar, como dice Barrera (2004) en *Diseño con responsabilidad social*, “en la posibilidad de un diseño Participativo” (p. 4), o Subirats, Joan & Badosa (2007) en *¿Qué diseño para que sociedad?*, en enfoques en “el mundo del diseño que no priorizan la comercialización o la intervención pragmática acrítica o tecnocrática, sino que persiguen el desarrollar una línea de diseño socialmente responsable, que no empobrezca ni autolimite la conciencia social cultural de los profesionales” (p. 39) y, Martínez (2011) en *El branding, la sustentabilidad y el compromiso social del diseño*:

Si la marca, además de contar una historia, toma partido por algo, o apoya a una buena causa, se beneficia además a los sectores más necesitados de la sociedad. También los consumidores se benefician, aunque de manera indirecta porque además de contribuir a una sociedad mejor, las marcas que apoyan a buenas causas muestran que sus empresas cuentan con la suficiente solvencia y buena gestión como para dedicarse a “hacer el bien” [...]. (p. 15)

En la actualidad la discusión sigue abierta, como lo evidencia el artículo de Margolin & Margolin *Un “modelo social” del diseño: cuestiones de práctica e investigación* publicado originalmente en el *Journal Design Issues* en 2010 y traducido al español en 2012 para la *Revista KEPES*, aporta una nueva discusión sobre el diseño para las necesidades sociales y versa particularmente sobre: un modelo social de la práctica del diseño en conjunto con el campo del trabajo social. También propone abordar un modelo social de la práctica del diseño de producto y sugiere desarrollar “una agenda de investigación que lo examine y desarrolle de manera comparable a aquella como la investigación ha apoyado al diseño para el mercado y a la psicología ambiental” (2012, p. 63)

1.3. A modo de síntesis

Entonces si en Maldonado la proyectación es medirse con problemas relacionados con la visión social de ambiente, entonces “el Diseño recupera su sentido no como expresión individual, sino como creación que configura

nuestra sociedad, nuestro entorno y nuestras relaciones con otras personas y los objetos que nos rodean”. (Gamonal, 2011, p. 17)

Por lo tanto el diseñador, no solo tiene una responsabilidad como individuo o ciudadano, sino como productor de signos, textos o discursos en forma de diseño que se van a instalar en la sociedad y que, en mayor o menor medida, van a intervenir en la relación triádica persona-objeto-entorno. (Gamonal, 2011, p. 7)

Continuando con Augé (2000) “los diseños circulan, se exhiben, se intercambian y se utilizan. Pero, sobre todo, son un instrumento para establecer una relación entre los humanos” (citado por Gamonal, 2011, p. 7), “Insertados en la sociedad, van más allá de la clásica dualidad de forma y función “porque son a la vez acontecimientos y síntomas sociales. Intervienen y expresan” (Gamonal, 2011, p. 7). Por lo anterior Gamonal (2011) concluye: “Los diseñadores crean productos y servicios para las personas, para la sociedad. Eso hace que el Diseño no sólo sea una disciplina creativa, sino también social” (p. 16), que “contribuye activamente en todos los aspectos de la vida social (económica, cultura, política, etc.)” (p. 4). Entonces en el campo del diseño no solo adquiere relevancia lo industrial, fruto de la sociedad de consumo que la requiere y del avance de las investigaciones que la apoyan, sino que emerge la posibilidad de lo social y en ella una agenda de investigación.

2. Problematicación

Aunque en los antecedentes se evidencia que de algún modo en el diseño “lo social” ha sido considerado: Maldonado (1945) Proyecto Social de ambiente; Papanek (1971) Responsabilidad Social; Bonsiepe (1975) Relevancia Social; Maldonado (1993) Contenido Social; Barrera (2004) Responsabilidad, compromiso y Justicia Social, y Diseño Participativo; García et al. (2007) Satisfacer una necesidad específicamente humana; Margolin y Margolin (2007) Necesidades Sociales, Modelo Social, Diseño Social; Frascara (2000) y Chávez (2008) Función Social; Thomas (2009) Problemas, Dinámicas e Inclusión Social; Senar (2009) Roles sociales, Integración social, Capacidad de Decisión social; Ledesma (2011) Aspecto Social, Bienestar Social y Ambiental, Desarrollo Social; Gamonal (2011) Disciplina Social; Rodríguez (2012) Objetivos Sociales; según Rodríguez (2012) “El diseño continúa centrado en su preocupación por la forma en sí, sin detenerse a pensar sobre el sentido de esta y la relación que guarda con respecto a la sociedad y la cultura” (p. 170) por tanto, como dice Chávez (2008):

Proponer que el diseño asuma esa función de un modo sistemático, no anecdótico, tendremos que ingresar en el terreno de la propuesta alternativa. Consecuentemente, deberemos seguir el compromiso intelectual y ético de denunciar las razones por las cuales dicha función es actualmente marginal y señalar las condiciones que tendrían que darse para que se cumpla plenamente.

Y máxime, cuando en palabras de Chiapponi (1991) el diseñador:

[...] asume, de hecho, la responsabilidad en un proceso de decisión colectivo como el proyectual, los intereses de un futuro usuario, de actuar proyectualmente en nombre y por cuenta de los usuarios, de aceptar una delegación implícita para encarar y resolver problemas de cultura material. (p. 41)

O en palabras de Papanek (1971):

La responsabilidad del diseñador [...] su buen juicio social y moral tiene que entrar en juego mucho antes de que empiece a diseñar, porque tiene que juzgar apriorísticamente, además si los productos que se le pide que diseñe o rediseñe merecen su atención o no. En otras palabras si su diseño estará a favor o en contra del bien social. (Citado por Barrera, 2004, p. 4)

Lo social y su sentido u orientación en diseño, es una iniciativa que adquiere relevancia para la investigación, y que además tiene sustento en lo que formulan Margolin & Margolin, apoyados por García et al., respectivamente:

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. (2012, p. 62)

“Una de las características de este modelo de diseño (comparado con el modelo para productos de mercado) es que posee pocas estructuras teóricas, métodos u objetivos”. (2007, p. 31)

Los investigadores e investigaciones evidencian un vacío teórico y que la discusión sigue abierta, lo que se constituye en una oportunidad para investigar lo social su sentido u orientación en el Diseño; que agregado a lo que dice García et al. (2007) para delimitar la problemática de manera objetiva hay que considerar lo siguiente:

Como mucho de los problemas que enfrentamos en nuestra sociedad, a veces las cosas no se hacen porque se desconocen las problemáticas e ignoramos los procedimientos y referencias teóricas, o por seguir tendencias de otros países que no corresponden a nuestra realidad. (2007, p. 39)

Ahora si se tiene en cuenta, la influencia en Latinoamérica de los discursos de las Escuelas Europeas de la Bauhaus y Ulm y sus actores, apoyado tanto en Ledesma (2012) “La mención de estas escuelas europeas no es

retórica: ambas han influido notablemente en la formación de los diseñadores [...]” (p. 1); como en Joselevich (2005): “La doctrina del diseño industrial se desarrolló en gran parte en algunos centros de enseñanza, cuyo arquetipo fue el Bauhaus alemán [...]” (pp.17-18) y que un diseñador “debe crear apoyándose en los fundamentos sociológicos y encontrar en ellos su argumento para construir un discurso [...]. Porque ese discurso está dirigido a la sociedad (...)” (Gamonal, 2011, p. 7). Por tanto en lo social en diseño, estos autores dejan entrever que abordar el análisis de los discursos y su influencia, tiene relevancia para desentrañar los vacíos, contradicciones y aportes teóricos, conceptuales y metodológicos que lo fundamenten y expliquen.

En conclusión los teóricos, investigadores y el estado actual de la investigación, evidencian una problemática en la investigación en el campo del diseño, que sumado a la ausencia de un diseño que emerja y atienda las necesidades de las sociedades subdesarrolladas o en palabras de Bonsiepe “de la periferia”, invita como proyecto de investigación proponer y abordar los discursos en torno a la dimensión social del diseño, que han circulado en Latinoamérica en español y portugués, desde el 1959-1964 (fecha aproximada del asentamiento de academia de diseño en Latinoamérica) hasta el 2014.

Formulación de la pregunta

¿Qué subyace en los discursos de diseñadores sobre la dimensión social del diseño que han circulado en textos (bibliografía) en español y portugués en Latinoamérica desde los 1959-1964 al 2014?

Objetivo general

Analizar los presupuestos que están presentes en la concepción social del diseño que han circulado en libros en español y portugués en Latinoamérica desde 1958-1964 hasta 2014.

Específicos. En el marco espacio-temporal de 1959-1964 a 2014 en Latinoamérica:

- Establecer y periodizar las valencias que circulan en Latinoamérica en los discursos sobre lo social en diseño.
- Analizar que concepciones y/o que se ha teorizado sobre lo social en diseño en los discursos que han circulado en Latinoamérica (vacíos y aportes conceptuales, teóricos y metodológicos)
- Construir el Sentido del diseño social de manera sistémica.

Hipótesis

La relativización y no sistematicidad de los discursos que han circulado en Latinoamérica desde 1959-1964 a 2014 por parte de los diseñadores en el marco de lo social en diseño, no han permitido la construcción de una teoría del diseño social, que sea equiparable a la del diseño para el mercado, como tampoco consolidar una contracultura equiparable a la racionalidad industrial que produzca una crisis que potencie el diseño a otro estadio. Por tanto el campo del diseño se encuentra dogmatizado.

Referencias

- Ashton, T. (1996). *La revolución industrial*. (13ª ed.). México: Fondo de la cultura económica.
- Barrera, G. (2004). *Diseño con responsabilidad social*. Primer encuentro nacional de investigación en diseño. Primer Encuentro Nacional de Investigación en Diseño: Colombia: Universidad Icesi. Disponible en el sitio web, <http://www.icesi.edu.co/disenohoy/memorias/Barrera.pdf>
- BBC & Open University (2003). *¿What did industrial revolutions for us?* [Archivo de video]. Recuperado de <http://www.open.edu/openlearn/body-mind/ou-on-the-bbc-what-the-industrial-revolution-did-us-series-summary>
- Bonsiepe, G. (1975). Diseño industrial, tecnología y subdesarrollo. *Cuadernos Summa-Nueva visión*, 3(1), 1-32.
- Chávez, N. (2008). *La función social del diseño: realidades y utopías*. Disponible en el sitios web, <http://www.diseñoiberoamericano.com/node/95>
- Chiaponni, M. (1999). *Cultura social del producto*. Buenos Aires: Infinito.
- Devalle, V. (2009). *La Travesía de la Forma*. Buenos Aires: Infinito.
- Gamonal, R. (2011). La disciplina del diseño desde la perspectiva de las ciencias sociales. *Revista prisma social*, (7), 1-19. Recuperado de <http://www.isdfundacion.org/publicaciones/revista/numeros/7/secciones/abierta/03-disciplina-perspectiva-ciencias-sociales.html>
- García, D.; Martínez, A. y Salas, B. (2007). Diseñamos ¿para un mundo real? Víctor Papanek, un visionario del diseño. *Revista Diseño en síntesis*, 18(38), 30-39. Recuperado de http://148.206.107.15/biblioteca_digital/estadistica.php?id_host=6&tipo=ARTICULO&id=5854&archivo=15-389-5854nhh.pdf&titulo=Dise%C3%B1amos,%C2%BFpara%20el%20mundo%20real?Victor%20Papanek,%20un%20visionario%20del%20dise%C3%B1o
- García, H. (2009). Weimar, origen de un ejercicio profesional llamado diseño. En: Castillo M. (Ed.), *Procesos urbanos informales y territorio*. (pp. 263-267). Bogotá D.C., Colombia: Universidad Nacional de Colombia.
- Joselevich, E. (2005). *Diseño posindustrial. Teoría y práctica de la innovación*. Buenos Aires: Infinito.
- Ledesma, M. (2011). *Plan de trabajo cartografías del diseño social*. Disponible en el sitio web cartografías del diseño social, <http://www.proyectocartografias.blogspot.com.ar/2011/11/cartografias-del-diseño-social-maria.html>
- Maldonado, T. (1993). *El diseño industrial reconsiderado*. México: G. Gilli, S.A. de C.V.
- Margolin, V. y Margolin, S. (2012). Un “modelo social” de diseño: cuestiones de practica e investigación. *Revista KEPES*, 9(8), 61-71. Colombia: Universidad de Caldas.
- Martínez, M. (2011). El Branding, la Sustentabilidad y el compromiso social del Diseño. (Cuando ser es más importante que parecer). *Revista del Centro de Investigación*. 9(35), 11-17. México: Universidad de la Salle. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/342/34218346003.pdf>
- Pevsner, N. (2000). *Pioneros del diseño moderno*. (3ª ed.). Buenos Aires: Infinito.
- Raimonda, R. (2008). Cultura de la técnica y teoría del diseño. En Gradowczyk, M. (Ed.). Tomás Maldonado: *Un moderno en acción*. (pp. 252-257). Argentina: EDUNTREF.
- Rodríguez, L. (2012). *El diseño y sus debates*. México: Universidad Autónoma de México.
- Senar, P. (2009). Hacia un diseño disciplinar inclusivo: Roles sociales del diseño industrial en Argentina. *Revista Otra Economía*, 3(4), 98-121. Recuperado de <http://revistas.unisinos.br/index.php/otraeconomia/article/view/1127/306>

Subirats, J. y Badosa, J. (2007). ¿Qué diseño para qué sociedad? Notas sobre la funcionalidad social del diseño. *Colección Diseño Crítico*, (24), 35-41. España: Universidad de Elisava. Recuperado de la base de datos de JSTOR.

Thomas, H. (2009). *Tecnologías para la inclusión social y políticas públicas en américa latina*. Disponible en el sitio web de investigación Red i (a), <http://www.investigacionaccion.com.ar/catedragalan/archivos/1300841035.pdf>

Abstract: This paper shows the progress of the proposed approach to theories and / or discussions of designers in their written production (texts in / or translated into Spanish and Portuguese) disseminated in Latinoamerica, which conceptually treat the social dimension at design; therefore it focuses on the discursive and not in interventions or cases that auto enroll in social action at design. The above in order to provide theoretical and conceptual elements that will contribute to enlarge the scope of research design and particularly the social dimension.

Key words: Social design - Social dimension - Speech - Theory - Designer.

Resumo: Este artigo mostra o progresso da proposta para teorias e ou discussões de desenhistas em sua produção escrita (textos em ou

traduzidos ao espanhol e português) difundidos em Latinoamérica, que conceitualmente abordem a dimensão social no desenho; portanto, concentra-se na discursiva e não nas intervenções ou casos que se autoinscrevem na ação social do desenho. Isto, a fim de fornecer elementos teóricos e conceituais, que contribuam para ampliar o âmbito da pesquisa no desenho e particularmente no social.

Palavras chave: Design social - Discurso - Dimensão social - Teoria - Designer.

(* **Edgar Saavedra Torres.** Diseñador Industrial titulado por la Universidad Jorge Tadeo Lozano (Bogotá, Colombia); Doctorando en Diseño de la Universidad de Palermo (Buenos Aires, Argentina); Magister en Diseño Industrial titulado por ISTHMUS, Escuela de Arquitectura y Diseño de América Latina y el Caribe (Panamá, Panamá). Desde 2005 es docente de tiempo completo de la Escuela de Diseño Industrial de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. Investigador perteneciente a Taller 11, Grupo de Investigación en Diseño, del cual es coordinador de la línea de Teoría y Metodología del Diseño. Ha participado como docente, conferencista y ponente a nivel nacional e internacional (Colombia, Guatemala, Panamá, Argentina, Cuba, México), en temas de teoría, metodología y pedagogía del diseño.