

Si, pero... Reflexiones y propuestas alrededor de la observación del diseño aplicado

Miguel Rolando Ruiz Diaz⁽¹⁾

Resumen: El siguiente análisis surge en el marco de una tesis doctoral que explora las prácticas materiales del diseño desde el campo de los Estudios Sociales de Ciencia y Tecnología (ECTS). Así, la presentación de modelos y prototipos en entregas finales de proyectos académicos se toman como eventos performáticos en los que el mérito de la propuesta de diseño se produce frecuentemente a partir de “hechizos”, ensamblajes materiales a menudo precarios pero efectivos. El glamour, a su vez, actúa como otra forma de embrujo (Postrel, 2013) en la que se acude al ocultamiento como estrategia para la promesa de una vida más fácil. *Si, pero...* aparece como un *topoi* interpretativo en la cultura popular contemporánea en el que el pretendido mejoramiento de la calidad de vida que promete el diseño parece surgir de lo hechizo, que cobra sentido al entenderse como un ejercicio de transformación de la realidad (Montero, 2016).

Palabras clave: Entregas finales - hechizos - eventos performáticos - ensamblajes - argumentación

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 224]

(1) Ver CV en pág. 224



Introducción

En este texto me apoyo en la serie de viñetas *YES/BUT* (Si/Però) publicadas por el artista ruso Anton Gudim¹ en sus redes sociales desde 2021, como una manera de ilustrar la proclividad que tiene la comunidad de diseño profesional por enfatizar su dimensión positiva y esconder o evadir su eventual negatividad. Empleo la noción de *glamur* (Postrel, 2013) para desplegar esta inclinación de la comunidad del diseño por fijar su atención en la aspiración a mundos mejores y más deseables, lo que trae consigo el riesgo de la desilusión cuando el diseño se considera de manera situada. Esta formulación se desprende del trabajo empírico que vengo desarrollando en el marco de mi tesis para el Doctorado en Ciencias Humanas y Sociales de la Universidad Nacional de Colombia en el cual estudio las prácticas que dan forma al diseño industrial en la misma universidad.

Si bien he adelantado este trabajo etnográfico en un entorno universitario, la noción de glamur considerada en los eventos en que se presenta y evalúa el diseño, me lleva a sugerir que la práctica de la entrega de proyectos académicos, en la cual se destacan los aspectos positivos de la propuesta de diseño en escenarios de uso ideal, guarda similitud con prácticas que tienen lugar durante el ejercicio profesional. Esta situación se pone de manifiesto cuando instancias de análisis y evaluación del sector como los *observatorios de diseño*² centran su atención en el lanzamiento de nuevos productos al mercado, pero tienden a dejar fuera del espectro de observación aspectos relacionados con la implementación situada de tales innovaciones.

Glamur y diseño

Como vocablo tiene su origen en Escocia en donde se usaba antiguamente para describir una suerte de conjuro mágico. Según aquellas creencias, el glamur hacía ver lo que no estaba allí. A menudo se cita al diccionario Oxford cuando refiere que: “Cuando los demonios, los magos o los malabaristas engañan a la vista, se dice que proyectan *glamour* sobre los ojos del espectador”³. Durante el siglo XIX el significado de la palabra se amplió a formas de embrujo menos literales, pero mantuvo el sentido de hacer que las cosas lucieran mejor de lo que realmente eran. Siguiendo a Virginia Postrel, el glamur “es una forma de retórica no verbal que se mueve y persuade, no con palabras, sino por medio de imágenes, conceptos y tótems. Al unir la imagen y el deseo, el glamur nos da placer, al mismo tiempo que intensifica nuestro anhelo. Nos lleva a sentir que la vida que soñamos existe y a desearla aún más.” (Postrel, 2013, p. 6).

Emplear el glamur como categoría de análisis implica desligarlo de una manifestación específica, como el cine o la moda. “El glamur no existe independientemente en el objeto glamuroso -no es un estilo, una cualidad personal o una característica estética- sino que emerge a través de la interacción entre objeto y audiencia.” (Postrel, 2013, p. 12). El glamur no es exclusivo del mundo del espectáculo, aunque con frecuencia remite a este dado su carácter marcadamente visual y performático. Se trata de un fenómeno que requiere ser

situado en lugar de aceptado como universal. Postrel acude a figuraciones que le permiten reconocer manifestaciones diversas de glamur a las que denomina *íconos*. Algunos de estos son: el aviador, fumar, el bronceado, la princesa, la ventana..., en los cuales “la ilusión suele comenzar con una imagen estilizada —visual o mental— de una persona, un objeto, un evento o un escenario. La imagen no es del todo falsa, pero sí engañosa. Su atractivo se crea ocultando o ignorando algunos detalles y realzando otros. Esta selección puede reflejar una astucia deliberada, o puede ocurrir de forma inconsciente, cuando el público percibe características atractivas e ignora elementos discordantes. En cualquier caso, el glamur requiere la inocencia del público o, más a menudo, una suspensión voluntaria de la incredulidad.” (Postrel, 2013, p. 12) El diseño industrial se ve interpelado en esta definición en tanto actividad que supone intencionalidad y planificación (una astucia deliberada). Este proceso de edición en el que se decide acentuar o ignorar detalles se hace patente en las entregas finales de proyectos académicos en que tuve la oportunidad de participar durante los años 2024 y 2025. Al considerar las entregas como *eventos etnográficos* (Martínez Medina, 2021, p. 18), presto atención a su carácter performativo. Consideremos la siguiente escena:

Las luces del auditorio se apagan, hay cámaras digitales montadas sobre trípodes en los pasillos laterales. Las imágenes proyectadas sobre la pantalla blanca iluminan el lugar. Detrás del panel de expertos el auditorio está lleno. Uno tras otro van pasando equipos de diseño de cuatro integrantes que presentan sistemas de preparación de café. El esquema de cada presentación se repite: uno de los integrantes actúa como portavoz del grupo mediante un persuasivo discurso de cinco minutos cronometrados mientras los demás hacen una demostración en vivo acompañada con las palabras. Una propuesta de bebida fría consiste en combinar café liofilizado - compactado en esferas del tamaño de una canica - con agua tónica en un recipiente de apariencia deportiva. Al agregar la canica de café al agua tónica el recipiente se rebosa y se riega una buena cantidad de líquido gasificado sobre la mesa. Otra propuesta consiste en un brazo de madera que sostiene piezas cerámicas esmaltadas que en conjunto describen una cascada en la que la preparación de café por goteo se convierte en espectáculo visual. Sin embargo, el supuesto filtro es de cartulina delgada en lugar de papel filtrante, de modo que se entrapa de un modo irregular con el agua caliente que le vierten encima. El segundo recipiente canaliza el agua caliente hasta el recipiente ubicado más abajo que se apoya a su vez en una base cerámica hace las veces de hornilla para mantener caliente la bebida. Una pequeña vela encendida hace las veces de mechero. De repente, la pieza cerámica cruje sonoramente, afectada por el choque térmico. Ante estas situaciones inesperadas los expositores continúan con el guión intentando disimular las fallas con rostros serios. Toda la situación recrea muy bien un episodio de Shark Tank. Al igual que en televisión, el formato parece premiar a los emprendedores que se muestran confiados en su “start up”. Saben que sus reacciones quedarán grabadas, de modo que varios contienen la risa nerviosa o el gesto desencajado. Frente a ellos, el panel de expertos hace caso omiso o no se detiene

en estas pequeñas fallas. Las ignoran con facilidad ante la potencia de los conceptos de diseño que acaban de presenciar. Asumen su rol como inversores expertos - ¡lo son! varios de ellos hacen parte del mundo del café como investigadores, comercializadores y baristas - Señalan oportunidades de mejora más que señalar fallas. Aplauden el esfuerzo en el desarrollo de conceptos novedosos que pueden hacer que el país deje de ser percibido solo como productor del grano y pueda pasar a ofrecer nuevas experiencias que agreguen valor al consumo de la bebida. Incluso algunos preguntan cuánto costaría una de esas potenciales cafeteras.⁴

La entrega de proyectos de diseño en este relato no da tiempo a extenderse en pormenores relacionados con la *tecnología del modelo*⁵. Lo que me interesa plantear es que, aun en su imperfección, estas elaboraciones consiguen suscitar la sensación de proyección a una vida mejor que describe Postrel al definir el glamur. Mediante “astucias deliberadas”, que en el argot popular reciben el nombre de soluciones “hechizas” (Montero, 2016), los estudiantes logran resolver la presentación de sus propuestas novedosas. Aunque los modelos apenas se sostienen, aunque no cumplan a cabalidad con la función que proponen, se asume que la *tecnología del producto* logrará cumplir con el desempeño esperado. El panel de expertos no repara demasiado en las fallas de los modelos gracias al efecto de “reducción de la incredulidad” que menciona Postrel. Es decir, para apreciar una propuesta de diseño -máxime cuando surgen de estudiantes que apenas adelantan su segundo año del programa- es necesario hacer concesiones con respecto a la tecnología del modelo para poder proyectar la imaginación a los nuevos mundos y futuros que encierran sus propuestas. También es importante reconocer que estas imaginaciones materiales a menudo son posibilitadas por el trabajo articulado de los jóvenes diseñadores con el tejido productivo de la economía popular (Ruiz Diaz, 2026). Así, la configuración de la entrega incide de manera importante en la creación de una atmósfera propicia para la asimilación de las propuestas. En el *Shark-Tank* académico que acabo de describir, los estudiantes aun neófitos se presentan como emprendedores en busca de socios capitalistas en un formato televisivo altamente producido (cámaras, iluminación, características y ubicación del espacio seleccionado, manejo de los tiempos etc...). De allí emerge el *entrepreneur* como ícono contemporáneo del éxito en la era del capitalismo post-industrial (Williams & Gurtoo, 2013), aun cuando la evidencia muestra que tras este mito se esconden formas diversas de precariedad laboral. (López Jiménez, 2022; Pérez-Roa, 2019)

No todas las entregas finales en las que participé se manejaron como *tanques de tiburones*, pero en cada una de las distintas configuraciones (L. Suchman, 2012) de la entrega se hizo presente algún tipo de edición que realza detalles mientras esconde otros con el fin de generar un efecto persuasivo y seductor. ¿Cede el público, tanto experto como lego, a los encantos del diseño? La respuesta depende en buena medida del cuidado con que se produce el evento en que se lo presenta en público y es evaluado por primera vez. Por otra parte, sostengo que este fenómeno no se restringe al ámbito académico. Basta recordar los legendarios lanzamientos de producto de Steve Jobs para tener una imagen mental de cómo durante estos eventos se demuestran de manera contundente y fluida los principales diferenciales de la solución de diseño. A través de demostraciones performáticas

de alto impacto emocional se construyen atributos como la usabilidad y la funcionalidad. La diferencia de estos eventos con respecto a las entregas de proyectos académicos radica en el grado de control sobre las variables a destacar y los muchos ensayos que requiere la puesta en escena⁶. La similitud radica en que tanto en la entrega como en el lanzamiento se busca demostrar que el diseño en uso coincide plenamente con la intención formulada en el proyecto.

Hacer realidad el diseño

Me interesa ligar el fenómeno del acento y la fascinación por la entrega -el glamur del diseño- con la tarea que adelantan los *observatorios de diseño* como instancias de análisis y evaluación de la práctica profesional. Me fijo en dos de ellos, cuyos nombres coinciden en la sigla ODA. El primero es el Observatorio-laboratorio de Diseño Aplicado, de la Universidad Nacional de Colombia, grupo de investigación del cual hago parte. El segundo es el Observatorio de Diseño Argentino, proyecto de INTI (Instituto Nacional de Tecnología Industrial) y la UNRaf (Universidad Nacional de Rafaela). Una manera de establecer el nexo entre las prácticas de la entrega y las tareas de estos ODA es formular la siguiente pregunta: ¿qué observan estos observatorios de diseño? El ODA-Colombia plantea que “El propósito ulterior (teleológico) es el de lograr la inserción social en profundidad del diseño en el país y, por esa vía, contribuir al desarrollo y consolidación de una cultura del diseño en Colombia”⁷. El ODA-Argentina, por su parte, expresa: “somos [...] un proyecto para potenciar el diseño nacional [...] Analizamos el impacto económico y ambiental del diseño para promoverlo y fortalecerlo en todo el país. Creemos en el diseñador como un puente clave entre la industria y el bienestar de las personas.”⁸ Como se aprecia en estas declaraciones de intenciones, estos observatorios tienen en común la preocupación por ligar el ejercicio del diseño con el desarrollo nacional en términos culturales, económicos, sociales y ambientales, y entienden a los profesionales como agentes promotores de transformaciones necesarias para que se avance en esta visión. A la vez sugieren que el diseño en estos países requiere de impulso y promoción a través de distintas formas de visibilización y reconocimiento, para fortalecerlo e insertarlo en la cultura nacional.

Los observatorios mencionados buscan avanzar en estos propósitos a través de acciones concretas. En términos de propósitos específicos, el ODA-Colombia se ha propuesto “1) recopilar y mantener información actualizada que permita el desarrollo del sector profesional del diseño y el avance de la articulación con la nación colombiana, en especial al sector empresarial y productivo y 2) realizar acciones de reconocimiento, divulgación y transferencia relacionadas con la aplicación del diseño, interactuando con entidades del Estado, organizaciones no gubernamentales y el sector empresarial”. El ODA Argentina, por su parte, describe sus principios de actuación de la siguiente manera: “Buscamos entender y difundir el impacto que el diseño tiene en la sociedad, sabiendo que este impacto es amplio, y que abarca lo económico (especialmente en empresas, con foco en las pymes) pero también lo social, cultural y ambiental. Queremos construir un mapa que represente

la importancia del diseño con cifras y datos, pero también con casos relevantes. Buscamos generar vínculos entre todos los actores que conforman nuestra red, para facilitar conexiones, formar alianzas, diseñar estrategias y promover el conocimiento compartido.” Nuevamente existen coincidencias alrededor de las estrategias de ambos observatorios. La primera tiene que ver con un interés por mantener información actualizada de carácter cuantitativo para hacer evidentes tanto las transformaciones del diseño como las del entorno en que éste puede ser un agente transformador. Poner el acento en la trazabilidad del diseño a partir de cifras y datos implica un esfuerzo por emplear un lenguaje numérico y estadístico para ampliar la posibilidad de interlocución con tomadores de decisión en el ámbito económico.

Una segunda estrategia para destacar tiene que ver con identificar -y construir- una casuística digna de reconocimiento, es decir, que ejemplifique la aplicación *exitosa* del diseño. La estrategia cuantitativa busca ofrecer un retrato del diseño en cifras cuya visualización suele tener un doble efecto emocional. De un lado hace visible el diseño, poniendo de presente su nivel de inserción, por ejemplo, a través de cifras y gráficas que muestran la distribución de profesionales del diseño a nivel sectorial o territorial. A la vez, las mismas cifras hacen evidente el enorme espacio aún por explorar, es decir, los sectores, regiones, industrias, mercados..., que aún no contemplan el diseño como “un pilar fundamental para la innovación y el desarrollo sostenible del país”.⁹ Dado el carácter positivo del modo en que se [auto] percibe la disciplina del diseño, el cual “se hace para mejorar las condiciones de vida o solucionar problemas”¹⁰, estos observatorios procuran presentar el diseño como necesario, tanto por presencia como por ausencia: es clave para el éxito allí donde se aplica y no emplearlo es desaprovechar oportunidades para crecer sosteniblemente.

La estrategia cualitativa de estos observatorios, por otra parte, se ha concentrado en presentar casos de éxito (Benoit, 1997; Jones, 2015) como parte de una estrategia promocional que permite ilustrar, por medio de testimonios, experiencias y productos concretos, cómo la participación del diseño incide en resultados positivos asociados al desempeño económico de las organizaciones productivas. Estos casos de éxito¹¹ han tenido también un sentido pedagógico que busca describir en cierto detalle, y con base en experiencias concretas, la puesta en operación de lo que se consideran buenas prácticas en el proceso de innovación (Ramírez & Secchi, 2025).

La respuesta a la pregunta por qué observan estos observatorios de diseño se sintetiza así en la definición de diseño aplicado formulada desde el ODA-Colombia: “Por diseño aplicado se entiende la concreción de propuestas de diseño en productos que se encuentran en circulación en el mercado, para lo cual se ha requerido de la mediación de organizaciones productivas y la utilización de sistemas y canales de comercialización.” En este marco, el diseño “no puede ser visto únicamente desde la perspectiva teórica o especulativa, o bien, la aproximación teórica debe incorporar elementos de la realidad del entorno de aplicación”. Adentrarse en esta formulación implicaría reconocer que la observación que adelantan los observatorios de diseño parece detenerse en el momento en que se logra acceder al mercado. No obstante, detener la observación en este punto equivale a salirse de la película después de los créditos iniciales, es decir, cuando la historia apenas comienza.

Expandir y profundizar la noción de diseño aplicado

Tal como han sido formulados, los observatorios de diseño son instancias que buscan ser relevantes para el ejercicio profesional, para el desarrollo de la disciplina y para las personas que toman decisiones en materia de política pública. Sin embargo, al restringir su espectro de observación y su impulso promocional a las actividades que realizan los expertos (profesionales del diseño, empresariado, instancias de gobierno), lo que se ha propuesto registrar: el impacto del diseño en la sociedad, queda acotado a un fragmento inicial.

Hasta cierto punto resulta comprensible que así sea, en la medida en que el registro de un proceso de diseño resulta mucho más fácil de seguir que rastrear las trayectorias de uso, abuso, desuso..., que se multiplican en los procesos de escalamiento posibilitados por la producción industrial y por los sistemas de comercialización global. Por otro lado, no intentarlo significa claudicar en el propósito genuino por querer comprender el comportamiento del diseño allí donde se supone que puede ser un agente transformador. Significa también mantener fuera del proceso de diseño a sus supuestos beneficiarios.

La actual comprensión del diseño aplicado como realización de un proyecto de producto puede expandirse al tomar en consideración cómo este plan se traduce en acciones situadas (L. A. Suchman, 1999).

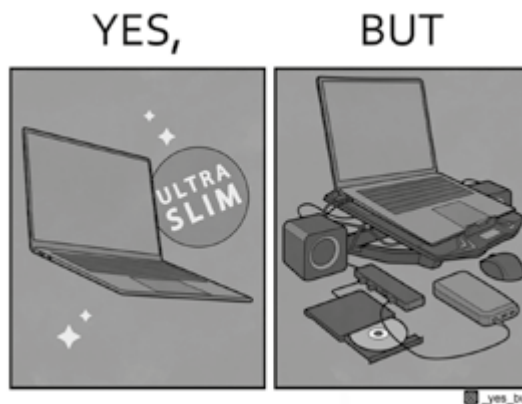
Esto conduce a la multiplicación de situaciones y ocasiones de observación, con lo cual se hace necesario explorar nuevos métodos de registro y convocar nuevos participantes empezando por usuarias y usuarios del diseño ubicados allí donde llega el diseño a través de sus *soluciones*.

Es allí donde las viñetas *YES/BUT* sirven como inspiración para un ejercicio de balanceo en la ecuación entre planes y acciones situadas.

Lo inalámbrico como ícono y viñeta



Uno de los íconos que Postrel emplea para situar y describir el efecto ilusorio del glamur es “lo inalámbrico”. La imagen que emplea como ilustración de este ideal tecnológico es una fotografía de la oficina de Raymond Loewy recreada en el MOMA en 1934. En ella Loewy posa con modelos y dibujos de vehículos que sugieren velocidad. Nada en la oficina presenta aristas marcadas, todos los muebles describen líneas curvas, detalles metálicos horizontales en las paredes redondeadas refuerzan la idea de movimiento. Una lámpara de pie ofrece luz indirecta y otra de mesa sobre el escritorio ilumina la zona de trabajo. No hay ningún cable en la escena. Dejarlos a la vista significaba romper el encanto de la ágil practicidad que proyecta este espacio sin interrupciones en el que la creatividad puede fluir libremente. En la fotografía de espacios interiores, los cables se tienen por “objetos rebeldes que tienden a retorcerse por su cuenta, arruinando las líneas cuidadosamente compuestas para una escena.” (Postrel, 2013, p. 103). Los cables representan ataduras, dependencia. Las tecnologías de lo inalámbrico, por contraste, ofrecen libertad, la posibilidad de escape que hace posible trabajar o estudiar desde el parque o la playa. Pero el glamur de lo inalámbrico es frágil (como toda ilusión).



Sin necesidad de mediar palabra, Gudim presenta un paralelo en versión cómic que instantáneamente *le encuentra el pero* a la promesa de lo inalámbrico. En la imagen a la izquierda, el computador portátil luce ultradelgado y sugiere levedad. Esta reducción en espesor es posible gracias a una sumatoria de avances tecnológicos como los sistemas de transmisión de datos tipo *wi-fi* y *bluetooth*, que a su vez se soportan en expansión de infraestructuras de conectividad como redes de alta velocidad y operadores que funcionan bajo estándares y protocolos internacionales. Por otra parte, el espacio de archivo en la nube, aunado a la transmisión en línea de contenidos audiovisuales como películas y música, han expulsado dispositivos de almacenamiento que anteriormente estaban integrados en el mismo aparato.

A la derecha se ilustra el mismo aparato en una situación cotidiana. Muestra el diseño en uso, desprovisto del glamur de lo inalámbrico. La reducción de funciones que se promocionan como liberación de lo superfluo e innecesario ahora se ve resuelta mediante la proliferación de dispositivos periféricos como soportes, altoparlantes, unidades de reproducción de dvd, discos duros externos y adaptadores que multiplican los puertos de conexión. Los cables regresan así con mayor determinación pues la necesidad de conexión -entre dispositivos, entre humanos y dispositivos, entre humanos y otros humanos a través de dispositivos – no para de crecer. Lo inalámbrico se mantiene aún como un logro técnico importante, pero se ve despojado del aura de libertad. Ambos lados de esta viñeta resultan necesarios para entender su compleja realidad.

Reflexiones finales

Los observatorios de diseño tienen una misión difícil: hacer visible el diseño. Esto resulta contraintuitivo dado su carácter predominantemente visual, sin embargo, no es una tarea sencilla por dos razones principales. La primera es que las soluciones de diseño, cuando funcionan adecuadamente, se hacen invisibles. Quizás de allí provenga la enorme atención que recibe el diseño cuando *se lo presenta en sociedad*, ya sea en entregas académicas o en eventos empresariales de lanzamiento de nuevos productos. Es quizás la única oportunidad para que el diseño brille en su dimensión afirmativa, antes de que se haga tan intuitivo, tan integrado a la acción, que dejamos de percibirlo (Heidegger, 2016). La segunda es la otra cara de la moneda. Siguiendo a Latour, “las técnicas solo aparecen cuando surge una dificultad, y únicamente durante el tiempo que esta se presente” (2012, p. 56). La actual noción de diseño aplicado deja por fuera esta dimensión al tener su atención puesta en la primera. Expandir la idea de la aplicación del diseño a las dificultades del diseño en uso (Kimbell, 2009) trae consigo la pérdida de cierto glamur disciplinar. El diseño deja de ser entendido exclusivamente como una actividad que mejora la calidad de vida de las personas cuando empieza a circular en los espacios mundanos de las solicitudes de servicios de mantenimiento, en las llamadas al área de servicio al cliente, en las reclamaciones de garantías, en las quejas ocasionadas por formas variadas de contaminación.

Por otra parte, asumir el estudio de estos fenómenos en que las acciones situadas no coinciden con lo proyectado representa una oportunidad valiosa para ampliar el espectro de registro de los observatorios de diseño. Las viñetas *YES/BUT* de Gudim logran capturar la necesidad de estudiar el diseño de formas simétricas con tanta agudeza como irreverencia. De allí su potencia como ejercicio de *análisis sociotécnico* (Latour, 2012) al alcance tanto de legos como de expertos. Tomar en serio este tipo de análisis simétrico supone para los observatorios la incorporación de otras perspectivas disciplinares y otros conocimientos, ya que se trata de “dos maneras opuestas de estimar el mismo objeto técnico: ya sea como elemento confundido con el curso de acción, ya sea como un laberinto en caso de avería.” (Latour, 2012, p. 53). El campo de los Estudios Sociales de la Ciencia y la Tecnología (ESCT) pueden ser aliados estratégicos del diseño en este empeño. Explorar nuevos métodos en

la observación del diseño y sus aplicaciones puede propiciar la apertura a una actitud disciplinar reflexiva y autocrítica, necesaria para abrir la posibilidad a nuevas y mejores formas de diseñar.

Notas

1. https://www.lambiek.net/artists/g/gudim_anton.htm , https://www.instagram.com/_yes_but/
2. Tomo como referencia aquí al ODA (Observatorio-Laboratorio de Diseño Aplicado), en Colombia, y el también ODA Observatorio de Diseño Argentino.
3. Postrel (2013, p. 10) toma esta cita del glosario de poesía explicada de 1721 del diccionario Oxford. En inglés la palabra se escribe glamour. En adelante prefiero usar el término en español: glamur, cuya definición, según la RAE es “efecto sensual que fascina.” <https://dle.rae.es/glamur>
4. Tomado de mi diario de campo. Entrega final del Laboratorio de Diseño 3 periodo académico 2024-1
5. Debo al profesor Jaime Franky la idea de la diferenciación entre la tecnología del modelo y la tecnología del producto.
6. Sin embargo, incluso gigantes tecnológicos como Apple no son infalibles sobre el escenario. En 2017 la función de reconocimiento facial del iPhone X falló mientras el director de software intentaba demostrar su uso. Ver: <https://www.bbc.com/news/technology-41266216> consultada el 20 de marzo de 2026.
7. Tomado del primer reporte de actividades del Observatorio-laboratorio de Diseño Aplicado de la Universidad Nacional de Colombia, en su momento (2010) bajo la dirección del profesor Jaime Franky Rodríguez.
8. Tomado del sitio web del ODA Observatorio de Diseño Argentino: <https://oda.unraf.edu.ar/>
9. Tomado del Manifiesto del Observatorio de Diseño Argentino.
10. Tomado del Reporte de actividades 1 del Observatorio-Laboratorio de Diseño Aplicado UNAL
11. “En el año 2009, el Ministerio de Comercio Industria y Turismo -MinCit, en su Plan Nacional de Diseño, estableció como una de sus líneas estratégicas la “Visualización y promoción de casos de éxito” que buscaba construir información que diera cuenta y promociona casos de éxito en la aplicación de diseño en cualquier disciplina en el sector productivo del país, y fue así que, en el año 2011, lanzó la serie Hacia el éxito por el camino del diseño, un compilado de 3 documentales, que presentaba 20 casos de éxito de diseño industrial en MiPymes colombianas.” (Buitrago Villamizar, 2024, p. 3) La coordinación de esta serie se hizo desde el ODA Observatorio-laboratorio de Diseño Aplicado de la UNAL.

Referencias

- Benoit, P. J. (1997). *Telling the success story: Acclaiming and disclaiming discourse*. State University of New York Press.
- Buitrago Villamizar, M. M. (2024). *Promoción y fortalecimiento del sector del diseño en Colombia a partir análisis de la serie documental "Hacia el éxito por el camino del diseño"*. <https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/86406>
- Heidegger, M. (2016). *Ser y tiempo* (J. E. Rivera, Trad.; 2a. ed). Trotta.
- Jones, B. (2015). Stories of "Success": Narrative, Expertise, and Claims to Knowledge. *Canadian Journal of Law and Society / Revue Canadienne Droit et Société*, 30(02), 293–308. <https://doi.org/10.1017/cls.2015.13>
- Kimbell, L. (2009). Beyond design thinking: Design-as-practice and designs-in-practice. *CRESC Conference*, 1–15.
- Latour, B. (2012). *Cogitamus: Seis cartas sobre las humanidades científicas* (1a ed). Paidós.
- López Jiménez, L. (2022). Precariedad. Una reflexión desde y para América Latina. *Problemas contemporáneos de administración y estudios organizacionales. Una perspectiva latinoamericana*. <https://books.google.com/books?hl=es&lr=&id=z7BsEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT220&dq=emprendimiento+y+precariedad+laboral+en+latinoam%C3%A9rica&ots=oKMAZa19bA&sig=BqhfSltyDwxVnFDMKIpGA31AKN8>
- Martínez Medina, S. (2021). *Anatomización: Una Disección Etnográfica de Los Cuerpos* (1st ed). Universidad De Los Andes.
- Montero, V. (2016). *Hechizos para salvar el mundo*. <https://valentinamontero.com/wp-content/uploads/2025/08/hechizos-valentina-montero.pdf>
- Pérez-Roa, L. (2019). Emprendedores por necesidad: El emprendimiento como estrategia de pago de deudas en un contexto precariedad laboral. *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, (83), 61–75.
- Postrel, V. I. (2013). *The power of glamour: Longing and the art of visual persuasion* (First Simon&Schuster hardcover edition). Simon & Schuster.
- Ramírez, R., & Secchi, M. (2025). *Proceso de Innovación*. Instituto Nacional de Tecnología Industrial - INTI.
- Ruiz Diaz, M. R. (2026). Protopia. Prototipando proveedurías. En *Diseño en Contextos con Textos del Diseño. Algunos procesos y prototipos derivados de proyectos de investigación creación en la Escuela de Diseño Industrial 2015-2023* (pp. 107–158). Universidad Nacional de Colombia.
- Suchman, L. (2012). Configuration. En *Inventive methods* (pp. 48–60). Routledge. <https://api.taylorfrancis.com/content/chapters/edit/download?identifierName=doi&identifierValue=10.4324/9780203854921-4&type=chapterpdf>
- Suchman, L. A. (1999). *Plans and situated actions: The problem of human-machine communication* (Nachdr.). Cambridge Univ. Press.
- Williams, C. C., & Gurtoo, A. (2013). Beyond entrepreneurs as heroic icons of capitalist society: A case study of street entrepreneurs in India. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 19(4), 421. <https://doi.org/10.1504/IJESB.2013.055485>

Abstract: The following analysis arises from a doctoral thesis exploring the material practices of design within the field of Science and Technology Studies (STS). Thus, the presentation of models and prototypes in final academic project submissions is considered a performative event in which the merit of the design proposal frequently stems from “hechizos” (makeshift elaborations)—often precarious but effective material assemblages. Glamour, in turn, acts as another form of enchantment (Postrel, 2013) in which concealment is used as a strategy for the promise of an easier life. Yes, but... appears as an interpretive *topoi* in contemporary popular culture in which the purported improvement in quality of life promised by design seems to emerge from the “hechizo”, which acquires meaning when understood as an exercise in transforming reality (Montero, 2016).

Keywords: Final submissions - spells - performative events - assemblages - argumentation

Resumo: A análise a seguir surge de uma tese de doutorado que explora as práticas materiais do design no campo dos Estudos de Ciência e Tecnologia (ECT). Assim, a apresentação de modelos e protótipos em trabalhos acadêmicos finais é considerada um evento performativo no qual o mérito da proposta de design frequentemente deriva de elaborações “gambiarras” — muitas vezes conjuntos materiais precários, porém eficazes. O glamour, por sua vez, atua como outra forma de encantamento (Postrel, 2013), em que o ocultamento é usado como estratégia para a promessa de uma vida mais fácil. “Sim, mas...” aparece como um tópico interpretativo na cultura popular contemporânea, em que a suposta melhoria na qualidade de vida prometida pelo design parece emergir do encantamento -gambiarras-, que adquire significado quando compreendido como um exercício de transformação da realidade (Montero, 2016).

Palavras-chave: Submissões finais - feitiços - eventos performativos - agenciamentos - argumentação

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo.]

Miguel Rolando Ruiz Diaz Diseñador Industrial de la UNAL-Bogotá. Mg. en Diseño Industrial UNAM-México, Doctorando en Ciencias Humanas y Sociales (DCHS) de la Universidad Nacional de Colombia (UNAL). Docente asociado de la Escuela de Diseño Industrial de la UNAL-Bogotá.