

# Innovación y sostenibilidad: ejes de un cambio paradigmático en el pensamiento del Diseño

Iván Burbano Riofrío <sup>(1)</sup>

---

**Resumen:** A lo largo del tiempo, el pensamiento del diseño ha pasado por una serie de modificaciones que han puesto en crisis tanto, la práctica, como, la concepción misma del campo. Éstos han sido el resultado, a su vez, de cambios sociales y tecnológicos.

Tal fue el caso del surgimiento de un campo del diseño autónomo de las artes y la arquitectura durante los inicios del siglo XX. Consecuencia, por un lado, de los cambios vertiginosos durante la formación de las sociedades industrializadas; por otro, de los cambios tecnológicos evidentes en nuevos instrumentos y técnicas que revolucionaron la manera de producir, distribuir y consumir la cultura material y visual.

Posteriormente, el contra discurso posmoderno y el advenimiento de las herramientas digitales, a finales de la década de setenta e inicios de los ochenta del siglo pasado. Lo que puso nuevamente en crisis al pensamiento del diseño: la expresividad y la emoción se impusieron a la racionalidad, y, en la práctica, la simplificación de los procesos supuso la llegada de novedosas síntesis formales, pero, también, la pérdida de la exclusividad de los diseñadores en el dominio de las técnicas constructivas.

En la actualidad, por una parte, la emergencia del pensamiento contemporáneo, con base en el pensamiento relacional y en nuevas maneras de abordar la complejidad en los ámbitos de la innovación y la sostenibilidad; y, por otra parte, la inteligencia artificial y el diseño autogenerado digitalmente, han llevado a re-valorar la concepción estratégica del diseño. Este artículo pretende ser una reflexión sobre las concepciones emergentes del diseño, sustentadas en los discursos de la innovación y la sostenibilidad. Describe cómo estas concepciones posicionan al diseño estratégico como un nuevo paradigma del pensamiento del diseño como disciplina; y, de qué manera estos cambios se evidencian en la enseñanza de la disciplina.

**Palabras clave:** Diseño - Estrategia - Innovación - Sostenibilidad - Pensamiento - Paradigma, Enseñanza - Contemporáneo - Concepción - Disciplina

[Resúmenes en castellano y en portugués en las páginas 57-58]

---

<sup>(1)</sup> Iván Burbano Riofrío es Profesor titular de la Universidad San Francisco de Quito, Ecuador. Doctor en Diseño por la Universidad de Palermo, Buenos Aires, bajo la dirección de la Doctora Verónica Devalle. Máster en Diseño Estratégico e Innovación bajo la dirección del Profesor Ezio Manzini. Diseñador por la Pontificia Universidad Católica del

Ecuador en Quito. Sus líneas de investigación se enfocan en los campos de la Historia del Diseño y en líneas temáticas derivadas del Diseño Estratégico.

## Hacia nuevas aproximaciones del campo

Mientras los límites de las diversas disciplinas y sub-disciplinas relacionadas con el Diseño se vuelven cada vez más difusos, tanto diseñadores, como educadores en el campo, debemos responder de una manera más democrática y abierta a nuevas maneras concepciones y aproximaciones de la disciplina.

El diseño va pasando de centrar su atención en la síntesis formal del producto, a enfocar u actividad en sus procesos y métodos, en lo que podríamos denominar una especie de *pensamiento del diseño*, y cómo estos procesos y métodos pueden trasladarse y replicarse a otros contextos a otras prácticas, campos y disciplinas. Como ejemplo de una de estas aproximaciones tenemos al Diseño para Innovación Social (Manzini, 2010, 2015), que involucra un cambio de visión del diseño, sus procesos y metodologías, hacia características transversales y transdisciplinarias.

Este cambio en el modo de concebir el Diseño ha ido a la par de los efectos resultado de la presión, cada vez más fuerte, del modelo económico social occidental, sobre el medioambiente. Esto obliga a pensar, de alguna manera, en nuevas formas participativas y colaborativas de producción, distribución y consumo de bienes y servicios, y de qué manera la educación en diseño se va poniendo al día con estas tendencias. A través de este ensayo, se quiere evidenciar de qué manera la educación en diseño tiende a enfocarse cada vez más en los procesos participativos, desde un enfoque estratégico, y con propuestas cada vez más sistémicas.

## Reflexionando sobre el rol del diseño

Tradicionalmente, las diferentes disciplinas relacionadas con el diseño se perciben como actividades profesionales relacionadas directamente con la forma externa y la funcionalidad de sus productos tangibles e intangibles. Aspectos que tienen que ver con sus características, tanto pragmáticas-utilitarias, como simbólico-comunicacionales. Sin embargo, durante las últimas décadas hemos observado como otro tipo de características y valores, ligados a la sostenibilidad ambiental y cultural, así como a aspectos vinculantes a las nuevas tecnologías, van abriéndose espacio respecto a los que las personas consideran como valioso en un producto considerado diseñado.

Consecuentemente, han emergido nuevos puntos de vista desde y hacia el diseño. El vínculo diseño e innovación sobrepasa la concepción estratégica enfocada solo en los negocios, hacia una concepción donde las ciencias sociales van tomando más protagonismo. Tal es el caso del Diseño para la Innovación Social (Manzini, 2010, 2015) y el Diseño para

la Sustentabilidad y el Diseño Participativo (Sanders, 2014). En estos casos, el producto final no es necesariamente “un” objeto, sino que consiste en soluciones sistémicas, en donde los productos, tangibles y/o intangibles, constituyen los componentes. Más aún, en el Diseño Participativo donde, más allá del producto final, el proceso y los métodos constituyen también un producto de diseño.

En esta misma línea sistémica, se vuelve cada vez más necesario formar profesionales del diseño con una visión más holística. Productos, servicios y estrategias de comunicación visual convergen en *sistemas producto* (Zurlo, 2012) donde el diseñador tiene el propósito de articular y dar sentido a los diferentes elementos como un todo. Por ende, la idea del diseño como un *actor estratégico* (Kotler, 1984) cobra nuevos significados en cuanto, los procesos y métodos proyectuales tienden a crear nuevas soluciones donde los sistemas producto-servicio determinan nuevos comportamientos y relaciones entre las personas. Consecuentemente, el rol transdisciplinario del diseño plantea un escenario donde una visión más amplia del diseño desempeña cada vez un rol más importante. Esto implica darle más importancia al diseño de los procesos y metodologías que hagan viables propuestas más participativas entre los diversos actores del proyecto. El ADN del diseño tiende a poner foco en las interacciones del sistema producto y en el rol del diseño como motivador de la innovación (Verganti, 2009), no solo en instancias tecnológicas y materiales, pero, ante todo, en los aspectos simbólicos clave en las relaciones y comportamientos de las personas.

## **Diálogos entre la educación del diseño e ideas que plantean escenarios posibles**

Dar forma a un perfil profesional en diseño cuya característica principal sea la de un pensador estratégico, con capacidad de proyectar soluciones sistémicas dentro de procesos de diseño participativos, tiene de frente una serie de retos. *Primero*, la educación en diseño necesita plantear escenarios que consideren aproximaciones de tipo transdisciplinar en la formación de dichos diseñadores estratégicos, que les otorgue la capacidad para enfrentar problemas complejos e intrincados. Problemas que tienen que ver con temas como la innovación social, la sostenibilidad ambiental, las nuevas tecnologías y las redes de comunicación: “La posible interacción entre las innovaciones tecnológicas y sociales podría convertirse en un poderoso promotor de formas sostenibles de vivir y producir” (Manzini, 2012). El paradigma social y económico, según Ezio Manzini (2010), se dirige hacia lo que él define como el modelo SLOC, por sus siglas en inglés, de pequeño, local, abierto y conectado (*small, local, open and connected*). Según esta idea, el papel del Diseño es “impulsar, apoyar y fortalecer” las iniciativas pequeñas y locales de manera tal que puedan abrirse y relacionarse con otras para generar una verdadera innovación social. El Diseño, por lo tanto, se convierte en un actor clave en lograr “influir en la forma en que los pueblos generan formas sociales, producen innovaciones sociales significativas y abordan el cambio social hacia la sostenibilidad” (2012).

*Segundo*, la educación en diseño necesita, cada vez más, tomar en cuenta a la sostenibilidad medioambiental como un elemento de valor dentro de los procesos proyectuales.

El Diseño debe estimular la creación de vínculos entre las personas y la tierra, para que dar valor a formas sustentables de producir, distribuir, consumir, mediante el uso de materiales y formas de energía renovables. Por consiguiente, el profesional en diseño debe plantearse una nueva ética que le exija a sí mismo tomar en cuenta maneras de ampliar los ciclos de vida del producto, tanto a nivel utilitario como simbólico.

*Tercero*, el reto de formar diseñadores con una nueva concepción del campo que les permita leer y reaccionar frente a las tecnologías emergentes en campos como la inteligencia artificial y la biotecnología. Relacionando etimológicamente la palabra tecnología como el *saber hacer*, el rol del Diseño debe enfocarse en la *humanización* de esta tecnología. En otras palabras, en un mundo donde las destrezas del oficio del diseñador podrían ser, en algunos casos, reemplazadas por tecnologías como la inteligencia artificial, el propósito del diseñador profesional (el experto en su campo) debe dirigirse a intermediar en la relación entre estos nuevos artefactos y el común de las personas.

*Cuarto*, el incluir, de manera participativa, a los distintos actores en el proceso proyectual. En este sentido, es fundamental la enseñanza de estrategias que permitan conocimiento a nivel contextual y empático por parte de los diseñadores, adicional a los conocimientos teóricos e instrumentales tradicionales. Las soluciones efectivas provienen de esfuerzos colaborativos, y en reflexionar cómo las soluciones locales pueden aportar a soluciones globales y viceversa. Escuchar a los actores como intérpretes es importante. Sin embargo, es también importante saber valorar su experiencia y puntos de vista. De hecho, “el diseño participativo, definido como la actividad de diseñadores y personas no capacitadas en diseño que trabajan juntas en el proceso de diseño y desarrollo” (Sanders, 2014) es una herramienta “bidireccional”. Consecuentemente, las personas involucradas en la actividad de diseño, de manera directa o indirecta, se convierten en colaboradores activos en el proceso proyectual. Por lo tanto, urge el desarrollo de estrategias que permitan acceder a conocimientos empáticos y contextuales que permitan un adecuado entendimiento y una adecuada interpretación de la información, que resulte en un dialogo transformador que pueda ser aplica en el diseño de soluciones útiles e innovadoras.

Estos cuatro elementos determinan los escenarios que fomenten una etnografía aplicada al diseño que prioricen un enfoque hacia las personas mediante la observación y la interpretación. También nos hacen caer en cuenta del rol del diseño en la sociedad más allá de la cultura material y visual hacia comprender, en toda su magnitud, su verdadera capacidad de transformar relaciones y comportamientos sociales. Los estudiantes de diseño deben ser educados para comprender y manejar su capacidad de generar cambios positivos en la sociedad mediante sus productos diseñados. Por consiguiente, el pensamiento estratégico es clave y necesario en la configuración de nuevos sistemas producto-servicios que estimulen cambios de comportamientos socioculturales hacia formas más sustentables de producción y consumo (Clune, 2010). Se requiere de nuevos escenarios donde el diseño diluya sus diferentes enfoques especializados creando un campo de diálogo entre ellos. Subsecuentemente, se necesitan nuevas metodologías transversales y herramientas innovadoras que permitan dicho diálogo. Éstas deben ser flexibles y capaces de adaptarse a diversas circunstancias sociales y culturales, y acordes al tipo de proyecto.

## Un diseño más democrático y transversal

La digitalización de la tecnología, y sus aplicaciones en la inteligencia artificial, han hecho posible que muchas personas puedan acceder a herramientas que les permiten crear sus propias soluciones mediante productos que, anteriormente, eran considerados como competencia exclusiva de los diseñadores profesionales. No obstante, algo que en un principio resulta como un problema para la disciplina, resulta ser una oportunidad para democratizar el diseño. Mientras más personas se ven involucradas en el diseño de sus propios productos, los diseñadores se ven en la premisa de crear metodologías que les guíen a través de un proceso proyectual. Ejemplos de este tipo de metodologías las encontramos en el *Design Thinking* (Brown, 2009), y en el estudio realizado por Roberto Verganti (2009) descrito en su libro *Design Driven Innovation*. Los dos representan referentes para aplicar procesos de diseño por fuera del campo disciplinar. Sin embargo, para llegar a los individuos como tal, los diseñadores deben generar metodologías más accesibles que simplifiquen los procesos y los vuelvan más replicables, incluso a través del uso de las mismas tecnologías. Estos procesos deben incluir enfoques participativos que permitan una retroalimentación entre diseño experto y el diseño difuso, que en términos de Ezio Manzini (2015), representan el diseño profesional *versus* la capacidad innata de las personas para proyectar sus propias soluciones.

Este tipo de interacciones entre diseño experto y diseño difuso deberían ser más evidentes en aquellas sociedades en desarrollo, donde el rol del Diseño puede generar mayor impacto. Por consiguiente, la enseñanza del diseño debe incluir una participación cada vez más activa de los estudiantes con la comunidad, de manera tal que les permita estar más al tanto de las problemáticas sociales, y por ende, generar más empatía y conocimiento contextual para el desarrollo de proyectos participativos en el campo del Diseño. El diseño estratégico juega un papel fundamental como concepción disciplinar en este emergente campo.

## Casos de Estudio

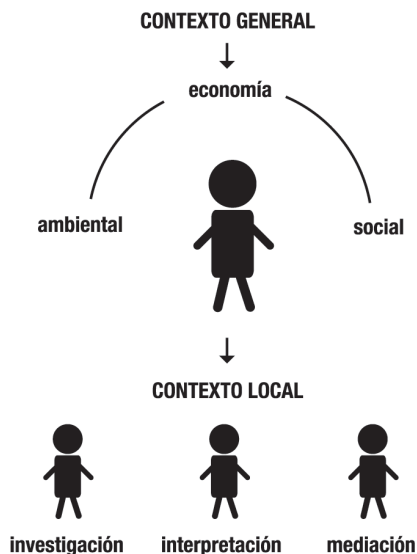
Se presenta una selección de proyectos realizados por estudiantes de la carrera en la carrera de Diseño Comunicacional de la Universidad San Francisco de Quito, que, de alguna manera, ilustran estas nuevas aproximaciones de la disciplina, y muestran formas de enfocar el Diseño Estratégico hacia los escenarios ya descritos.

## Desarrollo de una metodología de diseño replicable y transversal para la innovación social en pequeñas comunidades

Este proyecto desarrollado por Ana Larco, en su momento estudiante de cuarto año de la carrera, tiene el propósito de proyectar procesos replicables de diseño participativo para pequeñas comunidades en Ecuador. El proyecto se enmarca en una sostenibilidad socioe-

conómica para la generación de soluciones abiertas y conectadas dentro de ámbitos de acción locales y a pequeña escala.

En primera instancia, se define al diseñador como un profesional con habilidades “camaleónicas”, capaz de jugar roles multifacéticos y de interpretar, analizar y evaluar la realidad del lugar. Estas habilidades le convierten en un mediador entre la comunidad y el proceso de diseño. El diseñador, además, debe ser capaz de adaptarse a contextos de incertidumbre y ser resiliente frente a las diversas circunstancias (Ver Figura 1).

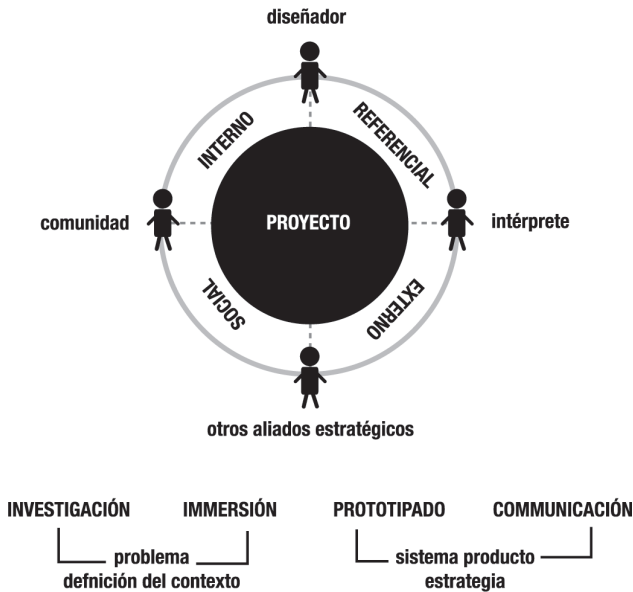


**Figura 1.** Diseñador como mediador entre la comunidad y el proceso de diseño.

adaptable y escalable a diversas problemáticas y temas

Durante el proyecto se identificaron cuatro fases que permiten una aproximación participativa y una comprensión de la problemática: *uno*, investigación; *dos*, inmersión, que permita una profundización del conocimiento de la problemática y sus causas; *tres*, creación, que involucre el prototipado y testeado de las ideas y conceptos; y, *cuatro*, el desarrollo de una estrategia de comunicación que permita una adecuada comprensión de los requerimientos del proyecto y una articulación entre los diferentes actores y participantes del proyecto.

La definición y distinción de los actores es clave. Cada actor debe tener un rol específico: sea como diseñador experto; miembro de la comunidad con capacidad de motivar y liderar; aliados estratégicos; e, intérpretes que, a través de una mirada desde afuera, sean capaces de identificar oportunidades (Ver Figura 2).

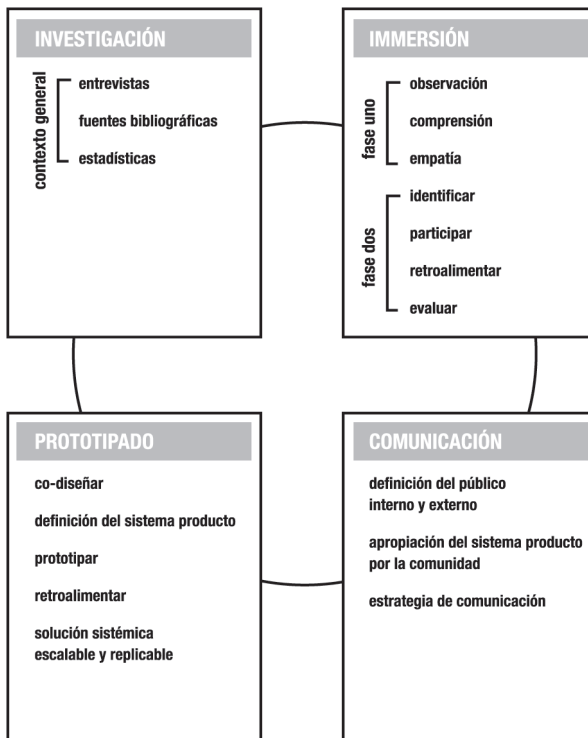


**Figura 2.** Cuatro fases que permiten una aproximación participativa y la comprensión de la problemática.

Con estas premisas, se elaboró un plan estratégico que tomó en cuenta los contextos geográfico, cultural y social. Se realizaron entrevistas y se relevó información estadística que permitió al diseñador generar el sustento y los argumentos para la construcción de un diálogo con la comunidad. Se incluyó además herramientas etnográficas de observación participativa y no participativa. El objetivo, además de relevar información, fue crear afinidad con la comunidad, confianza y un sentido de compromiso. Permite, además, que el diseñador se familiarice mejor con la problemática, sus causas, e identificar potenciales oportunidades y dificultades. Finalmente, se diseñan las actividades participativas, que, desde un enfoque motivacional, proyecten y estimulen la creación de propuestas de valor. La comunidad se vuelve activa en la construcción del proyecto a través de la generación de ideas, apertura a la experimentación y una postura crítica, constructiva y sustentada, frente a las alternativas de solución. En estas dinámicas, el rol del diseñador es de mediador entre el proyecto y la comunidad, y evalúa las propuestas en base a la información relevada. Durante esta fase, la opinión de los intérpretes se torna necesaria, que, desde una mirada externa, pueden enfocarse en aspectos no vistos desde una mirada inmersiva. Los intérpretes son personas con una diversa gama de actividades no necesariamente relacionadas al diseño.

Durante las actividades de creación se realizaron actividades de prototipado y tests con la participación de la comunidad. Estas actividades permiten pulir decisiones proyectuales y generar nuevos criterios que permiten recrear ideas durante el proceso de diseño. Se van perfilando los elementos del sistema producto como solución definitiva. Esta propuesta

sistémica, como resultado final, debe tener la característica de ser replicable y escalable. La estrategia de comunicación del sistema producto es fundamental no solo en dar a conocer las características de la solución, sino también en crear un sentido de apropiación de la comunidad hacia el proyecto, y en hacerlo comprensible, accesible y aceptable tanto para el público interno como externo (Ver Figura 3).



**Figura 3.** Metodología y actividades de las cuatro fases.

Esta metodología, fue aplicada por la misma estudiante para el desarrollo de una identidad visual para una red de comunidades dedicadas al cuidado y distribución de semillas autóctonas.



## Identidad visual para la Red de Guardianes de Semillas

La Red de Guardianes de Semillas es una red de comunidades ecuatorianas dedicadas a la producción, preservación y distribución de semillas autóctonas y que corren peligro de extinción. Esta actividad se fundamenta en prácticas sustentables de agricultura, basadas en métodos tradicionales de producción, con el objetivo de generar modelos solidarios y de comercio justo entre sus miembros.

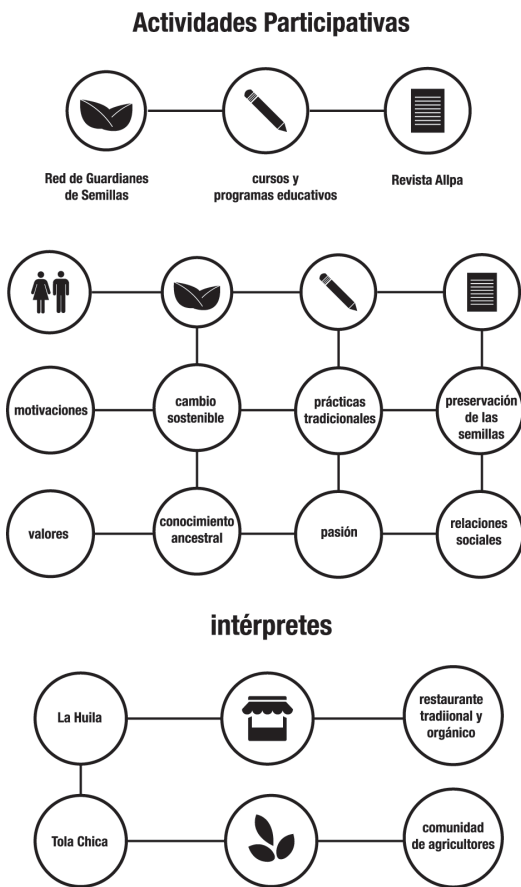
El proyecto tiene como objetivo crear un sistema de identificación visual para la Red, poniendo en práctica, al mismo tiempo, la metodología de diseño participativo desarrollada con anterioridad y descrita en el apartado anterior. La intención fue construir una identidad visual no impuesta, es decir, que no parta solo de la visión propia del diseñador, sino que involucre a los participantes de la red. Este proceso incluyó actividades que permitieron una búsqueda de una identidad colectiva de la Red, basadas la construcción de un perfil comunitario desde el Diseño Centrado en las Personas. Esto llevó a un diseño participativo que involucró la creación de roles específicos para los miembros de la Red involucrados, la búsqueda de intérpretes externos y el rol mediador del diseñador, sustentado en la información relevada con anterioridad en la fase de investigación y en una mirada teórica y metodológica desde la etnografía del diseño (Martín Juez, 2002) (Ver Figura 4).



**Figura 4.** Esquema de Diseño Participativo y sus actores.

Las actividades fueron diseñadas para ser inmersivas y fueron contrastadas por actividades previas de observación y entrevistas. Esto permitió que, durante las actividades de diseño participativo se pudiese realizar un fluido intercambio de criterios e información. Adicionalmente, los resultados de las actividades se publicaron en la revista de la *Red Allpa*, lo que permitió una amplia difusión entre sus miembros. Las actividades tuvieron como objetivo clarificar las intenciones e identificar aquellos valores clave en la creación de la identidad visual.

Se contó, además, con la participación de dos intérpretes de fuera de la Red, cuyos criterios fueron útiles para evaluar las posibles soluciones y buscar, de ser necesario, nuevas aproximaciones. Los intérpretes eran dueños de un restaurante local llamado La Huila, un negocio que se provee de los productos de otra comunidad llamada Tola Chica, no relacionada con la Red de Guardianes de Semillas (*Ver Figura 5*).

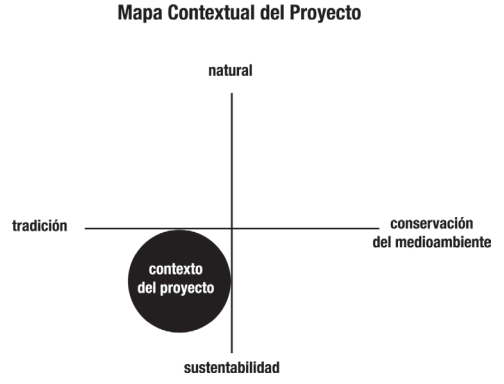


**Figura 5.** Actividades participativas e intérpretes.

El resultado de este proceso fue la definición de una serie de propuestas de identidad visual. A partir de ahí, el diseñador tomó el rol de evaluador e intérprete. El producto final fue un sistema de identificación e identidad visual para la red, plasmada en su gama de productos (Ver Figuras 6, 7, 8 y 9).



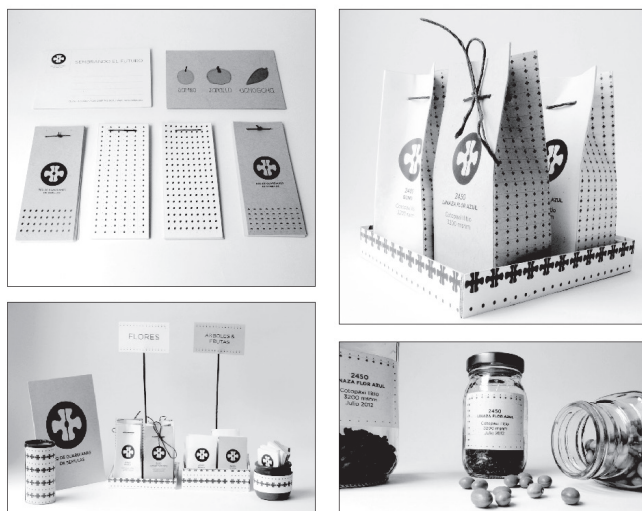
7



6



8



**Figuras 6, 7, 8 y 9.** Sistema de identificación e identidad visual y su gama de productos (Crédito: Fotografía de Ana Larco).

Este caso pone sobre la mesa nuevas concepciones de la educación en diseño. La necesidad por formar diseñadores estratégicos con foco en el desarrollo de metodologías participativas y un involucramiento con las necesidades y actores reales. Esto permitió la generación de habilidades de diálogo y una búsqueda de información que generó las bases para un conocimiento empático y contextual con la comunidad. El proyecto no obtuvo el resultado final esperado: esto es la implementación del sistema de identidad visual. Esto evidenció falencias al momento de tomar en cuenta al consumidor como un actor fundamental en el proyecto. Fallas que fueron tomadas en cuenta en el siguiente caso que vamos a describir. No obstante, esta experiencia marcó un hito en cuanto puso de manifiesto la necesidad de generar metodologías propias de diseño participativo, que, si bien pueden sustentarse en modelos ya existentes, requieren de ser modificadas y pulidas para adaptarse a los contextos socioculturales y económicos locales.

## Diseño de un juego de mesa para niños con dislexia

Tic Toc es un juego de mesa cuyo objetivo es que los niños con dislexia aprendan a leer la hora. Fue desarrollado por Paulina Ortiz, estudiante de cuarto año de la carrera. Este juego buscó sacar partido al esfuerzo mental que estos niños realizan al realizar una actividad que, para muchos parece tan fácil, pero que, para un niño con dislexia puede resultar algo complicada: leer la hora. Esta actividad resulta en un ejercicio muy útil y que permite

desarrollar habilidades que, a los niños, con este tipo de discapacidad, les permitirá, a futuro, leer textos de una manera más fluida para, luego, acceder a actividades cognitivas más complejas.

Este proyecto fue un esfuerzo interdisciplinario que involucró a psicólogos y educadores. También involucró, por parte de la estudiante, una aproximación transdisciplinaria hacia la teoría de juegos y la interacción con interfaces físicas. Para la investigación inicial fue fundamental la realización de entrevistas a los padres y actividades de observación a los niños. Estas actividades involucraron a la lectura de pequeños textos, y permitió evidenciar la mejora progresiva al someter a los niños a actividades previas de lectura de la hora. Los intérpretes fueron psicólogos y educadores que evaluaron las actividades y sugirieron cambios en la metodología. También se consultó a artistas que contribuyeron con nuevas ideas sobre las actividades del juego (Figura 10).

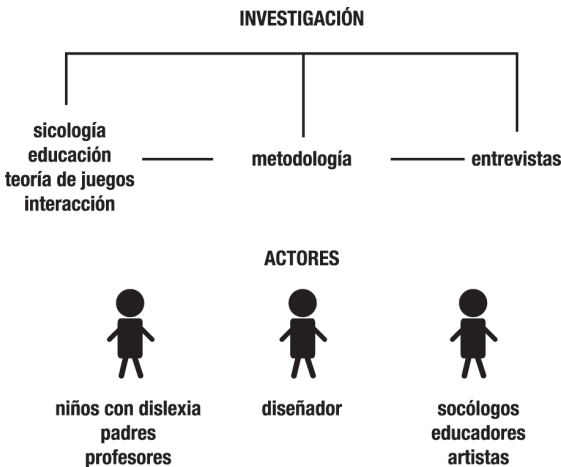
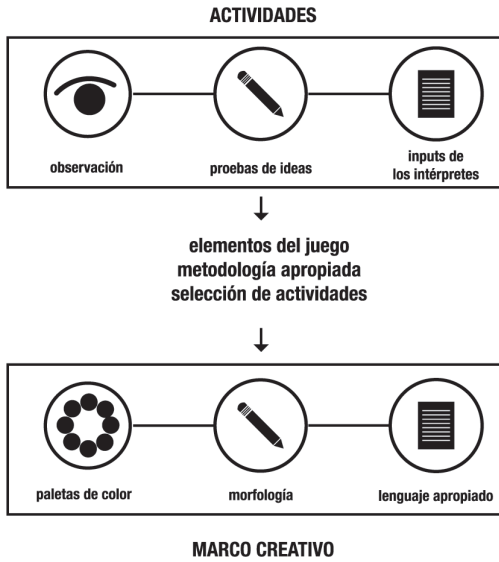


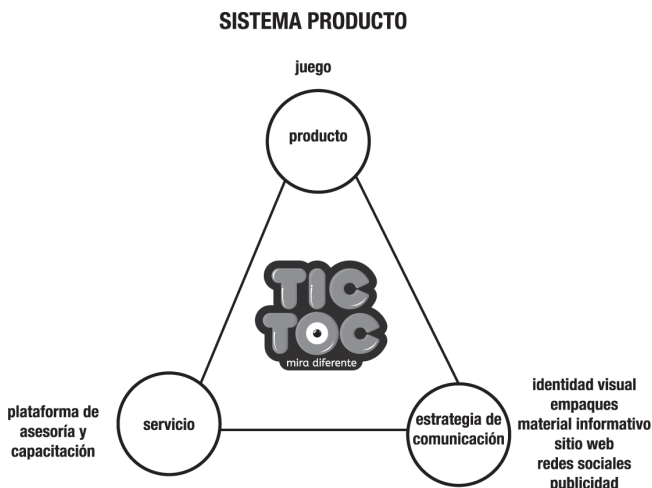
Figura 10. Fase de la Investigación y sus actores.

A partir de estas actividades se desarrollaron los primeros conceptos de diseño que fueron probados repetidamente para redefinir las características formales que debería tener el juego, como también el sistema de reglas, objetivos y recompensas. Poco a poco se establecieron en conjunto de características gráficas e interactivas. Se optó por la creación de tres personajes que sugiriesen los tres perfiles tipo de niños identificados durante el proceso. Se realizó un prototipo cien por ciento real y funcional. Los resultados concluyeron que había fallas de comprensión de las reglas, objetivos y recompensas. Por lo que se rediseño el empaque varias veces hasta lograr que el producto se entendiese por sí solo (Ver Figura 11).



**Figura 11.** Definición de las actividades, elementos del juego, metodología apropiada y el marco creativo.

El producto final se lo contempló como un sistema constituido por: primero, el juego en sí compuesto por sus diferentes piezas y elementos; segundo, una estrategia de comunicación que involucró el diseño de la marca gráfica, el empaque, y una campaña de promoción en información; y, tercero, un servicio mediante una plataforma web que brinda actividades complementarias, así como brinda el espacio para ofrecer charlas y actividades de consultoría a través de instituciones educativas y clínicas psicológicas asociadas (Ver Figuras 12 y 13).



12



**Figuras 12 y 13.**  
Sistema-Producto del  
Juego y Pruebas de  
Prototipos (Crédito:  
Fotografías de  
Paulina Ortiz).

Este caso ilustra como el diseño estratégico, en conjunto con metodologías de diseño participativo, puede apelar a cambios de comportamiento en el tratamiento de niños con dislexia, tanto en la interacción con sus padres, como con sus profesores. A través del diseño, los niños pueden mejorar sus habilidades diarias y, al mismo tiempo, padres y profesores aprenden la importancia de las metodologías lúdicas en las actividades de enseñanza-aprendizaje. A diferencia del proyecto anterior, se involucró de manera más activa al consumidor a través de pruebas metódicas del sistema producto. Dando como resultado un sistema producto mucho más consistente y válido para ser comercializado (Ver Figura 14).

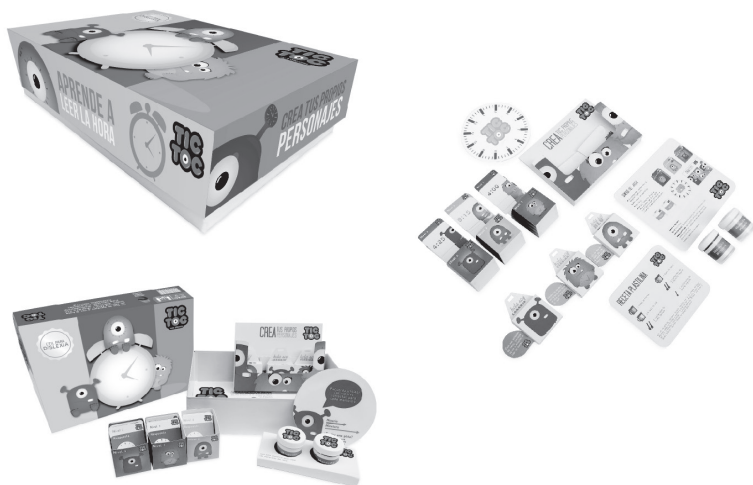


Figura 14. Resultado final del juego (Fotografías: Paulina Ortiz).

## Conclusiones

Al mismo tiempo que los límites disciplinares se vuelven más difusos, se evidencia una tendencia por retornar a un campo del diseño más integrador y con una visión holística. El diseño es un campo que debe abrirse y conectarse con otros campos de saberes y prácticas, debe ser capaz de romper sus propios límites para transgredir hacia otros espacios. Las problemáticas intrincadas que enfrentamos en las sociedades contemporáneas solo pueden ser resueltas por un pensamiento en red y que requiere un conjunto de habilidades y competencias sociales y comunicacionales enfocadas hacia actividades participativas con la comunidad.

Como educadores en el campo del diseño debemos priorizar el pensamiento estratégico del diseño hacia soluciones participativas que promuevan la innovación social y la sostenibilidad. Por ende, debemos priorizar el diseño de métodos y procesos, la *estética del proceso*, por sobre la *estética del producto*. Se requiere de soluciones sistémicas que involucren distintos puntos de vista. Consecuentemente, nos dirigimos hacia una disciplina que se aproxima más a la Antropología y las Ciencias Sociales que a la idea moderna de las artes.



## Referencias

- Brown, T. (2009). *Change by Design*. New York: HarperCollins.
- Clune, S. (2010). Design and Behavioral Change. *The Journal of Design Strategies*, 4(1) 68-75.
- IDEO. (2011). *Human Centered Design Toolkit*. Retrieved from <http://www.ideo.com/by-ideo/human-centered-design-toolkit>
- Kotler, P. & Rath, A. (1984). Design: A Powerful but Neglected Strategic Tool. *Journal of Business Strategy*, 5(2) 16 - 21.
- Larco, A. (2014). *Exploración de metodologías de diseño transversales y replicables*. (Tesis de grado). Universidad San Francisco de Quito: Quito, Ecuador.
- Manzini, E. (2010). Small, Local, Open, and Connected: Design for Social Innovation. *The Journal of Design Strategies*, 4(1) 8-11.
- \_\_\_\_\_ (2012). *Design for social innovation vs. social design*. Retrived from [www.design-network.org/content/design-social-innovation-vs-social-design](http://www.design-network.org/content/design-social-innovation-vs-social-design).
- \_\_\_\_\_ (2015). *Cuando todos diseñan: una introducción al diseño para la innovación social*. Madrid: Experimenta Editorial.
- Martín-Juez, F. (2002). *Contribuciones para una antropología del diseño*. Barcelona: Gedisa.
- Ortiz, P. (2014). *Tic Toc: juego para que niños con dyslexia aprendan a leer la hora*. (Tesis de grado). Universidad San Francisco de Quito. Quito, Ecuador.
- Sanders, E. (2014). Perspectives on Participation in Design. In C. Mareis, M. Held & G. Joost (Ed.), *Wer gestaltet die Gestaltung?: Praxis, Theorie und Geschichte des partizipatorischen Designs* (pp. 65-78). Bielefeld: transcript Verlag.
- Verganti, R. (2009). *Design Driven Innovation*. Boston: Harvard Business School Publishing Corporation. Boston.
- Zurlo, F. (2012). Design Strategico. In *Treccani Enciclopedia*. Retrieved from [www.treccani.it/enciclopedia/design-strategico\\_\(XXI-Secolo\)](http://www.treccani.it/enciclopedia/design-strategico_(XXI-Secolo))

---

**Abstract:** Over time, design thinking has undergone a series of modifications that have challenged both the practice and the very conception of the field. These have been the result, in turn, of social and technological changes.

Such was the case with the emergence of a field of design autonomous from the arts and architecture at the beginning of the 20th century. This was the consequence, on the one hand, of the vertiginous changes during the formation of industrialised societies; on the other, of the technological changes evident in new instruments and techniques that revolutionised the way in which material and visual culture was produced, distributed and consumed.

Subsequently, the postmodern counter-discourse and the advent of digital tools in the late seventies and early eighties of the last century. This once again brought design thinking into crisis: expressiveness and emotion prevailed over rationality and, in practice, the simplification of processes meant the arrival of new formal syntheses, but also the loss of the exclusivity of designers in the mastery of construction techniques.

Today, on the one hand, the emergence of contemporary thinking, based on relational thinking and new ways of dealing with complexity in the fields of innovation and sustainability; and, on the other hand, artificial intelligence and digitally self-generated design, have led to a re-evaluation of the strategic conception of design.

This article aims to be a reflection on the emerging conceptions of design, underpinned by the discourses of innovation and sustainability. It describes how these conceptions position strategic design as a new paradigm of design thinking as a discipline; and how these changes are evident in the teaching of the discipline.

**Keywords:** Design - Strategy - Innovation - Sustainability - Thinking - Paradigm - Teaching - Contemporary - Conception - Discipline

**Resumo:** Ao longo do tempo, o pensamento do design sofreu uma série de modificações que desafiaram tanto a prática como a própria concepção do campo. Estas, por sua vez, têm sido o resultado de mudanças sociais e tecnológicas.

Foi o caso da emergência de um campo do design autónomo das artes e da arquitectura no início do século XX. Uma consequência, por um lado, das mudanças vertiginosas durante a formação das sociedades industrializadas; por outro, das mudanças tecnológicas evidentes em novas ferramentas e técnicas que revolucionaram a forma como a cultura material e visual era produzida, distribuída e consumida.

Posteriormente, o contra-discurso pós-moderno e o advento das ferramentas digitais no final dos anos setenta e início dos anos oitenta do século passado. Isto levou mais uma vez o pensamento do design à crise: a expressividade e a emoção prevaleceram sobre a racionalidade e, na prática, a simplificação dos processos significou a chegada de novas sínteses formais, mas também a perda da exclusividade dos designers no domínio das técnicas de construção.

Hoje, por um lado, a emergência do pensamento contemporâneo, baseado no pensamento relacional e em novas formas de lidar com a complexidade nos campos da inovação e sustentabilidade; e, por outro lado, a inteligência artificial e o design auto-gerado digitalmente, levaram a uma reavaliação da concepção estratégica do design.

Este artigo pretende ser uma reflexão sobre as concepções emergentes do design, sustentada pelos discursos de inovação e sustentabilidade. Descreve como estas concepções posicionam o design estratégico como um novo paradigma do pensamento do design como uma disciplina; e como estas mudanças são evidentes no ensino da disciplina.

**Palavras chave:** Design - Estratégia - Inovação - Sustentabilidade - Pensar - Paradigma - Ensino - Contemporâneo - Concepção - Disciplina

---