

# Interlínea

Cuadernos de investigación en arte, diseño y educación  
ISSN 2530.4968

01 | enero 2017

## CARTOGRAFÍAS DEL DISEÑO DESDE LA ACCIÓN SOCIAL

Carmela Forés Tomàs

Interlínea | 01 2017 | ISSN 2530.4968

---

**Resumen.** A lo largo de las últimas décadas hemos sido testigos de la aparición de numerosos términos que gravitan entorno a la necesidad de acentuar el compromiso social y los valores éticos en las prácticas proyectuales como es el diseño. Es evidente que sobran las explicaciones sobre los motivos y causas de esta problemática, literatura no falta sobre el tema, pero intentaremos resumirlo en pocas palabras, un crecimiento ilimitado e injusto del actual sistema económico, el cual comporta graves prejuicios sociales, políticos, culturales, ambientales y, como no, económicos. En pocos años, este sentimiento de inequidad mundial, se ha hecho patente en casi todos los ámbitos de la sociedad y no faltan las voces que reclaman con urgencia un cambio social, es el caso por ejemplo del movimiento de economía social y solidaria, el cual entiende la economía como un medio y no como un fin, integrando en sus actividades principios morales y valores éticos tales como: la solidaridad, la cooperación, la participación, la justicia, la equidad y el respeto por el medio ambiente. En el ámbito del diseño también afloran los términos surgidos de la necesidad de mejora y de cambio social, o al menos de la visibilización de las desigualdades sociales a escala mundial, algunos ejemplos son: diseño para la innovación social, diseño abierto (open design), diseño para el desarrollo humano, diseño activista, diseño para todos, diseño universal, diseño lento, diseño DIY, etc. Es, en el centro de estos escenarios y de sus prácticas, donde se consolidan los valores universales cuya finalidad es potenciar la calidad, la felicidad y el cuidado de la vida en general. Y es desde aquí, desde la acción social transformadora de una comunidad emancipada y sostenible desde donde queremos reflexionar sobre la dimensión social en el diseño.  
**Palabras clave:** tendencias sociales, cambio social, desarrollo humano sostenible, dimensión ética, diseño humanista.

---

**Interlínea** es una publicación independiente que tiene por objeto difundir textos originales centrados en la convergencia del arte, el diseño y la educación. Interlínea es una publicación de la Confederación de Escuelas de Artes Plásticas y Diseño.

Interlínea, 2017. Creative Commons

## Cartografías del diseño desde la acción social

Carmela Forés Tomàs

### 01. Repensar la dimensión social en el diseño

El recorrido del concepto «social», en el ámbito del diseño, se ha ido configurando en el imaginario colectivo como una actividad, en su mayoría, no lucrativa, enfocada a resolver problemáticas concretas para cubrir las necesidades de una minoría social olvidada, generalmente, de países periféricos (ver figura 1). Varias razones alimentan esta definición reduccionista, y en algunos casos asistencialista. Una es la práctica proyectual, bastante extendida, de querer resolver problemas sin profundizar demasiado en las causas que los generan. Otra de las razones, indisoluble de la anterior, es la negación sistemática de asumir los límites ecológicos del crecimiento económico del sistema capitalista, así como también, de la necesidad de un cambio cultural en la sociedad, tanto en los hábitos de producción como de consumo, para poner freno a la explotación de recursos y el consecuente empobrecimiento de estos países.



1. Hipporoller, diseñado por Emily Pilloton. Fotografía de UNAMID (licencia CC BY-NC-ND 2.0)

Víctor Papanek ha sido, y sigue siendo, uno de los diseñadores de referencia en el campo del “diseño social”. Ya en los años 70 advertía de las consecuencias negativas que implicaba la práctica del diseño sin ningún tipo de responsabilidad social, pese a que su denuncia introdujo elementos importantes en el discurso del diseño, como es la dimensión social y ambiental, su posición se mantuvo en un lugar marginal y no tuvo un impacto significativo en la profesión (Margolín, 2002/2005). Casi dos décadas después, la Comisión Mundial de Medio Ambiente y Desarrollo de las Naciones Unidas (CMMAD), mediante el informe Brundtland (1987) popularizó el término de “desarrollo sostenible” integrando, a la dimensión ecológica, las problemáticas sociales y económicas y proponiendo un crecimiento económico basado en políticas de sostenibilidad. Es entonces cuando emergen otras preocupaciones entorno al modelo de crecimiento sostenido propuesto por el sistema neoliberal. De nuevo se alzan voces en el mundo del diseño reclamando un cambio de valores. Ezio Manzini, en un artículo publicado en *Design Issues* en los años 90 (Margolín, 2002/2005), manifiesta que “lo que estamos viviendo hoy es, en realidad, una crisis estructural, y el verdadero tema en discusión es el modelo global de desarrollo” (p. 118), reclamando una modificación drástica de los patrones de consumo. Años más tarde, Margolín (2002/2005) apunta directamente a la responsabilidad de los profesionales del diseño:

El necesario cambio de objetivo para los diseñadores es un proceso más complejo que el enunciado por Víctor Papanek o el proclamado por R. Buckminster Fuller,...(). Requerirá enfocar el desarrollo económico y social desde una perspectiva global, y atender las graves inequidades de consumo que existen entre las personas que viven en los países industrializados y aquellas que pertenecen al mundo en vías de desarrollo. Requerirá, asimismo, enfrentar la profunda crisis ecológica actual, con el fin de ayudar al planeta Tierra a regresar a un estado de sustentabilidad. Si existe la determinación entre los diseñadores, seguramente será posible reinventar el diseño. Si no existe tal determinación, los

diseñadores simplemente continuarán formando parte de un problema cuya solución tendrá que ser hallada por otras profesiones. (pp. 146-147)

Es evidentemente que en el diseño, también en el arte, existe, y ha existido, una gran necesidad de reflexionar sobre “lo social” como reacción natural frente a la deshumanización del actual sistema económico. No obstante, los caminos transitados por la esfera de lo social han sido bastante dispares, cuando no, opuestos. Mientras que el arte, a lo largo del s.XX, ha concebido numerosas corrientes artísticas y de vanguardia con una base teórica y una praxis que ha logrado cuestionar, criticar e incluso fracturar los discursos dominantes; el diseño, en su mayoría, ha ido creciendo al calor de un sistema capitalista que, con su modelo neoliberal de economía de libre mercado, ha sembrado una gran crisis sistémica cuya cosecha recogemos en forma de crecimiento exponencial de las desigualdades sociales, desaparición de la cultura solidaria entre los pueblos, culto al consumo y al individualismo, desequilibrios en los ecosistemas y expolio de recursos naturales, grandes injusticias sociales e incluso falta de valores sociales y de ética individual. Gui Bonsiepe critica duramente el discurso actual del diseño, acusándolo de ser un discurso basado en el acontecimiento mediático y el espectáculo, en lo efímero y en la moda, cada vez más distanciado de la “solución inteligente de problemas” y más orientado hacia la “mera variación epidérmica”, con objetivos exclusivamente comerciales y de márketing (Bonsiepe, 2012, pp. 3-4). En esta línea de pensamiento encontramos las palabras de Kenji Ekuan (citado en Margolín, 2002/2005):

El diseño parece encontrarse en un estado de estancamiento tanto en términos de su ideología como de sus actividades. Da la impresión de que el diseño se ha replegado para dedicarse sólo a la contemplación, mientras el mundo debe lidiar con muchos problemas graves, incluyendo los que atañen al medio ambiente, el bienestar social, los desastres naturales y el tráfico. Y si se dejan las cosas en este estado, el tiempo simplemente pasará, sin que ocurra absolutamente nada. Para asumir un compromiso respecto del curso predominante de nuestro tiempo, y para lograr desempeñar un papel importante, parece ser necesario que el diseño redefina sus objetivos y diseñe una nueva estructura organizativa para sí mismo. (pp. 137-138)

Estas opiniones y preocupaciones crecen en el ámbito del diseño, haciéndose cada vez más visibles, a través de demandas tales como la responsabilidad social del diseñador o como la “concientización”<sup>1</sup> de las repercusiones sociales, culturales y, por supuesto, ambientales de su quehacer proyectual. El aumento de congresos, cursos, talleres, blogs y seminarios de diseño con temáticas más centradas en la ética o la dimensión humana demuestran que cada día son más los esfuerzos realizados para la construcción de una cultura sostenible del diseño.

Nuestra aportación a esta nueva cultura de la sostenibilidad la realizamos desde la reflexión, el análisis, la interpretación y la concientización. Entendemos el adjetivo “social” en toda su complejidad y extensión, sin caer en reduccionismos, como motor de cambio hacia la transformación social y el empoderamiento de lo común. Mediante la observación y el uso de mapas de localización de los escenarios emergentes actuales, desde donde se genera la acción social, visibilizaremos las convergencias y divergencias, identificando artefactos y tendencias sociales con capacidad para modificar tanto nuestro entorno más inmediato y cotidiano como nuestra actitud hacia el futuro.

Pero antes de comenzar con esta cartografía de “lo social” queremos reflexionar sobre dos cuestiones. La primera es sobre la capacidad que tiene (si es que la tienen) el diseño para transformar la sociedad. Y la segunda, sobre la identificación de aquellos agentes, activos hoy en día, capaces de transformar, construir y actuar sobre la realidad social.

Toda práctica creativa nos ayuda a imaginar nuevos escenarios para transformar la vida, la fuerza para el cambio y la manipulación del entorno son la esencia de su existencia. Por tanto, al igual que construimos imaginarios colectivos e identidades, a partir del uso de códigos culturales y semióticos, también nos es posible cuestionarlos, criticarlos y replantearlos desde una perspectiva de cambio social y cultural. Desde este punto de vista podemos afirmar que el diseño tiene capacidad para la transformación social. No debemos entender esta afirmación de manera categórica, es evidente que para

---

1. Aunque el DRAE toma la palabra “concientizar” como sinónima de “concienciar”, este término va más allá de la propia acción de tomar conciencia. Paulo Freire define la concientización como un proceso de acción cultural a través del cual las mujeres y los hombres despiertan a la realidad de su situación sociocultural, avanzan más allá de las limitaciones y alienaciones a las que están sometidos, y se afirman a sí mismos como sujetos conscientes y co-creadores de su futuro histórico. La palabra toma aquí un sentido social y político tanto de denuncia de la deshumanización de nuestra sociedad como de construcción de alternativas para la liberación. (Freire, 1974)

lograr cambios visibles en nuestra sociedad se deberían abarcar otros ámbitos (político, educativo, económico, ambiental, científico, industrial,...) solamente de este modo sería posible la integración de nuevos hábitos y valores culturales capaces de dirigir la sociedad hacia parámetros de vida más sostenibles.<sup>2</sup>

Joaquím Sempere (2009) nos recuerda que además de las decisiones políticas y públicas se requiere de la acción ciudadana organizada en la sociedad civil para forzar transformaciones en el metabolismo sacionatural, así cualquier cambio de hábitos perdurará si lo refuerza una comunidad suficientemente amplia. El movimiento de decrecimiento, de consumo responsable, comercio justo o el “slow food” son ejemplos de acción colectiva encaminada a lograr cambios estructurales, estos movimientos carecen de la capacidad para influir en el sistema económico global por sí solos, aunque sirven de ejemplo e inspiración a muchas personas. Demuestran que existen otros modos de vivir, de consumir y de pensar las relaciones económicas (Sempere, 2009). Por tanto, la “re-culturización” comienza a abrirse camino cuando un grupo de personas decide romper las reglas establecidas o, en el caso de las sociedades capitalistas, los principios emanados por el mercado (ver figura 2). Hoy en día, esta fractura es posible gracias a la acción colectiva de numerosos movimientos sociales y comunidades creativas (Manzini, 2007), que día a día demuestran, que otras formas de ver y de hacer las cosas son posibles.



2. Mercado Social de Madrid (licencia CC BY-SA 2.0)

El sociólogo italiano Melucci (1989, citado en Chihu, 2000) nos ofrece algunas claves en sus escritos para entender la acción colectiva como construcción social de la identidad y los movimientos sociales como generadores de ella. Para el constructivismo social, toda colectividad se convierte en un artefacto social, es decir, una entidad modelada de acuerdo con los principios culturales y los centros de poder reinantes. El autor nos habla de dos tipos de movimientos sociales. Por un lado encontramos aquellos que orientan su acción hacia el terreno político, cuyas metas están dirigidas a modificar la sociedad en relación con el ejercicio del poder político a través de acciones instrumentales; y por el otro lado, existen movimientos sociales cuyas actividades se desarrollan en el terreno cultural y buscan cambiar la mentalidad y el comportamiento de los individuos. Un rasgo característico de éstos es que no apuntan directamente al sistema político sino, sobre todo, tratan de construir una identidad que les permita actuar sobre sí mismos, producirse a sí mismos, y sobre la sociedad, producir la sociedad (Touraine, 1995).

Es, en el imaginario social de esta nueva realidad, desde donde el diseño deben recrear y generar obras, entornos, servicios y productos capaces de reforzar las dinámicas sociales, culturales y políticas de esta nueva ciudadanía activa. Con la mirada dirigida hacia estos nuevos escenarios, valores y modelos económicos, sociales y productivos, radicalmente diferentes de los actuales, hemos de ser capaces de potenciar aquellas prácticas proyectuales cuya finalidad es generar una visión prospectiva encaminada a la construcción de una nueva cultura del habitar en el mundo.

## 2. Escenarios para la acción social: movimientos y tendencias

En las últimas décadas han ido transformándose y surgiendo nuevos movimientos sociales como alternativa al discurso dominante y la heteronomía. Desde ellos se han generado numerosos escenarios sociales y culturales, conformándose una cultura de clase alternativa y de promoción de cambios sociales que buscan mejorar las condiciones de vida de la ciudadanía.

---

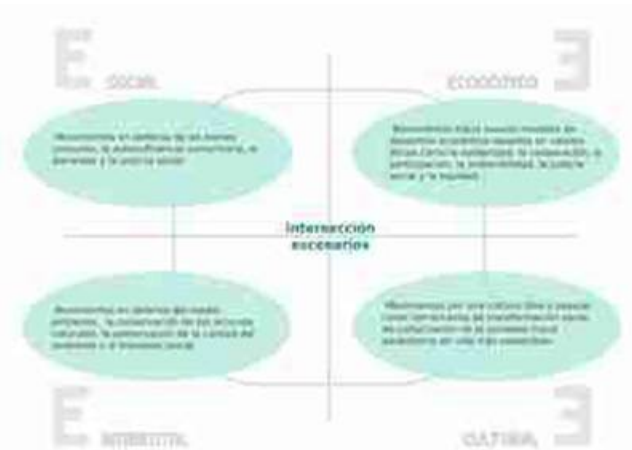
2. Entendemos la sostenibilidad como un estado dinámico de equilibrios entre los sistemas naturales y sociales en interacción constante. Actualmente la sostenibilidad comprende múltiples dimensiones como la social, mediambiental, económica, política, ética y cultural (Jimenez Herrero, 2002).

Dentro de estos movimientos encontramos niveles y formas muy variadas de organización para la acción social, tanto en el entorno físico como en el virtual, algunos ejemplos son: los grupos de intereses comunes, los colectivos más o menos organizados, las redes relacionales (ver figura 3) y de conocimiento, plataformas, comunidades creativas, etc. A partir de la teoría que producen y de la observación de su praxis, de las acciones realizadas en el espacio público, de la producción de artefactos derivados de su práctica social o de la creación de nuevos escenarios para las relaciones humanas, podremos analizar las tendencias sociales que desarrollan tanto en el ámbito del diseño como en el arte.



3. ECOBOX, espacio relacional y de creación de redes. Proyecto iniciado por "Atelier d'architecture Autogerée"

Estas tendencias desarrollan, además de una actitud creativa que proviene de la mirada reflexiva hacia estos escenarios, una conciencia transformadora y crítica de las necesidades que demanda la comunidad en cada momento, potenciando así una cultura del proyecto más sostenible. Para la identificación de estas tendencias realizaremos, en primer lugar, una localización de los escenarios emergentes actuales (también aquellos más establecidos pero activos a día de hoy) generadores de la acción social. El mapeo se configura a partir de cuatro grandes escenarios que atienden a las dimensiones fundamentales del ser humano: ambiental, económica, social y cultural. Desde ellos se realiza una primera distribución<sup>3</sup> de los movimientos sociales, así como de las tendencias que de ellos se derivan, el posicionamiento dimensional, siempre dinámico, estará condicionado por los principios filosóficos que fundamenta la acción colectiva y construye sus identidades, artefactos y proyectos sociales. Es complicado emplazar gráficamente los movimientos y tendencias sociales puesto que su ubicuidad es un rasgo común, la figura 4 define cada escenario y muestra la gran área de intersección por dónde pueden moverse las diferentes corrientes.



4. Definición de los escenarios y área de intersección.

### 2.1 Escenario ambiental: movimientos ecologistas en defensa del medio ambiente

Son muchos los movimientos que tienen como base para su acción el conflicto ambiental y que tienen como núcleo central la defensa del medio ambiente así como la conservación de los recursos naturales y la preservación de la calidad de vida en general. No obstante, dependiendo de la línea de pensamiento

3. Debemos evitar la inclusión categórica de un movimiento social en una única dimensión puesto que se trata de entidades dinámicas dentro de un sistema de valores, cuyas convergencias y divergencias generan múltiples conexiones.

que domine la acción colectiva, varía el enfoque del movimiento priorizando unas problemáticas sobre otras.

Algunas de las corrientes que han emergido en las últimas décadas, como las nuevas ecoutopías, hacen referencia a la necesidad de un cambio social que inicien proyectos alternativos de vida como punto de partida para la construcción de otro mundo posible más sostenible con su entorno. Estas nuevas formas de “estar en el mundo” no sólo implican la defensa del medio ambiente sino también la construcción de una nueva cultura del habitar que integre todos los ámbitos de la vida: social, cultural, económico y ambiental. En esta línea de acción biocentrista posicionamos varios movimientos emergentes como el *decrecimiento*<sup>4</sup>, la *permacultura*<sup>5</sup>, los *movimientos de transición*<sup>6</sup> o los de *soberanía alimentaria*, como los GCA (grupos de consumo agroecológicos).

En el ámbito del diseño, las corrientes ambientalistas son también muy diversas, sin embargo comparten la preocupación por la minimización del impacto ambiental de los productos que generan. Según sea la línea de pensamiento que dirige su práctica destacamos, entre otros: el *ecodiseño* y el *diseño de transición* que, como su nombre indica, tiene su origen en los movimientos de transición.

**Diseño de transición** (transition design), es una práctica emergente para crear estilos de vida alternativos en armonía con la natura. Las metodologías utilizadas son participativas, colaborativas e interdisciplinarias, desde donde se prioriza la acción directa, y en consenso, de los agentes que tienen que intervenir sobre una situación o problema a resolver. Se consideran importantes las aportaciones que puede ofrecer el campo del diseño en la transformación social y ambiental hacia parámetros de vida más sostenibles.

**Ecodiseño**, lo entendemos como todas aquellas acciones orientadas a la mejora ambiental del producto en todo su ciclo de vida, desde la etapa inicial del diseño hasta en la etapa final del tratamiento de los residuos (Rieradevall y Vinyets, 1999). En los últimos años se ha detectado un aumento del consumo de productos ecológicos y del nacimiento de empresas verdes debido al crecimiento de la conciencia ecológica en la sociedad aunque esto no debe tomarse como un gran logro, desgraciadamente se dan muchos casos de “lavado verde” (greenwhasing), acciones de marketing engañosas para promover una falsa imagen ecológica y así aumentar el beneficio económico de las empresas. Sin embargo, el objetivo fundamental del ecodiseño es facilitar a los diseñadores una serie de estrategias para la minimización del impacto ambiental, facilitando su integración en el proceso proyectual. Cuando, además, se tiene en cuenta la mejora del capital social, cultural y económico vamos más allá del ecodiseño y entramos en el ámbito del diseño para la sostenibilidad.

El **diseño para la sostenibilidad** surge a partir de la popularización del término “desarrollo sostenible” a finales de los años 80 y principios de los 90. El término de sostenibilidad abarca más problemáticas que el ecodiseño o el diseño para el medio ambiente (DFE), comprendiendo, además de las mejoras ambientales, la mejora del balance económico y un fuerte componente cultural, ético y social para fomentar la equidad, la justicia y el consumo responsable, además de la necesidad de desarrollar nuevas maneras para satisfacer las necesidades sin comprometer la calidad de vida presente y futura. La última década ha venido marcada por la importancia que han tomado estos aspectos en las sociedades occidentales, sobre todo a partir de la crisis del 2008, es por ello que a corto y medio plazo, la integración de la responsabilidad social y ambiental será un elemento clave para generar estrategias de innovación y de valor añadido en la industria y en la empresa.

4. Existen diferentes enfoques dentro del decrecimiento, aunque todos comparten unos principios comunes como son la autogestión y la autoorganización en las prácticas colectivas con el objetivo de construir alternativas, de producción y consumo, cooperativas y democráticas. Otras preocupaciones comunes son: la mercantilización de la vida, la estandarización cultural, la crítica al desarrollo económico actual y la simplicidad voluntaria (Bellver, 2012). Más Información en: <http://www.decrecimiento.info/>

5. La permacultura se define como un sistema, basado en los principios de la ecología, para diseñar espacios humanos sostenibles y perdurables. Es un movimiento con una gran expansión en todo el mundo, muy ligado al movimiento de ecovillas, y con un gran potencial transformador y liberador, dado que sus valores éticos promueven la diversidad, horizontalidad y la autogestión mediante la soberanía alimentaria, el acceso a las energías libres y renovables, la construcción natural y el desarrollo comunitario. Más información en: <http://permacultureprinciples.com/>

6. El “Manual de Transición” apunta una serie de premisas básicas (Del Río, 2012): prevención frente al inevitable y dramático descenso del consumo energético, resiliencia comunitaria para afrontar los choques que provocará el pico de producción del petróleo, la urgencia en la actuación colectiva y la creatividad de la comunidad para diseñar el descenso energético y construir maneras de vida más conectadas y conscientes con los límites físicos de nuestro planeta. Mas información en: <http://www.reddetransicion.org/>

## 2.2 Escenario cultural: movimientos en defensa de una cultura abierta y local

Para poder delimitar este escenario definiremos el término 'cultura' como el conjunto de ideas compartidas alrededor de cómo es el mundo y como debería de continuar siendo; es decir los mapas cognitivos, normas, valores y visiones del mundo (Garvía, 1998) y las maneras de vivir y costumbres, conocimientos y grados de desarrollo artístico, científico, industriales, en una época, grupo social, etc.

Esta definición permite tanto la producción como la transformación de la cultura, al tratarse de algo vivo, dinámico y en constante movimiento. En nuestra sociedad de consumo, la cultura se ha convertido en una nueva forma de dominación ideológica, es por ello, que son muchos los movimientos sociales que reaccionan contra esta hegemonía cultural, reapropiándose como herramienta transformadora hacia parámetros de vida más sostenibles.

Por lo tanto podemos trabajar la reculturalización desde dos posicionamientos:

**a. Desde la producción cultural como un bien común**, pero también como conocimiento e identidad de los pueblos y de los lugares (cultura popular, artesanía, cultura material, etc.) potenciando el respeto y la diversidad cultural.

Sería el caso del **movimiento de software libre y de código abierto** (conocido también como FLOSS: free/libre and open source software), que nace a raíz del desarrollo del mundo informático, y que posteriormente ha dado paso a la expansión del movimiento de cultura libre, que ha extendido su filosofía hacia los más variados ámbitos de actuación, como por ejemplo, el diseño (ver figura 5). Su principal objetivo es fomentar el acceso universal a la información para todos los ciudadanos.

A partir de estos movimientos emergen algunas tendencias en el diseño como son:

**Diseño openP2P (openp2pdesign)**, su propuesta metodológica es abierta y participativa (open) y horizontal (peer to peer P2P), para poder adaptar el diseño estratégico y de servicios al co-diseño de actividades colaborativas con o por una comunidad. Las estrategias que emplea para fundamentar su proyecto provienen de las metodologías, herramientas, valores y formas de organización empleadas en diferentes movimientos y sistemas informáticos como por ejemplo, el movimiento de software libre (free software), de código abierto (opensource), el peer-to-peer y la web 2.0. Las repercusiones que se marcan a corto plazo es dotar a la disciplina de diseño de una metodología que lleve a la persona que diseña a asumir el papel de facilitadora social en el desarrollo de comunidades (Menichinelli, 2008/2009).



5. Open Structure Kitchen, Institute without Boundaries

**Diseño Abierto (open design)**, es un concepto con muchos enfoques dependiendo de si su definición se realiza desde un concepto más «libre» o «abierto». En el libro Open Design Now (Abel, Klaassen, Evers y Troxler, 2011) queda definido como aquel diseño que permite la libre distribución y documentación así como modificaciones y derivaciones de él (ver figura 6). Su origen proviene del trasvase que se realiza del uso de las licencias del mundo informático, como las licencias de copyleft o creative commons, al mundo del diseño industrial. El objetivo fundamental de estas licencias es ofrecer más libertad a aquellas personas que no quieren tener todos los derechos sobre sus obras (como ofrece la ley de propiedad intelectual), y que además, quieren compartir su obra y dar la posibilidad de modificarla, distribuirla y reutilizarla por otros usuarios, respetando así la libertad y el conocimiento común y haciendo crecer la inteligencia colectiva. El diseño abierto, desde un enfoque

más libre, concibe la disciplina del diseño al margen de los grandes circuitos de especulación mercantilista, fomentando el consumo responsable y la autogestión.



6. The Original C Plus System, Totem Collective

**b. Desde la transformación cultural, modelando identidades**, la cual permite a los movimientos sociales y las tendencias en el diseño actuar sobre sí mismos y sobre la sociedad, modificando la mentalidad y el comportamiento de los individuos.

Destacamos en el ámbito de lo social el *movimiento slow*<sup>7</sup> (en esta filosofía se integra el denominado *slow design* o *diseño lento*) y también el *movimiento de simplicidad voluntaria*<sup>8</sup>, muy ligado a los conceptos de decrecimiento y permacultura.

Así, en el ámbito del diseño destacamos:

**Diseño lento** (slow design), el cual sitúa al individuo en primera persona, de este modo busca mejorar la calidad de vida de la comunidad mediante el diseño de productos, servicios y entornos sostenibles, combinando una metodología cuidadosa y una desaceleración de la vida siguiendo los preceptos de la naturaleza y un consumo reflexivo (Fuad-Luke, 2009). El diseño lento es una extensión del movimiento slow food, esta tendencia integra los principios y valores de la sostenibilidad integral, incorporando un pensamiento más biocentrista en las metodologías aplicadas al diseño de artefactos (ver figura 7).



7. Port Ort diseñado por Joan Rojas. Fotografía cedida por el estudio.

También destacamos otras tendencias que, de alguna manera, se comportan como modeladores de identidades como son el *diseño artesano*, por la capacidad que tiene de promocionar la cultura local o

7. Esta filosofía tiene su origen en los años 80 a partir de una protesta realizada por la apertura de un McDonald's en Roma y de la cual nace la organización Slow Food para defender la buena comida, las tradiciones y el placer gastronómico y un ritmo de vida lento (Honoré, 2008). Esta filosofía de vida se ha extendido en todo el mundo dando lugar a tendencias de evolución cultural en otros ámbitos como las ciudades, la moda, el diseño, el mundo empresarial, etc.

8. El término se expande a finales de los años 80 en Seattle, vinculado al mundo de los altos ejecutivos, pero su origen se remonta a la tradición budista o al concepto de frugalidad, ya presente entre los filósofos del s. XIX. Esta revolución estoica consiste, básicamente, en un estilo de vida sostenible donde trabajar menos y vivir mejor, es decir vivir más con menos.



“genius loci”<sup>9</sup> (Morace, 2009), o el **diseño para el cambio de comportamiento**, por la capacidad de generar cambios directos en el comportamiento del usuario o de la sociedad en su conjunto.

**Diseño artesano**, como proceso proyectual, tiene la finalidad de generar productos con una fuerte identidad cultural comunitaria, estos objetos suelen caracterizarse por el uso de materiales locales y de técnicas tradicionales, mayoritariamente, de producción manual (FONART, 2009). Sin embargo, en los últimos años, la artesanía está sufriendo una fuerte ruptura con los esquemas tradicionales, ampliando considerablemente su campo de acción, gracias a la explosión masiva de las redes sociales en internet y de las técnicas de producción digital (como la impresión 3D o las cortadoras láser) que nos aportan nuevos conceptos para la configuración de los productos.

**Diseño para el cambio de comportamiento** (conocido también como design for behaviour change, design with intent o design for sustainable behaviour), sea el objetivo final un cambio de comportamiento sostenible o no, en esta tendencia se toma el diseño como una práctica creativa y colectiva para la resolución de problemas sociales desde el conocimiento y la capacidad de elección de las personas para aumentar su bienestar, que pasan a ser sujetos de diseño; el objetivo principal es influenciar sobre el comportamiento humano mediante el diseño, para un beneficio social y ambiental. Dan Lockton (2010) es uno de los creadores del “Design with Intent toolkit” (ver figura 8), un juego de cartas que tienen como objetivo principal ofrecer a los diseñadores, y otros profesionales, un comienzo para abordar cuestiones sociales y ambientales desde el cambio en el comportamiento de las personas. El autor utiliza el término “Design with intent” como aquel diseño que pretende influir, o dar lugar, a cierto comportamiento en los usuarios. Esta influencia en el comportamiento de los individuos puede dar lugar a un cambio cultural, o reculturalización, que nos oriente hacia parámetros de vida más sostenibles.



8. Tarjeta del manual “Design with Intent toolkit: 101 patterns for influencing behaviour through design”. Autores: Dan Lockton, David Harrison y Neville A. Stanton

### 2.3. Escenario social: movimientos en defensa de los bienes comunes, la autosuficiencia comunitaria, el bienestar y la justicia social.

Destaca el concepto de bienestar social y comunidad global. La construcción de un nuevo orden mundial socioeconómico más equitativo y sostenible ha de pasar, necesariamente, por una toma de conciencia y de recuperación del sentido de comunidad, de solidaridad y de ayuda mutua. Su finalidad es el aumento de la calidad de vida y el bienestar de todas las personas, sus acciones se realizan desde diferentes enfoques y valores éticos universales como la defensa de los bienes comunes, la autosuficiencia comunitaria, el empoderamiento social, la justicia social, la dignidad humana, la equidad y la participación democrática.

9. Francesco Morace nos habla del “genius loci” como una expresión latina que indica talento (genius) de un lugar (loci) y su naturaleza única y distintiva, portadora de la identidad, la cual cosa puede convertirle, en pocos años, en motor de innovación y diferenciación de proyectos políticos y empresariales.

Se tendrán en cuenta aquellos movimientos que fundamentan su acción en la emancipación social y la construcción de nuevos vínculos sociales basados en la solidaridad. Estas comunidades trabajan a partir de la co-creación de un nuevo imaginario social, rompiendo con los estereotipos que nos vienen impuestos desde la estructura social y definiendo, a partir de la propia identidad cultural, nuevas maneras de “ver y de hacer las cosas” para una transformación social de base. Algunos movimientos que trabajan desde estas nuevas configuraciones sociales son, por ejemplo, el *movimiento de los Bienes Comunes, Commons o Procomunes*<sup>10</sup>, el *movimiento de las Comunidades Resilientes o las Innovaciones Comunitarias en Sostenibilidad (ICOS)*<sup>11</sup>.

Desde estos nuevos entornos de autosuficiencia, donde las comunidades trabajan desde la co-creación de un nuevo imaginario, nacen nuevos modelos relacionales así como corrientes en el diseño que introducen la dimensión social en el corazón del proyecto.

Es el caso del **diseño social** que, como ya se ha comentado anteriormente, otorga, a través del significado sesgado del adjetivo “social”, una imagen distorsionada de esta tendencia. Quizá la acepción, más conocida y generalizada, es aquella que surge del trabajo voluntario y que atiende a la resolución de problemas de una minoría social olvidada. Sin ánimo de criticar este valioso y necesario trabajo, es importante que desde el ámbito del diseño se amplie la visión del “diseño social” hacia aquellas prácticas proyectuales que atienden al desarrollo del bienestar de todas las personas desde valores éticos universales (ver figura 9).



Figura 9: FAIRPHONE, móvil libre y open-source de comercio justo

En esta línea de pensamiento y de acción también trabajan otras tendencias como son, por ejemplo, el diseño activista, emisor de un discurso reivindicativo, de activismo social y protesta (ver figura 10), el diseño para todos (también llamado diseño inclusivo o diseño universal) el cual prioriza, en el proceso proyectual, la accesibilidad para la mayoría de personas potenciando la igualdad de oportunidades o el metadiseño<sup>12</sup>.

Actualmente las tendencias sociales que priorizan el crecimiento del capital humano y social continúan en aumento, ofreciendo al mundo del diseño nuevos retos y oportunidades para el desarrollo de productos, así como otras maneras de trabajar más acordes con estas nuevas configuraciones sociales más justas y solidarias.

10. El movimiento del Procomún tiene su origen en la vieja idea de los bienes comunales humanos y naturales (bosques, agua, cultura, etc.) gestionados por y para las comunidades a que sirven. Hoy en día también se configura como espacios autónomos para reducir la hegemonía de la economía de mercado y de los poderes establecidos (Helfrich, 2008).

11. Tomamos la definición del estudio realizado sobre “Cambio Global en España 2020/50”: Las Innovaciones Comunitarias en Sostenibilidad (ICOS) son iniciativas que buscan satisfacer una necesidad de consumo de manera sostenible mediante la organización colectiva, el liderazgo civil y una gran importancia del trabajo voluntario gratuito. Las capacidades de las ICOS pueden tener los siguientes aspectos:

\* Facilitación en la transición hacia otros estilos de vida, generando condiciones para que el cambio de valores, hábitos y estilos de vida sea más fácil y duradero.

\* Sustitución y/o complementación de los sistemas actuales de provisión (y en consecuencia de organización socioeconómica) mayoritarios.

\* Capacidad de empoderamiento social, derivado de la organización y acción colectiva.

12. En el “meta-diseño” los usuarios devienen co-diseñadores, tanto en el mismo proceso de diseño como a lo largo de la existencia del producto-sistema. Además de compartir algunas características con otras tendencias como la preocupación por el usuario del “diseño centrado en el usuario” (user-centered design) o la innovación colectiva, a la hora de pensar, planificar y actuar en comunidad (diseñadores y usuarios), del “diseño participativo” (participatory design), el “metadiseño” crea sistemas abiertos (Fischer y Giaccardi, 2006) que pueden ser modificados por los usuarios adaptándose constantemente a las nuevas necesidades que vayan surgiendo.



10. Guerrilla Bike Lane Painting Sessions. Urban Repair Squad, Toronto (Fotografía: Martin Reis)

#### 2.4. Escenario económico: movimientos hacia nuevos modelos éticos de desarrollo económico

El distanciamiento actual de la política y la economía respecto a la sociedad en general se manifiesta a través de un enorme descontento social. El rápido debilitamiento y la actual degradación del estado de bienestar en las sociedades occidentales refuerzan las reacciones de una ciudadanía cansada que abandona su letargo reclamando un cambio político, social y económico (los movimientos altermundistas son un claro ejemplo de ello). Nuevos modelos económicos se alzan para demostrar que otras maneras de hacer las cosas son necesarias y posibles, la economía social y solidaria, la economía verde, la economía colaborativa (share economy) o la economía del bien común son ejemplos a seguir. Estos nuevos modelos de desarrollo socio-económicos basan su trabajo en valores éticos universalizables como la solidaridad, la cooperación, la participación, la sostenibilidad, la justicia social, la equidad y la transparencia. Siendo conscientes de los límites y la capacidad de la tierra, emergen con el objetivo de construir una nueva comunidad local, vibrante y resiliente que da la espalda a la perpetuación de la economía del crecimiento ilimitado.

Estos nuevos enfoques, o formas de hacer economía, están dando lugar a numerosos movimientos que van desde la inclusión de sectores menos favorecidos y de desarrollo económico a pequeña escala, como es el caso del movimiento de Comercio Justo y Responsable<sup>13</sup>, a la nueva revolución industrial y digital que está teniendo lugar gracias a la expansión y polinización del movimiento de los Makers<sup>14</sup>, deriva actual y ampliación del término DIY, Do It Yourself (ver figura 11).



11. El Recetario de Makea tu vida. Diseño de Majafiter (licencia CC-BY-NC-SA 4.0)

13. Según la Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO), la definición de Comercio Justo consensuada internacionalmente es: "Un sistema comercial basado en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional prestando especial atención a criterios sociales y medioambientales. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de productores/as y trabajadores/as desfavorecidos, especialmente en el Sur". Además constituye un movimiento internacional formado por organizaciones del Sur y del Norte cuyo objetivo es mejorar el acceso al mercado de los productores más desfavorecidos y cambiar las injustas reglas del comercio internacional que consolidan la pobreza y la desigualdad mundial. Más información en: <http://comerciojusto.org>

14. Movimiento con vinculación a la cultura libre, que tiene como principal característica el cuidado y conocimiento proactivo de la infraestructura de producción y consumo, algunos proyectos también incluyen otros niveles de la estructura económica como son el comercio, la distribución y la financiación utilizando, generalmente, plataformas de *crowdfunding* o financiación colectiva o servicios de distribución de comercio electrónico que permiten a los *makers* comercializar sus creaciones (Goteo, 2013). Otra característica también es el uso de las nuevas tecnologías de fabricación digital, y por lo tanto el desarrollo de nuevas formas de hacer economía.

Al igual que sucede en otros escenarios los nuevos marcos conceptuales dan lugar a nuevas necesidades o deseos y por tanto a nuevos productos y servicios, evidenciando así la necesidad de un cambio en los métodos, es decir, en las maneras de observar, pensar y hacer del diseño. Pongamos el caso de la economía colaborativa (share economy), su actual expansión hace necesaria la creación de redes, sistemas y productos que la posibiliten y empoderen. El diseño debe caminar al lado de este nuevo consumo colaborativo generando productos/sistemas que permitan el uso compartido pero también el aumento de la durabilidad y de la vida útil de éstos, combatiendo muy de cerca la obsolescencia programada y apostando por otras maneras de consumir más sostenibles con nuestro entorno (ver figura 12).



Figura 12: Principios del Consumo Colaborativo

A partir de estos movimientos (centrados en la innovación social y las nuevas relaciones económicas) surgen y se reinventan las tendencias en el diseño que, de alguna manera, estimulan la creación de nuevas maneras de hacer las cosas, como son el *diseño para la innovación social* o el *diseño hazlo tú mismo* (DIY design).

**Diseño para la innovación social**, Ezio Manzini (2015) antes de hablar de innovación social hablaba de modelos de servicios participativos y los entendía como un gran cambio en nuestro día a día para compartir, intercambiar y poner en común bienes y servicios. Manzini considera un nuevo campo en el diseño la suma de la innovación social y el diseño para el desarrollo sostenible, donde es muy importante la búsqueda de grupos sociales que cambian sus estilos de vida para encontrar nuevas soluciones que, además de ser sostenibles, se adaptan a sus necesidades, denominándolos *comunidades creativas* (Manzini, 2007).

A pesar de que la definición de innovación social suele estar más relacionada con el círculo de lo social, actualmente existen corrientes de pensamiento que amplían el marco conceptual hacia aquellas iniciativas que tienen como objetivo participar en los retos económicos, éticos o medioambientales actuales. Las fronteras entre el público y el privado, entre lo individual y colectivo, se fusionan para hacer frente a los problemas de la vida cotidiana en una sociedad precaria y desgastada por los modelos económicos y políticos tradicionales (ver figura 13). En el ámbito del diseño abierto, los productos ya no pertenecen a su creador, pasan a formar parte de la comunidad.



Figura 13: Solar Corona, València (<http://solarcorona.wordpress.com>)

*Diseño 'hazlo tú mismo'* (más conocido como DIY 'do it yourself'), en los últimos años ha crecido en popularidad por el aumento del bricolaje doméstico, y ha adquirido un significado más amplio gracias al

poder de lo colectivo, como demuestra la buena acogida del término 'hazlo con otros' (DIWO o 'don it with others'). Gracias a la web 2.0 estas corrientes se han convertido en potentes plataformas donde los usuarios comparten sus conocimientos con el resto de la comunidad. Makea tú vida, Curbly, Etsy, Instructables, Make o Thingiverse son plataformas web que forman parte de este gran movimiento de los makers, el propósito de los cuales es traspasar el concepto de bricolaje para establecer nuevas conexiones entre la tecnología computacional, el mundo físico y el desarrollo de la economía local. Muchos sectores lo ven como un gran observatorio para los negocios del mañana (como por ejemplo la fabricación digital o la tecno-artesanía).

### 3. Consideraciones finales

Para finalizar tendremos en cuenta algunas consideraciones. En primer lugar resaltar, como común denominador de la cartografía realizada, la necesidad de acentuar el compromiso social en las prácticas proyectuales así como de criticar la deshumanización de nuestro sistema actual, las diferentes tendencias quedan mapeadas bajo un mismo paraguas de crecimiento del capital humano y social. Por otro lado, creemos condición indispensable para continuar el estudio de estas tendencias, tener en cuenta la celeridad de su evanescencia o emergencia, puesto que, a la dificultad de análisis de la sociedad a causa de la velocidad del presente, hemos de sumar la intrínseca relación que guardan las corrientes con la acción colectiva o el movimiento social que las provoca, por lo que se hace indispensable un análisis apropiado a esta rápida transformación así como una observación de las comunidades muy próxima y constante. Los escenarios de partida nos han ayudado a visualizar una parte de las acciones que están teniendo lugar en el metabolismo socio-cultural y que están permitiendo el desplazamiento de las personas hacia el centro del sistema, pasando de ser usuarios pasivos a sujetos activos de los procesos, sobre todo en el ámbito del diseño. Esta deriva obliga a los diseñadores a tomar conciencia de su papel como facilitadores sociales de los productos demandados por las comunidades, así como de la concientización y re-culturización sostenible dentro de los límites de nuestro planeta. El diseño necesita de herramientas que organicen la complejidad y faciliten la observación de aquellas tendencias que demuestran una conciencia crítica y transformadora del sistema actual, conocer las fuerzas y los acontecimientos que han determinado el pasado y el presente para poder definir estrategias de futuro, generando una visión prospectiva a partir de los comportamientos, interacciones y demandas de estas nuevas realidades. La observación, comprensión e integración en el proyecto de la dimensión social, como generadora de bienestar a partir de valores éticos universales, resulta imprescindible para poner en marcha el motor de cambio hacia una sociedad más sostenible, justa y solidaria.

### 4 Bibliografía

- BONSIEPE, G. (2012): *Diseño y crisis*. Valencia: Camp Gràfic.
- BRUNDTLAND, G. H. et al. (1987). *Our common future: Report for the World commission on Environment and Development*. United Nations: CMMAD.
- CHAVEZ, N. (2001): *El oficio de diseñar. Propuestas a la conciencia crítica de los que comienzan*. Barcelona: Gustavo Gili.
- CHIHU, A. (2000). *Melucci: La teoría de la acción colectiva*. Revista Argumentos (37), 79-92
- DEL RÍO, J. (2012) *Movimiento de transición*. Boletín Ecos, 21 Fuhem ecosocial.
- FONART, Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (2009). *Manual de diferenciación entre artesanía y manualidad*. México: SEDESOL.
- FISHER G. y GIACCARDI, E. (2006) *Meta-design: A framework for the future of end user development*, en H. Lieberman, F. Paternò y V. Wulf (coords.), *End User Development: Empowering People to Flexibly Employ Advanced Information and Communication Technology*. (p. 427–457). Kluwer Academic Publishers.
- FREIRE, P.; DE LORA, C. (1974) *Concientización: teoría y práctica de la liberación*. Buenos Aires: Ed. Búsqueda.
- FUAD-LUKE, A. (2009). *Design activism: beautiful strangeness for a sustainable world*. Londres: Earthscan.
- GARVÍA, R. (1998). *Conceptos fundamentales de sociología*. Madrid: Alianza Editorial.
- GOTEO (12 de agosto de 2013). *Cultura libre y peer production: la era maker*. El Diario. Recuperado de [http://www.eldiario.es/colaboratorio/Cultura-libre-peer-production-maker\\_6\\_163843622.html](http://www.eldiario.es/colaboratorio/Cultura-libre-peer-production-maker_6_163843622.html)
- HONORÉ, C. (2007). *Elogio de la lentitud*. Barcelona: RBA Coleccionables.

- JIMÉNEZ HERRERO, L. (2002). *La sostenibilidad como proceso de equilibrio dinámico y adaptación al cambio*. Información Comercial Española, ICE: Revista de economía, (800), 65-84.
- LOCKTON, D., HARRISON, D., STANTON, N.A. (2010). *The Design with Intent Method: a design tool for influencing user behaviour*. Applied Ergonomics, Vol.41 (3) 382-392.
- MANZINI, E. (2007): *Creative Communities. People inventing sustainable ways of living*, Edizioni Politecnico Design, Milán.
- MANZINI, E. (2015). *Cuando todos diseñan. Una introducción al diseño para la innovación social*. Madrid: Experimenta Theoria.
- MARGOLÍN, V. (2005). *Las políticas de lo artificial: ensayos y estudios sobre diseño*. (Gabriela Ubaldini, trad.). México: Designio (original publicado en 2002).
- MENICHINELLI, M. (2008/2009). *Openp2pdesign.org. 1.1. Design for Complexity*. OpenP2PDesign.org  
Recuperado de: [http://www.openp2pdesign.org/wordpress/wp-content/uploads/downloads/2010/04/openp2pdesign.org\\_1.1.pdf](http://www.openp2pdesign.org/wordpress/wp-content/uploads/downloads/2010/04/openp2pdesign.org_1.1.pdf)
- MORACE, F. (2009). *La estrategia del colibrí: la globalización y su antídoto*. (traducción de Amelia Pérez de Villar). Barcelona: Experimenta Ensayos.
- RIERADEVALL, J. y J. VINYETS (1999): *Ecodiseño y ecoproductos*. Barcelona: Rubes.
- SEMPERE, J. (2009). *Mejor con menos: necesidades, explosión consumista y crisis ecológica*. Barcelona: Crítica.
- TOURAINÉ, A. (1995). *Producción de la sociedad*. México: IIS-UNAM/IFAL/Embajada de Francia.
- VVAA (2011). *Open Design Now*. Amsterdam: BIS publishers.

---

**Cómo citar este artículo:** FORÈS TOMÀS, Carmela (2017) "Cartografías del diseño desde la acción social". Interlínea 01, Almería, ISSN 2530.4968. [fecha de consulta: dd/mm/aa]  
<http://www.interlínea.info/articulos/vaz/participacion.pdf>

---



**Carmela Forès Tomàs.** Doctora en Diseño para el Desarrollo Humano Sostenible por la Universidad Jaume I de Castellón. Licenciada en Bellas Artes por la Universidad Politécnica de Valencia. Desde el 2005 ha ejercido como profesora interina de la especialidad de Diseño de Producto en las EASD de Alcoy, Alicante, Valencia y actualmente en la EASD de Castellón, donde coordina el Departamento de Riesgos Laborales y Gestión Sostenible de Centro. También ha ejercido docencia como profesora asociada en el Grado en Ingeniería en Diseño Industrial y Desarrollo de Productos de la Universidad Jaume I. Su trabajo investigador se centra en los nuevos paradigmas para el diseño surgidos a raíz del crecimiento de las economías alternativas, así como de la innovación comunitaria y de la acción social de los movimientos sociales transformadores capaces de conformar una nueva cultura material más sostenible.

Interlínea, 2017. Creative Commons