

Un “modelo social” de diseño: cuestiones de práctica e investigación¹

Introducción

Cuando la mayoría de la gente piensa en el diseño de un producto, imaginan productos para el mercado, generados por un fabricante y dirigidos a un consumidor. Desde la Revolución Industrial, el paradigma de diseño dominante ha sido el del diseño para el mercado y otras alternativas han recibido poca atención. En 1972, Víctor Papanek, un diseñador industrial y, en su momento, Decano de Diseño en el *California Institute of the Arts*, publicó su polémico libro de “Diseño para el mundo real” en el que hizo la famosa declaración: “hay profesiones más peligrosas que el diseño industrial, pero sólo algunas pocas².” El libro, publicado inicialmente en sueco dos años antes, ganó rápidamente popularidad en todo el mundo con su convocatoria a los diseñadores para una nueva agenda social. Desde que apareció “Diseño

Víctor Margolin
victor@uic.edu
The University of Illinois at
Chicago
Sylvia Margolin
victor@uic.edu
Professor of Social Work at
Governor’s State University

Recibido: Octubre de 2012

Aprobado: Noviembre de 2012

Palabras clave:
Blog, bloggers, comunicaciones,
Cuba, tecnología.

¹. Traducción libre de Jaime Pardo Gibson, Ph. D., con autorización de los autores. Departamento de Diseño. Facultad de Arquitectura y Diseño. Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá, octubre 4 de 2012.

². Víctor Papanek, *Design for the Real World; Human Ecology and Social Chang* 2^a ed., (Chicago: Academy Chicago, 1985), ix. Hemos utilizado la edición revisada de 1985 de Papanek en lugar del original de 1972 porque él hizo varios cambios de una edición a otra, y queríamos aprovechar su pensamiento más reciente. Para una discusión del concepto de diseño socialmente responsable de Papanek, véase Nigel Whiteley, *Design for Society* (Londres: Reaktion Books, 1993), pp. 103-115.

para el mundo real", otros han respondido a la convocatoria de Papanek y han buscado desarrollar programas de diseño para las necesidades sociales que van desde aquellas de los países en desarrollo hasta las necesidades especiales de los ancianos, los pobres y los discapacitados³.

Estos esfuerzos han proporcionado pruebas de que es posible una alternativa distinta al diseño de producto para el mercado pero no han dado lugar a un nuevo modelo de práctica social. En comparación con el "modelo orientado al mercado", ha habido poca teorización sobre un modelo de diseño de producto orientado a las necesidades sociales. La teoría sobre el diseño para el mercado está extremadamente bien desarrollada. Abarca muchos campos, desde métodos de diseño hasta los estudios de administración y gestión además de la semiótica de la comercialización. La rica y vasta literatura del diseño para el mercado ha contribuido a su éxito continuado y a su capacidad para adaptarse a las nuevas tecnologías, a circunstancias políticas como sociales, y a las estructuras organizativas y de procesos. Por el contrario, poco se ha reflexionado sobre las estructuras, los métodos y los objetivos del diseño social. En cuanto al diseño para el desarrollo, algunas ideas han sido tomadas del movimiento de tecnologías intermedias o alternativas, que ha promovido soluciones tecnológicas de bajo costo para problemas en los países en desarrollo; pero en cuanto a la comprensión más amplia acerca de cómo el diseño para las necesidades sociales podría ser comisionado, apoyado e implementado, poco se ha logrado⁴. Tampoco se ha prestado atención a los cambios en la educación de los diseñadores de producto que pueda prepararlos para diseñar para poblaciones en necesidad, en lugar de sólo para el mercado.

³. Véase, por ejemplo, Julian Bicknell y Liz McQuiston, (Ed.). *Design for Need; The Social Contribution of Design* (Oxford: Pergamon Press, 1977). Este volumen es una colección de documentos de una conferencia del mismo nombre celebrada en el Royal College of Art en abril de 1976.

⁴. Existe una extensa literatura sobre tecnología apropiada. Para una introducción crítica al tema, véase Witold Rybczynski, *Paper Heroes; A Review of Appropriate Technology* (Garden City, NY: Anchor Press/Doubleday, 1980).

El campo de la psicología ambiental ha intentado responder a las necesidades ambientales de las personas vulnerables. Aquellos que trabajan en este campo utilizan un enfoque interdisciplinario para la investigación e implementan soluciones que crean mejores espacios habitables para poblaciones tales como los enfermos mentales, las personas sin hogar y los ancianos⁵. Arquitectos, psicólogos, trabajadores sociales, terapeutas ocupacionales y otros han trabajado juntos para explorar la confluencia entre las necesidades psicológicas de las personas, los paisajes, las comunidades, los barrios, la vivienda y los espacios interiores que aumentan los sentimientos de agrado, emoción, entusiasmo y relajación disminuyendo los sentimientos de miedo y estrés⁶. No ha habido un esfuerzo similar en el campo del diseño de producto.

Un "modelo social" de la práctica del diseño

En este artículo, queremos iniciar una nueva discusión acerca del diseño para las necesidades sociales; proponemos un "modelo social" de la práctica del diseño de producto y sugerimos una agenda de investigación que lo examine y desarrolle de manera comparable a aquella como la investigación ha apoyado al diseño para el mercado y a la psicología ambiental. Aunque muchas de las actividades de diseño pueden considerarse como diseño socialmente responsable –diseño de productos sostenibles, vivienda asequible y el rediseño de formas para los impuestos del Gobierno y para la inmigración, por ejemplo– limitaremos este trabajo a una discusión del diseño de producto dentro del proceso de intervención de servicios sociales. Si bien, basamos nuestra discusión en el modelo de intervención utilizado por los trabajadores sociales, un modelo similar podría aplicarse también en colaboraciones con profesionales de la salud en hospitales

⁵. Las historias intelectuales de los pensadores de primera generación en estudios de medio ambiente y comportamiento se presentan en *Environment and Behavior Studies: Emergence of Intellectual Traditions*, (eds.) Irwin Altman and Kathleen Christensen (New York and London: Plenum Press, 1990)

⁶. Véase Jack L. Nasar, "The Evaluative Image of Places," en *Person-Environment Psychology: New Directions and Perspectives*, 2ª ed. (Ed.) W. Bruce Walsh, Kenneth H. Crain y Richard H. Price (Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 2000).

y otros establecimientos de salud, así como en proyectos conjuntos con maestros y administradores educativos en contextos escolares. El modelo podría también ser útil en equipos de expertos dedicados a proyectos en países en desarrollo.

El propósito principal del diseño para el mercado es la creación de productos para la venta. Por el contrario, la intención principal del diseño social es la satisfacción de las necesidades humanas. Sin embargo, no proponemos el "modelo para el mercado" y el "modelo social" como opuestos binarios, sino, en cambio, como dos polos de un *continuum*. La diferencia se define por las prioridades del encargo o tarea más que por un método de producción o de distribución. Muchos productos diseñados para el mercado también satisfacen una necesidad social, pero sostenemos que, el mercado no se ocupa, y probablemente no puede ocuparse, de todas las necesidades sociales, ya que algunas se refieren a poblaciones y comunidades que no constituyen una clase específica de consumidores en el sentido del mercado. Nos referimos aquí a las personas con bajos ingresos o con necesidades especiales debido a la edad, la salud o la discapacidad.

Para desarrollar un "modelo social" nos basaremos en la literatura del trabajo social, una práctica cuyo objetivo principal es satisfacer las necesidades de poblaciones marginadas o desatendidas. Central en la teoría del trabajo social es el punto de vista ecológico⁷. Los trabajadores sociales valoran la interacción que ocurre entre su sistema cliente (una persona, una familia, un grupo, una organización o una comunidad) y las dimensiones dentro del entorno con el que el sistema cliente interactúa. Varias dimensiones que impactan el funcionamiento humano son la biológica, la psicológica, la cultural, la social, la natural y la físico/espacial⁸. La dimensión físico/espacial, que nos ocupa en este trabajo, se compone de todas las cosas creadas por los seres humanos como objetos, edifi-

⁷. Esta misma perspectiva se utiliza en psicología ambiental.

⁸. Véase L. Allen Furr. *Exploring Human Behavior and the Social Environment* (Boston: Allyn and Bacon, 1997), pp. 3-12. Germain, C.B. and Gitterman, A. "The Life Model Approach to Social Work Practice Revisited, in *Social Work Treatment: Interlocking Theoretical Approaches*, ed.), Francis J. Turner (New York: The Free Press, 1986), pp. 618-643.

cios, calles y sistemas de transporte. Entornos físicos y productos inadecuados o impropios pueden afectar la seguridad, la oportunidad social, el nivel de estrés, el sentido de pertenencia, la autoestima e incluso la salud física de una persona o de las personas en una comunidad. Un mal ajuste con una o más dimensiones claves puede estar en la raíz del problema del sistema cliente, creando así una necesidad humana.

Por ejemplo, un grupo de niños de un pre-escolar presenta un comportamiento a través del cual expresan sus sentimientos negativos. Un diagnóstico inicial culpa a sus padres por poseer pobres habilidades de crianza. A un trabajador social se le pide organizar a los padres en un grupo para enseñarles mejores prácticas de crianza. El supuesto aquí es que los padres aplicarán estas habilidades y que el comportamiento de sus hijos mejorará. Cuando el grupo se reúne, el trabajador social descubre y comprende que los padres están bajo un enorme estrés debido a múltiples problemas: falta de dinero por causa de la imposibilidad para encontrar un trabajo; bajos salarios en los empleos disponibles; escaso transporte para ir al trabajo desde lugares distantes; entornos inseguros; equipamientos para juegos infantiles deteriorados en lotes de cemento; y, ascensores inadecuados e inseguros en sus edificios de apartamentos. Está claro que los problemas a los que se enfrentan los padres van más allá de sus pobres habilidades de crianza lo que exige que otros factores, incluyendo aquellos en la dimensión físico/espacial, deban abordarse.

Los trabajadores sociales tienden a seguir un modelo de práctica general, un proceso de resolución de problemas en seis pasos que incluye vinculación, valoración, planificación, implementación, evaluación y conclusión. Todo el proceso se lleva a cabo de manera colaborativa con el sistema cliente. Otros profesionales de servicios humanos pueden involucrarse como parte de la intervención. En la fase de vinculación, el trabajador social escucha al sistema cliente y adquiere un sentido del problema que se presenta. En la siguiente fase, la de valoración, el

trabajador social observa holísticamente la interacción del sistema cliente dentro de las diversas dimensiones del entorno. El objetivo de una valoración no es tomar un problema en su valor nominal sino mirar más profunda y más ampliamente el sistema cliente en el entorno total para llegar a las raíces del problema. El resultado de la fase de valoración es una lista de diferentes necesidades a abordar. En la tercera fase, la de planificación, el trabajador social colabora con el sistema cliente para priorizar las necesidades, tratando de determinar lo que es más apremiante. Entonces el trabajador social y el sistema cliente intercambian ideas con el fin de imaginar diferentes soluciones. Discuten acerca de las varias propuestas y colaborativamente deciden cuál funcionará mejor. Juntos, el sistema cliente y el trabajador social, elaboran una lista de metas y objetivos decidiendo quién hará qué y cuándo⁹. En la fase de implementación, la intervención es orientada por las metas y los objetivos que han sido acordados.

En lugares como hospitales o escuelas, los trabajadores sociales son miembros de equipos que incluyen a otros profesionales. Entre éstos podrían estar psicólogos, terapeutas del lenguaje, terapeutas ocupacionales u oficiales de libertad condicional. El equipo trabaja colaborativamente para evaluar un problema y diferentes miembros del equipo intervienen según sea necesario. Las formas en que los diseñadores de producto podrían participar en un proceso de equipo con profesionales de servicios humanos todavía está por explorarse, particularmente la participación del diseñador en la dimensión físico/espacial.

M. Powell Lawton describe un proyecto de investigación para los ancianos que buscaba aprender acerca de las deficiencias en el ambiente del hogar y la forma como las personas las afrontan. Un trabajador social, un arquitecto, un psicólogo y un terapeuta ocupacional visitaron las casas de cincuenta personas con alto

⁹. Aspectos de la relación sistema cliente/trabajador social son también evidentes en el diseño participativo, pero en dicha relación se le asigna más autoridad al diseñador cuyo conocimiento profesional diferencia su capacidad para llevar a cabo un proyecto de diseño de los usuarios o clientes, sin importar qué tan involucrados están estos últimos en el proceso de planificación.

deterioro de audición y visión que estaban intentando vivir solos. Uno de los hallazgos del equipo fue que muchas de las personas observadas habían establecido "centros de control" en un área de su sala de estar que les permitía ver la puerta de entrada y, a través de una ventana, la calle. La colocación cercana de un teléfono, de la radio y de la televisión también les permitía tener contacto social con el mundo exterior. Adicionalmente, en una mesa al alcance, ubicaban medicinas, alimentos, material de lectura y otros elementos de uso. Si un diseñador de producto hubiera estado en este equipo de intervención, él o ella sin duda habrían sido estimulados para crear productos que podrían servir a las necesidades de la escasa movilidad de la población de esta edad¹⁰.

Para avanzar en la discusión acerca de cómo el diseñador de producto podría colaborar con un equipo de intervención, nos gustaría sugerir varias opciones. Durante la fase de valoración, el diseñador, sea como miembro de un equipo de intervención o como consultor, podría ser capaz de identificar los factores que contribuyen en un problema. En la fase de planificación, un diseñador podría desarrollar estrategias de intervención relacionadas con el entorno físico. Durante la implementación, el diseñador lograría crear un producto necesario o trabajar con el sistema cliente para diseñar un producto.

Tales estrategias difieren de las propuestas de Victor Papanek para la acción social en su libro *Diseño para el mundo Real*. Papanek enfrenta a los diseñadores socialmente responsables contra un mercado comercial que lucha por mantener la producción de productos excesivos e inútiles. Mediante la dura crítica a la economía de mercado, él limita las opciones de un diseñador social. Papanek

¹⁰. M. Powell Lawton, "An Environmental Psychologist Ages" en *Environment and Behavior Studies: Emergence of Intellectual Traditions*, pp. 357-358. Se realizó un estudio de investigación sobre las necesidades espaciales de los ancianos en Hong Kong por el Grupo de Investigación sobre el Espacio Urbano y la Cultura, Escuela de Diseño, Hong Kong Polytechnic University, junto con un equipo de servicio social de St. James. Usando el distrito de Wan Chai como el sitio de la investigación, el grupo, que estuvo conformado por diseñadores en lugar de arquitectos, propuso una serie de nuevas disposiciones espaciales para ayudar al mejor desempeño de los ancianos en apartamentos muy reducidos. Véase Jackie Kwok Yan-chi, (Ed.) *Ageing in the Community: A Research on the Designing of Everyday Life Environment for the Elderly* (Hong Kong: Hong Kong Polytechnic University and St. James Settlement, 1999).

argumenta que los diseñadores socialmente responsables deben organizar sus propias intervenciones fuera del mercado convencional, pero da poca orientación sobre cómo podría hacerse. Creemos que muchos profesionales comparten los objetivos de los diseñadores que quieren hacer trabajo socialmente responsable y, por lo tanto, proponemos que los diseñadores y profesionales de apoyo encuentren maneras de trabajar colectivamente. En definitiva, creemos que los diseñadores encontrarán muchos más aliados en profesiones relacionadas con la salud, la educación, el trabajo social, la vejez y la prevención del delito, que son evidentes en el análisis de Papanek.

No obstante, el libro de Papanek es extremadamente útil para describir los tipos de productos sociales que los diseñadores podrían crear. Utilizando como marco una oficina de diseño orientado socialmente, Papanek proporciona largas listas de productos que responden a necesidades sociales. Entre ellas, se encuentran apoyos para la enseñanza de todo tipo incluyendo ayudas para transferir conocimientos y habilidades a aquellos con dificultades de aprendizaje y discapacidad física; ayudas para la capacitación y el entrenamiento de los pobres que están tratando de ingresar en la fuerza de trabajo; dispositivos para diagnósticos médicos, equipamiento hospitalario y herramientas dentales; equipamiento y mobiliario para hospitales psiquiátricos; dispositivos de seguridad para el hogar y el trabajo; y, dispositivos que mitigan los problemas de la contaminación¹¹. Algunos de estos productos, particularmente el equipamiento médico y hospitalario, ya se producen para el mercado, pero sin duda hay muchos otros que no se fabrican porque no se puede identificar un mercado para ellos.

68

Una agenda para el diseño social

El diseño es entendido muy a menudo por el público como una práctica artística que produce deslumbrantes lámparas, muebles y automóviles. Así es como se

¹¹. Papanek, *Design for the Real World*, pp. 63-68.

presenta generalmente por los medios de comunicación y los museos¹². Una de las razones por las que se carece de apoyo para los servicios de diseño social es la falta de investigación que demuestre cómo un diseñador puede contribuir al bienestar humano.

Una agenda de investigación amplia para el diseño social debe comenzar por abordar una serie de cuestiones ¿Qué papel puede desempeñar un diseñador en un proceso colaborativo de intervención social? ¿Qué se está haciendo actualmente en este sentido y qué debe hacerse? ¿Cómo se puede cambiar la percepción pública de los diseñadores con el fin de presentar una imagen de un diseñador socialmente responsable? ¿Cómo pueden las organizaciones que financian investigaciones y proyectos de bienestar social tener una percepción más fuerte del diseño como una actividad socialmente responsable? ¿Qué tipos de productos satisfacen las necesidades de las poblaciones vulnerables?

Un enfoque multifacético puede adoptarse para explorar estas y otras preguntas. Las encuestas y entrevistas de investigación con profesionales de servicios humanos, diseñadores y agencias administradoras pueden realizarse para recoger información sobre las percepciones y actitudes, además de solicitar sugerencias para el cambio. El análisis de contenido de los datos de archivo como diarios, revistas y periódicos pueden utilizarse para comprender cómo los medios de comunicación informan sobre las cuestiones del diseño social¹³.

Otro método de investigación es la observación participante. Ello implica que los diseñadores se involucren en entornos sociales, bien como parte de un equipo multidisciplinar o individualmente para observar y documentar necesidades sociales que puedan satisfacerse con intervenciones de diseño. Por ejemplo, esto

¹². Hay algunas excepciones entre las exposiciones de museo como la exhibición del Cooper-Hewitt National Design Museum sobre Diseño Universal, *Unlimited by Design*, realizada en el Museo entre noviembre de 1988 y marzo de 1999.

¹³. Por ejemplo, el número de febrero de 2001 de *I.D. magazine* editado por Christopher Mount presenta perfiles de cuarenta diseñadores y arquitectos socialmente conscientes.

se hizo en el proyecto de investigación realizado por Lawton que describimos anteriormente, excepto que fue un arquitecto, y no un diseñador de producto, quien estuvo en el equipo de investigación.

La investigación centrada en el desarrollo y la evaluación de productos socialmente responsables también es importante. Para crear nuevos productos, los diseñadores tienen que realizar investigaciones sobre cómo traducir sus ideas en diseños terminados. Así, están obligados a evaluar tales productos en situaciones reales para probar su eficacia¹⁴. Un buen ejemplo de investigación de diseño de producto orientada socialmente es *AgeLab* del MIT, en el que Joseph Coughlin, profesor de ingeniería, un equipo de colegas y estudiantes de postgrado están testeando y analizando nuevas tecnologías para mejorar la vida de los ancianos. Aunque parte de la investigación implica tecnologías que pueden ayudar a los ancianos a conducir vehículos con mayor seguridad y posiblemente a una edad más avanzada, gran parte de la investigación se refiere a la casa, al hogar, en donde están siendo considerados productos como un centro de salud y un sistema que permitiría a las personas organizar sus traslados y paseos. Por último, el campo del diseño social debe tener un compendio de estudios de caso como los de *AgeLab* que documenten ejemplos de prácticas relevantes.

70

Los métodos de investigación combinada que hemos esbozado pretenden explorar cuestiones que van desde el contexto social amplio dentro del cual los diseñadores trabajan hasta las especificidades del desarrollo de un producto para un sistema de cliente particular. El alcance de la investigación para el diseño social incluye las percepciones públicas y de las agencias acerca de los diseñadores, la economía de las intervenciones sociales, el valor del diseño para mejorar la vida de poblaciones marginadas, una taxonomía de nuevas tipologías de producto, la economía de la fabricación de productos socialmente responsables y la forma en que dichos productos y servicios son recibidos por las poblaciones necesitadas.

¹⁴. En *Design for the Real World*, Papanek proporciona numerosas ilustraciones de proyectos socialmente responsables diseñados por estudiantes bajo su supervisión.

Hasta ahora, las intervenciones sociales de los diseñadores han vacilado o han tenido poco éxito en la orientación hacia el apoyo social para mejores servicios.

La educación de los diseñadores sociales

Las habilidades de diseño abarcan todas las situaciones, pero las habilidades con relación a las poblaciones vulnerables o marginadas necesitan ser desarrolladas por los futuros diseñadores sociales más que por un encargo proveniente de una necesidad de un fabricante. Los estudiantes de diseño social tendrán que aprender más acerca de las necesidades sociales y cómo éstas se enfrentan actualmente por los profesionales de apoyo. Podrían hacer una pasantía con un equipo clínico en un hospital psiquiátrico, en una agencia comunitaria o en instalaciones residenciales para ancianos. También requerirán una fundamentación más fuerte en la sociología, la psicología y la política pública. En cuanto somos conscientes, ningún programa universitario forma y entrena específicamente diseñadores sociales. Podemos, no obstante, citar como un buen inicio el programa de certificado de un año de *Archeworks*, una institución educativa privada en Chicago, fundada en 1994 por Stanley Tigerman y Eva L. Maddox, que está dedicado al avance de una agenda de diseño socialmente responsable.

Cada año, *Archeworks* vincula un pequeño grupo interdisciplinario de estudiantes con diversa fundamentación intelectual en un proceso de diseño social que ha dado lugar a una serie de proyectos y estudios que incluyen un dispositivo para las personas con la enfermedad de Alzheimer para facilitar su ingreso en un automóvil, un dispositivo diseñado para personas con parálisis cerebral y un nuevo modelo de entorno de oficina para el Departamento de Servicios Humanos de Illinois. En la mayoría de los casos, se han realizado proyectos en colaboración con organizaciones o agencias de servicios sociales y muchos han sido financiados con donaciones de fuentes públicas y privadas.

Conclusión

Nuestro objetivo ha sido describir un nuevo "modelo social" de la práctica del diseño y proponer una agenda de investigación a través de la cual puedan abordarse cuestiones importantes relacionadas con la emergencia de tal práctica. Un "modelo social" de la práctica del diseño se necesita más que nunca, y estamos esperanzados en que diseñadores interesados, diseñadores investigadores, profesionales de apoyo y educadores del diseño encontrarán las formas de llevarlo a cabo.