



El diseño social como un lenguaje desde abajo: Acerca del Parsons DESIS Lab

Scott Brown

Traducción | Paulina Cornejo

El [Laboratorio de Diseño por la Innovación Social y la Sustentabilidad de Parsons](#) (Parsons DESIS Lab) fue creado en el 2009, en The New School (Nueva York). Este colectivo de estudiantes, profesores e investigadores se enfoca en la aplicación de principios y estrategias del diseño social para la solución de problemas de distinta índole, con énfasis en la relación entre el diseño y el cambio social.

Este laboratorio se propone revertir las brechas de información (que a su vez acrecientan las brechas entre grupos sociales), revalorar el conocimiento tácitos y promover formas heterogéneas de colaboración solidaria como principios que permean no solo el trabajo del laboratorio afincado en Nueva York, sino de los 30 aliados globales que conforman la red DESIS. Cada uno de estos nodos recolecta, contrasta y visibiliza información relativa a las prácticas de innovación social alrededor del mundo, al igual que desarrolla herramientas y tácticas educativas para promover una formación coherente con este enfoque.

DEISIS trabaja fuertemente en la intersección entre los sectores público y privado para promover el cambio sistémico: cómo mejorar los servicios, cómo hacerlos más colaborativos, cómo sumar actores y amplificar su voz y sus ideas dentro del contexto de prestación de servicios públicos, son algunas de las interrogantes que nos planteamos de forma constante para generar soluciones.

Nuestra visión comprende múltiples escalas de poder y de comunidades. Nos gusta pensar en un enfoque desde en medio hacia arriba y abajo, es decir, queremos hablarle a las organizaciones que tienen recursos y capacidad para tomar decisiones. Un nivel político intermedio en el que operan las agencias o las personas que trabajan con los espacios públicos que nos interesan, pero también un nivel de personas comunes y corrientes, que son finalmente las que viven la ciudad.

Nos dirigimos a las personas que están en la acción, como servidores públicos que ayudan a establecer servicios o que sirven de vínculo con un espectro político más alto. Son personas que se ubican a la mitad pero que operan dentro el sistema, por lo que incluyen

en los procesos la participación de las comunidades o los individuos. También nos gusta buscar prácticas de innovación social existentes y descifrar maneras para amplificarlas. Es decir, fortalecerlas escalándolas en el mapa, haciéndolas más sostenibles dentro de su pequeña esfera de influencia, o encontrando maneras de replicarlas en otros contextos. Eso podría incluir hacer investigación y publicaciones, destilar prácticas que podrían exportarse, o trabajar con comunidades, individuos y organizaciones para hacerlas más sostenibles.

En los últimos años, la atención general en lo que hace a la innovación social se ha intensificado, como consta en el número creciente de programas de grado y posgrado y las publicaciones especializadas en el tema. Hemos observado el surgimiento de los llamados laboratorios de innovación dentro de los gobiernos o como iniciativas paralelas a los mismos, donde proponen el pensamiento y la práctica de diseño como herramienta para resolver problemas de formas nuevas.



Imagen 1. Fotografía de autor.

Nos gusta pensar que podemos ayudar a nuestros estudiantes mediante el aprendizaje basado en proyectos para que imaginen los potenciales roles futuros que les gustaría encontrar. En buena medida, no se trata de prescribir el camino profesional desde la universidad, sino de permitir la creación de condiciones o situaciones. Esto sucede más cuando se trabajan proyectos con socios externos donde los estudiantes aprenden colaborando en la

ciudad, trabajando con comunidades, organizaciones, imaginando lo que el diseño puede aportar en áreas donde nunca ha estado presente, o donde ni siquiera existe, ya sea en la política o incluso en el sector sin fines de lucro, por ejemplo.

Un profesional del diseño social debe aprender a lidiar con la incertidumbre y con los estados sostenidos de ambigüedad, porque los problemas que enfrentan son complejos y nuevos. Cuando analizamos la situación no vamos directo a su solución sino que pensamos en torno al problema; no creemos que el diseñador tiene la solución, es más como “tengo una forma particular de pensar y una práctica previa que me permite enfocar el problema de un modo determinado y, desde ahí, mediante capacidades de visualización y comunicación particulares al diseño, puedo comunicar a otras personas los problemas de formas convincentes o atractivas”. Esta es la fuerza retórica del diseño. Es lo que puede ofrecer para facilitar el entendimiento y la producción divergente en las personas.



Imagen 2. Fotografía de autor.

Nuestra principal recomendación para los estudiantes interesados en reforzar sus destrezas en el ámbito de la innovación social es ser humildes. Frecuentemente pensamos en los diseñadores como una especie de grandes genios que tienen algo así como la llave de la creatividad. No es el caso. Creo que hacer diseño social es siempre un esfuerzo colaborativo

que no se trata de grandes nombres. Es trabajar con personas y aprender lo que no sabes; estar abierto para descifrarlo y mantener ese espíritu humilde, con la finalidad de trabajar con los varios actores que se requieren para abordar los problemas complejos en los que se quiere tener impacto.

Uno de los retos principales que debemos considerar es cuánto de nosotros y de nuestra propia visión del mundo traemos a las decisiones de diseño que tomamos. Me refiero a que no somos actores neutros; cuando vamos a las escuelas de diseño y tenemos estas experiencias profesionales, en comparación con aquellos que estamos buscando trabajar, hay muchas diferencias: sociales, económicas, históricas. Hay un riesgo al intentar hacer lo correcto de caer en dinámicas que puedan ser dañinas o que reproduzcan el *status quo* en oposición a pensar ir más allá. Creo que en parte trascenderlo requiere de una práctica de diseño más reflexiva, que considera nuestra propia perspectiva situada, y que toma tiempo para desacelerar y pensar qué tipo de influencia tenemos en el curso de un proyecto; cuándo debemos detenernos y pensar sobre el tipo de incidencia que existe al tomar ciertas decisiones. Pienso que con la intención de hacer el bien también podemos generar el efecto contrario.



Imagen 3. Fotografía de autor.

Cuando trabajamos con estudiantes de Parsons o de otras instituciones, procuramos promover la elaboración de prototipos que provocan o *provotypes*. Éstos funcionan como fuentes de especulación que detonan conversaciones acerca de hacia dónde podrían ir las direcciones futuras: este momento del proceso es especialmente contundente, se trata de incorporar ciertos temas a la plática cotidiana y por lo tanto a nuestra visión sobre la realidad. Los *provotypes* nos facilitan el camino.

Durante estas experiencias pensamos en el contexto como el pensamiento central del diseño social, pero también reflexionamos en torno a qué deberíamos estar haciendo, el tipo de preguntas que deberíamos plantear, las sensibilidades políticas que se requieren, etc. Realizamos etnografías como parte de secuencias de diseño especulativo para gestar ideas, propuestas y conversaciones, así como una especie de lexicón crítico que ayuda a construir un lenguaje de abajo hacia arriba acerca de esta práctica. Un lenguaje local que se construye con la participación de todos y sirve como herramienta para el diálogo; así contribuimos a que estos procesos cuestionen el *statu quo* y pongan las poderosas herramientas del diseño al servicio de causas socialmente relevantes.



Imagen 4. Fotografía de autor.



Imagen 5. Fotografía de autor.

Hay una política en diseño social que es importante considerar y es ¿de dónde vienen nuestras ideas?, ¿cómo se integran en el contexto social? La respuesta a cada pregunta tiene implicaciones por el trabajo que producimos y es la vida en el mundo. Simplemente pensar acerca de lo que el diseño puede ofrecer, particularmente en el caso de los individuos y las comunidades que tienen necesidades sin resolver; que el mercado no puede (o se niega) a satisfacer: suena a trabajo caritativo. Hay una asunción implícita de que los diseñadores son los expertos, los que mejor saben, y por ende los que deben ofrecer su experiencia a partir de un impulso altruista. Lo entregas y te vas. Este tipo de diseño unidireccional no requiere un compromiso significativo con el mundo. Es la forma caritativa de un hilo conductor modernista que pasa por el centro de mucha de la historia del diseño profesional. Eso es imposición desde arriba sin la consideración de la experiencia vivida.

En este sentido, pienso que los estudiantes deberían pensar acerca de lo que ellos obtendrían al involucrarse en proyectos sociales. Si no nos comprometemos con el mundo, sobre la marcha, en toda su complejidad y desorden, entonces nos ponemos en desventaja como profesionistas.

El diseño para la innovación social no sucede en el vacío. Su objetivo es crear futuros equitativos y sostenibles. Alcanzar esto es imposible si estamos aislados y carentes de una

interacción significativa con las comunidades en las que esperamos que nuestro diseño tenga impacto. Si los estudiantes se resguardan del compromiso práctico, entonces sus ideas sufrirán de puntos ciegos producto de sus creencias y sesgos. No sólo pueden emerger nuevas ideas de la gente, como hemos aprendido del diseño centrado en las personas, sino que la visión del mundo de un diseñador cambia conforme se sumerge en nuevos contextos y problemas. La Ciudad de México es un lugar de marcados contrastes, tanto sociales como económicos. Los diseñadores existen dentro de un estrato social que rara vez los pone en un contacto significativo con comunidades que viven a un costado de ellos. Estas divisiones deben atravesarse.

Los estudiantes e investigadores interesados en familiarizarse con este territorio, podrán consultar las siguientes fuentes de interés:

Libros recomendados

Amatullo, M.; Boyer, B. (2016). LEAP Dialogues: Career Pathways in Design for Social Innovation

Dunne, S; Raby, F. (2013). Speculative Everything: Design, Fiction, and Social Dreaming. MIT Press

Manzini E. (2015). *When Everybody Designs: An Introduction to Design for Social Innovation*, Cambridge: MIT Press.

Papanek, V. (2005). Design for the Real World: Human Ecology and Social Change. ISBN-13: 978-0897331531

Shea, A; Lupton, E. (2012). Designing For Social Change: Strategies for Community-Based Graphic Design (Design Briefs)

Simmons, C. (2011). Just Design: Socially Conscious Design for Critical Causes.

Revistas y sitios recomendados

Europe Tomorrow. (2016). <http://europetomorrow.org/>

European Social Innovation Research (2016). <http://siresearch.eu/>

International Journal of Social Entrepreneurship and Innovation. ISSN online: 2043-8265.
<http://www.inderscience.com/jhome.php?jcode=ijsei>

Japan Social Innovation Journal Vol. 6(2016) No. 1. Special Issue on Disaster risk reduction, creative reconstruction and social innovation Guest Editors: Ryosuke Aota, Noriko Katada and Yoshiteru Murosaki

Taylor& Francis Group. (2016). *CoDesign - International Journal of CoCreation in Design and the Arts*. https://www.designsociety.org/publication/19725/codesign-international_journal_of_cocreation_in_design_and_the_artshttps://ssir.org/

The *European Public & Social Innovation Review (EPSIR)*, ISSN 2529-9824.
<http://pub.sinnergiak.org/index.php/esir/index>