



UNIVERSIDAD  
**NACIONAL**  
DE COLOMBIA

# **Diseño para la innovación social:**

**Una aproximación a las prácticas del diseño en torno a la  
configuración de nuevas dinámicas productivas en la ciudad de  
Bogotá**

**Miller Alejandro Gallego Cataño**

Universidad Nacional de Colombia  
Facultad de Artes  
Bogotá, D. C., Colombia  
2017

# **Diseño para la innovación social:**

**Una aproximación a las prácticas del diseño en torno a la  
configuración de nuevas dinámicas productivas en la ciudad de  
Bogotá**

**Miller Alejandro Gallego Cataño**

Tesis presentada como requisito parcial para optar al título de:  
**Magíster en Diseño**

Directora:  
M.a. D.I. – Arq. Aydée Liliana Opina Nigrinis

Línea de Investigación:  
Diseño, Cultura y Sociedad

Universidad Nacional de Colombia  
Facultad de Artes  
Bogotá, D. C., Colombia  
2017

*A mis padres y hermanos, por su  
apoyo incondicional, generoso y permanente.*

*A mis amigos, por sus valiosos aportes, su afecto y  
constante aliento.*

## **Agradecimientos**

Quiero expresarles mis agradecimientos más sinceros a Aydée Ospina, directora del proyecto, por su apoyo, paciencia y especialmente por la confianza que depositó en mí; a la Universidad Nacional de Colombia, por su excelencia académica; a la profesora Patricia Sarmiento, Coordinadora de la Maestría; y a los profesores que hicieron parte de este proceso, en especial a Gabriel García, Martín Riaño, Pablo Abril y Eduardo Naranjo, por sus significativos aportes. Por último, quiero agradecer al Dr. Miguel Otero Cadena, Vicerrector de Investigaciones de la Universidad El Bosque, por su calidad humana y a los participantes de la Maestría, quienes compartieron abiertamente sus conocimientos y propiciaron un ambiente agradable durante todo el proceso formativo.

## Resumen

Mediante un diseño responsable centrado en las personas y orientado hacia valores de carácter social, el diseño para la innovación social ha dado lugar a la configuración de sólidas plataformas de emprendimiento para cientos de diseñadores profesionales que reclaman un lugar en los sectores productivos de la ciudad y el reconocimiento de nuevas prácticas colectivas de diseño como una alternativa válida de participación social y desarrollo económico. Desde este punto de vista, la presente investigación —con base en una aproximación a estudios de casos en las localidades de Teusaquillo y Chapinero de la ciudad de Bogotá—, propone una reflexión sobre las características que asume el conocimiento y las herramientas propias de la disciplina y profesión del diseño cuando se articulan con las dinámicas de las comunidades que no solo aportan sus necesidades, sino también sus capacidades, dando como resultado nuevas y particulares dinámicas productivas, la creación de espacios de trabajo colaborativo además de nuevos escenarios de participación social y económica.

La lectura de estas perspectivas permite evidenciar que la contribución del diseño a la innovación social no se limita a la implementación de métodos de diseño, por el contrario, como hecho novedoso y transformador, promueve procesos de organización, desarrollo y protección colectiva, genera progreso, permite utilizar mejor los recursos existentes y busca dar respuestas más eficaces y eficientes a pequeños y grandes problemas sociales, a la vez que estimula el debate social acerca de cómo el diseño puede contribuir a construir un mundo mejor para todos.

**Palabras clave:** Cocreación, dinámicas productivas, diseño para la innovación social, innovación social, metodologías participativas de diseño.

## Abstract

A responsible design focused on people and oriented to social character values, social innovation design has given place to the configuration of solid undertaking platforms for hundreds of professional designers who claim a position in the in the productive areas in the city and the recognition of new collective design practices as a valid alternative of social interaction and economic development. From this point of view, the following investigation —based on an approximation of study cases in Teusaquillo and Chapinero districts in Bogotá—, suggests a reflection about the characteristics that assume the knowledge, discipline tools and design profession when they are articulated with the new community dynamics, that, not only provides their needs, but also their skills, giving as a result new and individual productive dynamics, the creation of cooperative works spaces and new scenarios of social and economic participation.

Reading these perspectives allows to evidence that the design contribution to the social innovation is not limited to the design methods implementation, on the other hand, allows to be seen as a brand new and trans-formative fact, promotes organizational processes, collective development and protection, generates improvement, allows a better using of existing resources and looks for more effective and productive answers to small and big social troubles. At the same time, motivates social debate about how design contributes to build a better world for everyone.

**Keywords:** *Co-creation, design for social innovation, participatory methodologies, productive dynamics, social innovation.*

# Contenido

	<b><u>Pág.</u></b>
Resumen.....	V
Lista de figuras.....	IX
Lista de tablas.....	X
Introducción.....	XI
Problemática de investigación.....	XV
Planteamiento del problema.....	XVIII
Pregunta de investigación.....	XVIII
Objetivo general.....	XVIII
Objetivos específicos.....	XVIII
Justificación.....	XIX
Capítulo 1.....	23
1.1 Marco teórico.....	23
1.2 La innovación social.....	28
1.3 Diseño para la innovación social en las sociedades contemporáneas.....	39
1.4 Metodologías participativas de diseño en torno al diseño para la innovación social....	43
1.4.1 Codiseño (Diseño colaborativo).....	44
1.4.2 <i>Open design</i> (Diseño abierto).....	47
1.4.3 Otras miradas a los enfoques participativos de diseño.....	48
1.5 Diseño para la innovación social en torno a nuevas dinámicas productivas.....	49
1.6 Consideraciones finales.....	51
Capítulo 2.....	53
2.1 Diseño para los retos sociales: el papel del diseño para la innovación social.....	53
2.2 Nuevas oportunidades: la creatividad social.....	59
Capítulo 3.....	63
3.1 Diseño en el contexto productivo actual de Bogotá.....	63
3.1.1 La creatividad y sus posibilidades.....	63
3.1.2 Diseño para la innovación social en el contexto productivo actual de Bogotá.....	66
Capítulo 4.....	75
4.1 Diseño de la investigación.....	75
4.1.1 Criterios de selección de los casos de estudio y la muestra de análisis.....	76
4.1.2 Justificación de la selección de los casos de estudio.....	78
4.1.3 Casos de estudio.....	82
4.1.4 Justificación para la selección de la muestra de análisis.....	88
4.1.5 Estrategia metodológica y técnicas de recolección de datos.....	89

4.1.6	Estrategia y planteamiento del análisis .....	91
4.2	Análisis de resultados.....	93
4.2.1	Dimensión organización – Aspectos sociales (DO-AS) .....	94
4.2.2	Dimensión organización – Aspectos materiales (DO-AM) .....	96
4.2.3	Dimensión organización – Aspectos económicos (DO-AE).....	98
4.2.4	Dimensión participativa – Aspectos sociales (DP-AS).....	101
4.2.5	Dimensión participativa – Aspectos materiales (DP-AM).....	103
4.2.6	Dimensión participativa – Aspectos económicos (DP-AE) .....	105
4.3	Discusión de resultados.....	107
4.3.1	Dimensión organizacional – Aspectos sociales (DO-AS) .....	107
4.3.2	Dimensión organizacional – Aspectos materiales (DO-AM) .....	108
4.3.3	Dimensión organizacional – Aspectos económicos (DO-AE).....	109
4.3.4	Dimensión participativa – Aspectos sociales (DP-AS).....	111
4.3.5	Dimensión participativa – Aspectos materiales (DP-AM).....	112
4.3.6	Dimensión participativa – Aspectos económicos (DP-AE) .....	112
Conclusiones y recomendaciones .....		115
	Conclusiones .....	115
	Recomendaciones.....	121
A.	Anexo: Ficha de registro internacional.....	122
B.	Anexo: Ficha de registro Bogotá.....	122
C.	Anexo: Matriz de categorización internacional.....	122
D.	Anexo: Matriz de categorización Bogotá.....	122
E.	Anexo: Guion general de entrevista .....	122
F.	Anexo: Entrevistas.....	122
G.	Anexo: Codificación de entrevistas.....	122
Bibliografía .....		123



## Lista de figuras

	<u>Pág.</u>
<b>Figura 4-1:</b> Esquema resumen del diseño de la investigación .....	75
<b>Figura 4-2:</b> Modelo ficha de categorización .....	81
<b>Figura 4-3:</b> Iniciativas registradas .....	81
<b>Figura 5-1:</b> Configuración de dinámicas productivas a través de procesos de diseño para la innovación social.....	117

## Lista de tablas

	<u>Pág.</u>
<b>Tabla 1-1:</b> Conceptos de innovación social según las principales instituciones y centros. ....	31
<b>Tabla 1-2:</b> Definiciones de innovación social por orden cronológico y según autores. ....	33
<b>Tabla 2-1:</b> Nodos comunes entre conceptos macro en relación a la innovación y el papel del diseño para la innovación social .....	58
<b>Tabla 4-1:</b> Resumen del caso de estudio 3: C-INNOVA .....	83
<b>Tabla 4-2:</b> Resumen del caso de estudio 2: FABRILAB .....	85
<b>Tabla 4-3:</b> Resumen del caso de estudio 3: DICREEM .....	87
<b>Tabla 4-4:</b> Resumen del caso de estudio 4: LAB1 .....	88
<b>Tabla 4-5:</b> Muestra de entrevistados según caso de estudio .....	89
<b>Tabla 4-6:</b> Resumen de las principales categorías de análisis y codificación .....	92
<b>Tabla 4-7:</b> Definición de las subcategorías de análisis .....	93

## Introducción

El diseño para la innovación social responde a un intento por determinar cómo el diseño puede facilitar soluciones novedosas, impulsadas, a la vez, por una nueva conciencia individual y por nuevos modelos de comportamiento y de organización social que benefician directamente a las comunidades, dicho de otra manera, este tipo de ejercicio profesional enfatiza en el cambio generado a través de procesos colaborativos de diseño. Tal premisa involucra diferentes factores relacionados con ideas y visiones originales de la *cultura del diseño*, herramientas prácticas tomadas de diferentes campos de conocimiento y, la creatividad en el marco de un enfoque participativo. Al reconocer la innovación social como un motor positivo de cambio, disciplinas como el diseño se ubican, no solo como mediadores de estas prácticas, sino también como un elemento determinante para activar y apoyar la transformación social.

Hoy en día, es posible identificar toda clase de iniciativas emergentes de innovación social que buscan redefinir la forma de *hacer diseño*, sin embargo, la necesidad de precisar cómo estas acciones sociales pueden propagarse, replicarse e integrarse con programas más amplios que puedan evidenciar cambios a una escala mayor y, por qué no, consolidar nuevos escenarios de actuación profesional y participación social y económica sigue estando latente en gran parte del mundo.

Para dar respuesta a estas y otras preocupaciones —en lo concerniente a esta investigación—, se identificaron casos potenciales —*organizaciones colaborativas*— que conciben y desarrollan elementos materiales e inmateriales (productos y servicios) para propiciar escenarios en los que el diseño tiene una participación más activa, tanto desde sus ideas como desde sus prácticas, para impulsar nuevos modelos de desarrollo social y económico más eficaces, accesibles y replicables.

En los casos encontrados se consideró fundamental el reconocimiento de los procesos de producción que proponen las iniciativas analizadas en términos de sostenibilidad, desarrollo de nuevos productos y servicios, y las salidas comerciales hacia otros dominios distintos al campo del diseño. Así, estas iniciativas recogen la idea de que el diseño existe más allá de los circuitos productivos tradicionales y se reafirman como nuevas dinámicas productivas del diseño en relación con la interacción directa con comunidades y grupos humanos.

Como diseñador, mi interés en el marco de esta investigación es precisar y comprender cómo el diseño para la innovación social ha propiciado la configuración de nuevas dinámicas productivas en la ciudad de Bogotá —específicamente en las localidades de Teusaquillo y Chapinero—, y asimismo, reconocer las lógicas socioculturales inmersas en estos procesos y su contribución a la sociedad. Además del objetivo mencionado, esta investigación busca establecer criterios que den paso a la identificación de iniciativas de diseño para la innovación social que destaquen la implementación de un modelo productivo claro y generador de ingresos, y así, poder caracterizar las iniciativas encontradas en las localidades elegidas en función de los criterios propuestos. Por otra parte, busca comprender las características más relevantes que adopta el diseño en torno a proyectos de innovación social que suscitan la creación de nuevos escenarios de participación económica en la ciudad sin perder de vista la forma en que estos escenarios emergentes se vinculan a los sectores productivos de la ciudad.

Para llevar a cabo lo anterior, se propone una estrategia metodológica de índole cualitativo. Se acude entonces al uso de herramientas de estudio del enfoque etnográfico, el cual se apoya en experiencias de primera mano y en los ambientes en los que acontecen las situaciones naturalmente. Este enfoque no solo permite incorporar el análisis de material empírico, sino también el análisis de las acciones humanas y el contexto en el que los valores, representaciones y perspectivas son escenificadas. Para la identificación de ejemplos destacados se acude a búsquedas en repositorios, bases de datos especializadas, páginas web y *blogs* oficiales de organizaciones no gubernamentales, escuelas y laboratorios de diseño, fundaciones, redes internacionales de diseño, universidades, organizaciones del sector privado, alcaldías y programas comunitarios y de desarrollo vecinal, gestores independientes y colectivos urbanos, entre otros. Como principal técnica de recolección de información se propone la elaboración de *entrevistas semiestructuradas y a profundidad*, dirigidas a los gestores de cada uno de los casos de estudio seleccionados.

Como complemento a las entrevistas, se acude a otras técnicas de recolección de datos como la *observación*, con el objetivo de entender el foco sustancial y el tipo de interacciones que se generan entre los actores involucrados en cada una de las situaciones creativas, e intentar comprender, de primera mano, las prácticas y procesos de diseño para la innovación social; el *registro fotográfico*, para rastrear aspectos particulares de las diferentes dinámicas de interacción entre los diferentes actores involucrados dentro de la cotidianidad de sus prácticas y su relación con el entorno físico y social, y finalmente, la *revisión documental* (páginas web, artículos de divulgación, prensa, foros y redes sociales, etc.), con el fin de estudiar procesos más generales y su impacto a diferentes niveles (social, económico, etc.). Para procesar el material empírico recolectado, se utilizará el programa de análisis cualitativo *ATLAS.TI*.

El punto de partida que define esta estrategia corresponde al conjunto de *situaciones y acciones de diseño para la innovación social* que han dado lugar a estas nuevas dinámicas en la ciudad, específicamente en las localidades de Teusaquillo y Chapinero. Desde esta perspectiva, ha sido posible dilucidar la realidad social, económica, cultural y política que envuelve a dichas iniciativas. Esta forma de abordar la investigación permite comprender la intrincada relación entre diseño, innovación social y la emergencia de nuevos escenarios productivos.

#### *Estructura de la tesis*

El primer capítulo, *Marco teórico*, presenta una aproximación breve e integral sobre algunos de los diferentes modos de participación que actualmente asume el diseño en la sociedad. Se presentan entonces tres partes para contextualizar este tema. La primera parte aborda los conceptos de innovación e innovación social a partir de diversas definiciones y posturas; la segunda, se enfoca en el diseño para la innovación social en las sociedades contemporáneas; allí se presentan algunos modelos y metodologías participativas de diseño concernientes a los intereses de esta investigación; finalmente, se introducen algunos aspectos relevantes del diseño para la innovación social en torno a nuevas dinámicas productivas, los cuales se desarrollan en los capítulos posteriores.

En el segundo capítulo, titulado *Diseño para los retos sociales: el papel del diseño para la innovación social*, se exponen algunos aportes del diseño a la innovación social en contraposición a los aportes de otras áreas del saber fundadas en la ciencia. Por otra parte, se presentan distintos acercamientos a discusiones que abordan los retos sociales desde la perspectiva del diseño y la

creatividad social en el marco de un enfoque de diseño que deriva del reconocimiento de la cotidianidad y de los problemas propios y externos de las comunidades.

El tercer capítulo, *Diseño en el contexto productivo actual de Bogotá*, muestra un panorama general del estado actual de las industrias creativas y su contribución a los sectores económico y cultural de Bogotá y Colombia. También, se contextualizan modelos de desarrollo en los que el sector creativo se articula con la esfera económica para generar empleo y crecimiento económico. Finalmente, se exponen algunas iniciativas de diseño para la innovación social que entrelazan los sectores económico, industrial y productivo con las prácticas de diseño y su impacto social.

El cuarto y último capítulo, *diseño de la investigación*, está dedicado a mostrar el diseño metodológico que orienta esta investigación. Para tal finalidad, se presentan los criterios de selección de los casos de estudio y su análisis. Posteriormente, se da cuenta de la estrategia metodológica y la forma en la que el material recolectado es analizado.

## Problemática de investigación

Si bien el diseño ha demostrado ser capaz de construir un espacio de intervención en lo social (Correa, 2010, 2011; Gamonal, 2011; Papanek, 1971), ya sea desde el reconocimiento de una “cultura del diseño” (Julier, 2000; Sparke, 2010), o partir de estudios y reflexiones que se han venido elaborando junto a disciplinas más tradicionales como la Sociología, la Antropología e incluso, la Psicología (Maldonado, 1993; Augé, 2000; García, *et al.*, 2007; Margolin y Margolin, 2007; Chávez, 2008), no es un secreto que “el diseño continúa centrado en su preocupación por la forma en sí, sin detenerse a pensar sobre el sentido de esta y la relación que guarda con respecto a la sociedad y la cultura” (Rodríguez 2012, p. 170). De acuerdo con lo expresado, para comprender a profundidad *lo social y su sentido y orientación en el diseño*, resulta imprescindible, por una parte, reflexionar más allá de las circunstancias históricas del desarrollo del diseño, e intentar aclarar las razones por las cuales el diseño ha conseguido la profundidad de la que goza hoy día en nuestra sociedad. Por otra parte, poner de manifiesto la evidente necesidad de valorar el alcance potencial del diseño en la actualidad permite abrir una brecha que determina, ante todo, la preocupación por ahondar críticamente sobre las implicaciones de esta actividad y los recursos de los que hoy se vale para lograr una visión más democrática de la profesión.

Estos puntos de vista se contraponen a la tradicional visión *tecnicista* del diseño al no tratar, únicamente, de ofrecer soluciones “científicamente” adecuadas a problemas preestablecidos, sino también, al tomar parte activa en la definición y en la formulación de problemas gestados dentro de la propia disciplina, que a su vez, abren el camino para comprender la actividad del diseño como una práctica más compleja, reflexiva y humana. A esto, Chávez (2008) añade que:

[s]i seguimos refiriéndonos al diseño como una práctica real y actual, pero por “función social” nos restringimos a su acepción humanista, tendremos que reconocer que esta función sólo se cumple marginalmente [...], consecuentemente, deberemos asumir el compromiso intelectual y ético de

denunciar las razones por las cuales dicha función es actualmente marginal y señalar las condiciones que tendrían que darse para que se cumpla plenamente. (s.p.)

De acuerdo con la postura de Chávez, es desde la práctica misma que deben generarse los modelos y las condiciones de trabajo necesarias para la construcción de acciones colectivas que busquen impactar positivamente a la sociedad. A este respecto, Margolin & Margolin (2010) aportan una nueva discusión sobre el diseño para las necesidades sociales, que da cuenta particularmente de un *modelo social de la práctica del diseño* en conjunto con el campo del trabajo social:

[e]n comparación con el "modelo orientado al mercado", ha habido poca teorización sobre un modelo de diseño de producto orientado a las necesidades sociales [...]. Por el contrario, poco se ha reflexionado sobre las estructuras, los métodos y los objetivos del diseño social [...], 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 logrado. Tampoco se ha prestado atención a los cambios en la educación de los diseñadores [...] que pueda prepararlos para diseñar para poblaciones en necesidad, en lugar de sólo para el mercado. (p.62)

Lo anterior expresa también una urgencia más profunda: la necesidad de promover prácticas (desde el trabajo en diseño) orientadas al desarrollo de estrategias capaces de fomentar nuevos modelos de vida y nuevas dinámicas de producción sostenibles capaces de generar beneficios para el medio ambiente y la sociedad. Es por todo esto que el sentido de *lo social* en el diseño adquiere relevancia para la investigación, que se suma al reducido esfuerzo por ahondar en un diseño que emerja y atienda las necesidades de la sociedad (lo que se constituye en una oportunidad para la investigación en diseño).

Es en este punto entonces donde el diseño para la innovación toma importancia como una alternativa para hacer frente a problemáticas complejas de la actualidad (la sostenibilidad ambiental, el desempleo, las responsabilidades ético-sociales, la inclusión y la participación ciudadana, el acceso a la educación, etc.), mediante la transformación de los modelos tradicionales de producción que proponen una praxis del diseño más integral, interdisciplinaria y participativa, que verdaderamente atienda y de prioridad a los retos sociales. Pero ¿qué sucede si no se comprenden las características que asume el diseño cuando participa como enfoque en los procesos de innovación social? acaso ¿el diseño para la innovación social solo existe en función de las



“fallas del mercado”, que son difícilmente resueltas por enfoques lineales de la innovación tecnológica tradicional?

Dilucidar una reflexión crítica acerca de las características que adopta el diseño para la innovación social frente a los retos sociales y de los recursos de los que se vale para lograr una visión más democrática de estas prácticas, son el punto de partida de esta investigación. La cual, propone un acercamiento a las características que asume el conocimiento y las herramientas propias de la disciplina del diseño, cuando se articula con las dinámicas de las comunidades que no solo aportan sus necesidades, sino especialmente sus capacidades, resultando en nuevas y particulares dinámicas productivas que suscitan la creación de espacios de trabajo colaborativo y nuevas oportunidades de negocio. Así mismo, se intenta exponer el interés por las iniciativas de innovación social ligadas a actividades productivas de diseño y, el interés por la emergencia de los denominados *escenarios creativos*, que actúan y se vinculan al contexto social y económico actual de la ciudad de Bogotá.

## Planteamiento del problema

El diseño para la innovación social es uno de los fenómenos que más llama la atención en la investigación en diseño actualmente. Esto se debe en gran parte a que se considera como una alternativa a los modelos tradicionales de transformación social y modernización socioeconómica. Gracias a esto, hoy en día es posible identificar toda clase de iniciativas emergentes de innovación social que buscan redefinir la forma de *hacer diseño*. Sin embargo, pasar de soluciones adecuadas a ecosistemas de trabajo que ofrezcan oportunidades para resolver problemas sociales y, a su vez, generar tanto nuevas prácticas, como nuevas ideas sobre bienestar, es aún un terreno que pasa desapercibido en una ciudad como Bogotá. Y es que a pesar de que actualmente en la ciudad exista un pequeño grupo de iniciativas de diseño en torno a la innovación social, considero importante comprender y precisar cómo estas acciones sociales pueden propagarse, ampliarse, replicarse e integrarse con programas más amplios que puedan evidenciar cambios a una escala mayor y, por qué no, consolidar nuevos escenarios de actuación profesional y participación social y económica en Bogotá.

Estas razones recogen la idea de que el diseño existe más allá de los circuitos productivos tradicionales y evidencian cómo la práctica del diseño se ha orientado no solo en el sentido del mercado (en torno al producto), sino también en la sostenibilidad y la interacción directa con las comunidades y grupos humanos. Por lo tanto, considero que aún se evidencian vacíos que dejan la discusión abierta en terrenos muy específicos, como los que propone abordar esta investigación: *el diseño para la innovación social en torno a la configuración de nuevas dinámicas productivas*. Desde esta perspectiva, considero entonces que no se ha desarrollado una postura que precise cómo el diseño para la innovación social ha propiciado la configuración de nuevas dinámicas productivas en la ciudad de Bogotá —específicamente en las localidades de Teusaquillo y Chapinero—, y que

a su vez, reconozca las lógicas socioculturales de los diferentes grupos de actores involucrados y su contribución a la sociedad.

## **Determinación de los límites temporales y geográficos**

Como se ha expuesto anteriormente, este estudio se sitúa en la ciudad de Bogotá, D. C., Colombia, específicamente en las localidades de Teusaquillo y Chapinero. Se consideraron estas localidades por ser sectores que concentran diversas iniciativas económicas, organizaciones creativas y emprendimientos sociales en torno al diseño y la innovación social, además de diferentes actividades de índole cultural, artístico y comercial vinculadas a estas prácticas, y que hoy en día se han convertido en un referente importante del desarrollo sostenible de la ciudad, tanto económico como social. Aunado a esto, actualmente existe un número importante de procesos organizativos en estas localidades que buscan articular redes de trabajo colaborativo y fortalecer la oferta de las prácticas de innovación social de la población a través de iniciativas artísticas y culturales.

Por lo anterior, estas localidades se convirtieron en los escenarios idóneos para la selección de casos de estudio que respondieran plenamente a los intereses investigativos de este proyecto, y a su vez, permitieran poner en perspectiva el papel de estas iniciativas de diseño y su contribución a la economía y bienestar social de la ciudad.

Por otra parte, para determinar la temporalidad del proyecto, se optó por la identificación y búsqueda de iniciativas de diseño para la innovación social actualmente activas y con no más de cinco años de estar legalmente constituidas; esto con el objetivo de obtener información precisa que permitiera dar una dimensión general, contextualizada y actualizada del surgimiento de nuevas dinámicas productivas en el marco social y económico actual de la ciudad de Bogotá.

De acuerdo con la categorización basada en la propuesta *Metodología de la investigación holística* de Jacqueline Hurtado (2010), esta investigación propone un estudio de carácter *evolutivo-contemporáneo*

## **Pregunta de investigación**

¿Cómo el diseño para la innovación social ha propiciado la configuración de nuevas dinámicas productivas en las localidades de Teusaquillo y Chapinero de la ciudad de Bogotá?

## **Objetivo general**

Comprender cómo el diseño para la innovación social ha propiciado la configuración de nuevas dinámicas productivas en las localidades de Teusaquillo y Chapinero de la ciudad de Bogotá.

## **Objetivos específicos**

1. Establecer criterios que permitan identificar iniciativas de diseño para la innovación social que destaquen la implementación de un modelo productivo claro y generador de ingresos.
2. Caracterizar las iniciativas de diseño para la innovación social encontradas en la ciudad de Bogotá, específicamente en las localidades de Teusaquillo y Chapinero, en función de los criterios previamente establecidos.
3. Analizar las características que adopta el diseño en torno a proyectos de innovación social que suscitan la creación de nuevos escenarios de participación económica en la ciudad de Bogotá.
4. Determinar de qué forma las dinámicas productivas encontradas se vinculan a los sectores productivos de la ciudad de Bogotá.

## Justificación

Hoy en día, la investigación en diseño ha centrado su mirada en la experiencia humana. No obstante, este tema ya era de interés para el diseño desde la década de los setentas, especialmente en el contexto escandinavo, cuya tradición socialdemócrata sentó las bases de enfoques participativos y la redefinición de metodologías concretamente colaborativas de diseño (Rispoli, 2015, p. 33). Esta perspectiva legitimaba la participación de los usuarios en los procesos de diseño en lugar de considerarlos simples informadores pasivos. En consecuencia, nuevos enfoques como el *diseño participativo* y el *diseño centrado en el usuario* comenzaron a desarrollarse fuertemente en gran parte del mundo, teniendo una gran variedad de formas, pero siempre en torno a un eje fundamental: *el ser humano*. Estas posturas “ponían en crisis el concepto de autoría del diseñador y su tradicional superioridad jerárquica respecto al usuario” (Rispoli, 2015, p. 33), en otros términos, lograr soluciones exitosas que desde el diseño respondieran cabalmente a las necesidades de las personas sugería ampliar la mirada no solo en los procesos de diseño, sino también en los actores involucrados en estos. Lo anterior permitió que los diseñadores se acercaran más a las personas para las que diseñan, y con ello se dio lugar a que los procesos de diseño se extendieran a todos aquellos que lo necesitaban, lo que aumentó la participación de los usuarios, tanto en la generación de ideas como en la toma de decisiones<sup>1</sup>.

Estos planteamientos comprenden un amplio espectro de consideraciones sustantivas. Por una parte, tal como lo afirma Jorge Frascara (2015), el diseño solo cobra sentido al asociarse con las necesidades de las personas para preservar y mejorar su vida; dicho de otra forma, el diseño no solo debe hacer frente a las necesidades del diseño, sino también a las necesidades de la sociedad. Sin embargo, esto solo es posible al expandir las fronteras del diseño al discurso social, al trabajo

---

<sup>1</sup> Como lo señalaban Bredies, *et al.* (2010), la participación de los usuarios durante la fase de diseño debe garantizar una buena transición de los hábitos y significados en el proceso de diseño.

interdisciplinario y a la combinación de conocimientos especializados, al desarrollo de nuevos métodos de diseño y al reconocimiento de un diseño responsable centrado en las personas que permita crear una atmósfera que entienda y dé prioridad a las necesidades, deseos, habilidades y limitaciones de todos los actores sociales involucrados.

De acuerdo con lo expresado, es evidente que el diseñador debe centrar su atención no solo en el resultado de diseño (en su sentido meramente estético, funcional o utilitario), sino que también debe interesarse en las relaciones que se dan entre las personas, los objetos y el entorno, y asimismo, entre los individuos a través de los objetos de diseño (Todelano, 2015). Esto hace que el “[d]iseño no sólo sea una disciplina creativa, sino también social” (p. 16), que “contribuye activamente en todos los aspectos de la vida social: económica, cultural, política, etc.” (Gamonal, 2011, p. 4).

Por otra parte, está el surgimiento de nuevos modos de participación del diseño, tanto en la escena social como en la estructura productiva. Así lo señala Correa (2010):

[...] [e]sta instancia ha contribuido en la creciente *estetización* de la vida cotidiana en la sociedad de consumo, al interior de la cual el diseño se ha constituido como un fenómeno visible y altamente significativo, volviéndose un componente de valor en sí mismo. (p. 13)

[...] como ejemplo de estas configuraciones que se han generado en los últimos años, se puede observar la emergencia de jóvenes diseñadores independientes de bienes y objetos, quienes combinando una estrategia de participación en el mercado —en muchos casos de manera informal— junto con una resignificación del campo cultural, tanto en los parámetros de consumo como en los de producción [...], han comenzado a dar cuenta de un fenómeno en crecimiento que refleja por un lado ciertos cambios en relación a hábitos propios de la vida cotidiana —como el consumo— y la [...] configuración misma de nuevos escenarios propios de una economía cultural emergente. (p. 2)

Entonces, para comprender la profundidad que ha adquirido el diseño en las sociedades contemporáneas, resulta imprescindible reflexionar sobre la participación, cada vez mayor, de los diseñadores, tanto en dinámicas de producción y consumo que devienen en la resignificación de los hábitos propios de la vida cotidiana, como en la configuración de nuevos escenarios de actuación profesional y participación social y económica. Este es el caso del *diseño para la innovación social*, el cual se enfoca en el intercambio de conocimientos relacionados con prácticas buenas y

sostenibles relacionadas con nuevos procesos y modelos productivos orientados a originar programas sostenibles en el campo de la producción distribuida y abierta, generar nuevas visiones de comunidad y definir nuevas prácticas colaborativas que impulsen iniciativas que van desde estudios de caso concretos hasta políticas gubernamentales.

Ahora bien, a este tema (*diseño-sociedad*) se suma el interés por aquellos procesos complejos de transformación social que se han gestado dentro de la propia disciplina del diseño y, que actualmente son considerados un elemento central en la investigación en este campo. Aspectos como las responsabilidades ético-sociales, la sostenibilidad ambiental y la emergencia de las denominadas comunidades creativas son solo algunos ejemplos de los cuestionamientos que han dado lugar al surgimiento de iniciativas que buscan impactar positivamente a la sociedad a partir de acciones colectivas vinculadas a la práctica de diseño. En último término, estas reflexiones dan cuenta de algunos de los diferentes modos de participación que hoy en día asume el diseño en la vida económica, productiva, social y cultural, las cuales han dado paso a la configuración de nuevos escenarios de actuación profesional asociados al trabajo social. A lo anterior, Correa (2010) añade que

[a]l pensar en el diseño, planteamos una modalidad de producción cultural, una práctica cultural<sup>2</sup> que piensa y trabaja [...] en un momento dado, en una historia dada, con sus lenguajes, sus conflictos, y su inserción en la vida misma, en la producción y consumos de la sociedad. (p.9)

Frente a esto, podría pensarse —en su sentido más amplio— que el complejo entramado social se encuentra permeado por múltiples significados y manifestaciones expresivas dadas por el diseño, y que dichas manifestaciones, en búsqueda de fortalecer la participación y el sentido social, alimentan la vida del ser humano.

Establecido este panorama, y en concordancia con la pregunta que da inicio a esta investigación —*¿Cómo el diseño para la innovación social ha propiciado la configuración de nuevas dinámicas productivas en las localidades de Teusaquillo y Chapinero de la ciudad de Bogotá?*— se propone aquí un acercamiento a las características que adopta el diseño para la innovación social en torno a la configuración de dinámicas productivas que suscitan la creación de espacios de trabajo

---

<sup>2</sup> Según la autora, en el sentido de dialogar activamente con una determinada sociedad.

colaborativo y nuevos escenarios de participación social y económica en la ciudad de Bogotá. Cabe señalar que este estudio no pretende dar cuenta de toda implicación social perteneciente al diseño; por el contrario, concibe diferentes visiones de diseño enfocadas a la democratización de la disciplina, el reconocimiento de las lógicas socioculturales de los diferentes actores involucrados, así como una dimensión general y contextualizada del impacto de estas prácticas en las sociedades contemporáneas.

Como diseñador, mi interés es comprender las diversas formas en que el diseño emerge y atiende las necesidades de la sociedad. Así, desde los modelos productivos orientados al mercado o desde las dinámicas que ubican la función del diseño en relación con las comunidades y grupos humanos, esta investigación recoge la idea de que el diseño existe más allá de los circuitos productivos tradicionales, y que hoy en día la actividad del diseño se ha extendido a un discurso que reclama el reconocimiento de nuevos escenarios de trabajo y nuevos lugares de actuación, así como de nuevos diálogos e intervenciones en y con la sociedad en la que el diseño se desarrolla.

Finalmente, quiero resaltar que el interés y la abundancia de iniciativas productivas vinculadas a la práctica del diseño en Bogotá, específicamente en las localidades de Teusaquillo y Chapinero, ha generado que este sea el marco de referencia para el desarrollo de esta investigación.



# Capítulo 1

## 1.1 Marco teórico

Diferentes posturas han puesto la actividad de diseñar en estrechas discusiones, lo que ha transformado la forma de *ver, entender y hacer diseño*. Existen aquellas que entienden al diseño como un acto intelectual (Perkins, 1989, s.p.), y otras que lo asumen como medio de expresión en el que la originalidad, *lo estético* y el purismo técnico cobran gran relevancia (Dondis, 2006, s.p.). Dado que esta dualidad ha permitido un entendimiento consciente de las relaciones y los estadios existentes en el acto mismo de diseñar (al permitir disponer de diversos enfoques y reflexiones para comprender mejor la naturaleza del diseño como una actividad humana), vale la pena preguntar qué papel desempeña el diseño, y más exactamente el diseñador, dentro de su entorno social-cultural.

El diseño hoy constituye parte activa en la vida del ser humano. Este hecho no solo ha influido en su cotidianidad, también en la forma en que se relaciona con el mundo. No obstante, esto suele pasar desapercibido. Así lo afirma Penny Sparke (2010): “[...] [v]ivimos en una sociedad modelada en gran medida a través del diseño y, sin embargo este proceso de ideación y producción profesional penetra en lo cotidiano de tal manera que su omnipresencia lo torna imperceptible (s.p.)”.

Esta idea pone de manifiesto que, por una parte, dada su nutrida e irremediable presencia en la vida de las personas, el diseño parece haber ampliado las fronteras de la interacción entre humanos y el mundo (material e inmaterial). Por otro lado, advierte la responsabilidad del diseñador en la creación de significados al interior de su contexto social<sup>3</sup>. Para el diseñador se vuelve fundamental

---

<sup>3</sup> [...] los diseñadores tienen que darse cuenta de que posiblemente no pueden ‘construir’ significados en los artefactos o “forzar” a otros para ver los significados a su manera. El sentido no es una cuestión de

tanto la *condición de lograr comunicar* —hecho que debe ser tenido en cuenta por todo aquel que asume el reto de hacer explícitos principios y razonamientos que buscan llevar una idea a la existencia y la materialidad (Sicard, 2015, p. 10)—, como la capacidad de reconocer sus propias visiones, las de todos aquellos que se presentan como actores implicados en los procesos de diseño y la de aquellos que son inadvertidamente afectados por las consecuencias de sus diseños (Krippendorff, 2006, p. 210).

Esta manera de pensar el diseño conlleva la existencia de prácticas colectivas que se extienden a la totalidad de los procesos de diseño (planificación, concepción, producción, circulación, etc.), y en gran parte, determinan las acciones, resultados y efectos del diseño dentro de contextos sociales y culturales<sup>4</sup> determinados. Siguiendo esta concepción, la autora María Eugenia Correa (2010) afirma que

[...] el diseño en sí mismo atañe una intervención en lo social, configura su producción en tanto práctica cultural, al interior de un contexto sociocultural que incorpora cambios. En este mismo proceso de transformación es que interviene el diseño configurando modos de hacer y de ver. (p. 3)

En este vínculo con la sociedad, el diseño se constituye en función de las transformaciones sociales en el sentido que a través de sus prácticas, se construyen significados que atraviesan la cultura misma, participa en dinámicas de producción y consumo, y refleja la dimensión simbólica, estética y visual que reproduce la sociedad. De acuerdo con ello, esta premisa cobra importancia en tanto el diseño es capaz —bajo la mirada atenta de los diseñadores— de crear y poner en *común-acción* —mediante su lenguaje visual y material— valores, creencias, significados y contenidos ideológicos<sup>5</sup> que refuerzan el reconocimiento de una identidad individual y colectiva. Es así como el diseño se

---

“adicionar contenido” a un artefacto para que los usuarios pueden entender lo que estaba previsto por el diseñador (Krippendorff, 2006, p. 25).

<sup>4</sup> Entender la cultura es claramente esencial en el proceso de diseño. Sin embargo, al hablar de cultura —al igual que de diseño— es necesario establecer previamente una delimitación teórica de este concepto. Esto, por tratarse de un término que al trascender las fronteras entre disciplinas (Antropología, Sociología, Lingüística, Psicología, etc.), dificulta definirlo e interpretarlo. Así pues, el marco de referencia que define el uso del término *cultura* en la presente investigación es el referido por O’Sullivan, *et al* como “la producción y reproducción social de sentido, significado y conciencia” (como se cita en Press y Cooper, 2009, p. 24).

<sup>5</sup> Se refieren a las ideas y opiniones que sostienen las personas con respecto a su entorno y sus derechos y responsabilidades dentro de él. Estas creencias y valores afectan usos y costumbres de comportamiento, a la ética y las aspiraciones (Press & Cooper, 2009).

involucra en un proceso dinámico a través del cual se crea (y no solo se refleja) cultura. De igual modo, esto evidencia “el poder del diseño, tanto para crear identidades, como para expresarlas” (Sparke, 2010, pp. 14-15).

A lo anterior, Correa (2010) añade que “[e]l diseño [...] ha demostrado ser capaz de construir un espacio de intervención en lo social, en el cual los diseñadores pueden brindar a [...] [las personas] una mayor satisfacción y disfrute de la vida misma” (p. 16), por lo cual pensar el diseño fuera de este contexto implica desconocer la propia significación social que tiene. Esta mirada hace que la práctica del diseño se pruebe continuamente a sí misma en relación con aquellos a quienes pretende servir, y que continuamente proponga opciones a futuros deseables que puedan motivar a comunidades de posibles usuarios y a personas interesadas en tener cambios en sus acciones o procesos cotidianos.

Ahora bien, a favor de construir una mirada crítica acerca del vínculo entre el diseño y la vida cotidiana, me apoyaré en algunas ideas expuestas por autores como Marc Augé y Ezio Manzini. En el texto *El diseño y el antropólogo* (2000), Marc Augé propone la idea del diseño como un medio social de retroalimentación entre prácticas y objetos que fortalece el vínculo social<sup>6</sup>. Desde esta perspectiva, Augé describe al objeto industrializado —en tanto objeto diseñado— como un elemento indispensable en esta intermediación. Propone entonces entender el papel de estos objetos desde una triple existencia: i) desde una exigencia técnica relacionada con su función; ii) desde una exigencia estética relacionada con los gustos, y iii) desde una exigencia cultural (“que define el marco dentro del cual el creador puede o no jugar con los hábitos y las supuestas tradiciones del consumidor”) (Augé, 2000, p. 1).

Esta preocupación por la forma, sus cualidades, representaciones y significados responde a un concepto que se denomina *cultura material*. Al respecto, Augé declara que

[...] la cultura material es a la vez colectiva e individual (vinculada a la suerte, a la vida y a las preocupaciones personales). Es por lo tanto una cultura en acto, una cultura practicada para fines alimenticios, sanitarios, sociales o religiosos —lo que no resta nada a su significado global, teniendo los detalles ornamentales o los gestos singulares, desde este punto de vista, valor de “mediación simbólica” de cara al sistema cosmológico global—. Pero una cultura en acto, es también una

---

<sup>6</sup> De acuerdo con los postulados de la Escuela de ULM de Alemania (1953), que abogaba por una integración de la ciencia y el diseño en estrecha relación con la industria y el desarrollo tecnológico.

cultura abierta —abierta a las iniciativas de los creadores individuales y a los encuentros con el exterior—, una cultura en movimiento. (2000, p. 3)

De acuerdo con lo anterior, se entiende al objeto industrializado como un objeto diseñado que se inserta en la sociedad, tanto desde su forma como desde su función en relación con exigencias culturales y sociales, y también desde prácticas, hábitos y gustos. A su vez, presenta la idea de una cultura material abierta en la que los “objetos circulan, se exhiben, se intercambian, se utilizan [...], [y] son ante todo el instrumento de una relación entre humanos” (Augé, 2000, p. 2). Desde esta mirada surge el *diseño como productor de interacciones sociales* en tanto los objetos de uso cotidiano son el medio de una relación entre personas y su contexto.

Otra interpretación contemporánea de la relación diseño-sociedad-cotidianidad es la propuesta por Ezio Manzini en su libro *Design, when everybody designs: An introduction to design for social innovation* (2015). A diferencia de Augé, Manzini define el trabajo del diseño como la “creación de puentes” entre la sociedad y la técnica, entendiendo esta última como el ámbito en el cual convergen las dos condiciones necesarias para que surja la innovación: la tecnología y la invención (Manzini, 2015, p. 58). Esta preocupación por orientar los intereses de la disciplina del diseño al desarrollo de respuestas centradas en las personas, según Manzini, ha sido concebida desde la perspectiva moderna de entender las necesidades de la sociedad. Esto supuso terreno fértil para “el florecer de nuevos enfoques colaborativos”<sup>7</sup> y la redefinición de metodologías concretas de diseño (Rispoli, 2015, p. 33). En esta búsqueda constante de la generación de una mejor calidad de vida, el diseño es visto como una “herramienta para solucionar problemas” que hace frente a necesidades reales, personas reales y sociedades reales<sup>8</sup>. Sin embargo, la postura de Manzini pretende ir más allá del desarrollo de estos conceptos y apunta hacia la consolidación de un nuevo

---

<sup>7</sup> Entre los diferentes enfoques quizá uno de los que más destaca es el *diseño centrado en las personas*, el cual

se enfoca en tres aspectos de trabajo para proponer proyectos sostenibles de diseño: i) Deseabilidad, es decir, por medio de técnicas y herramientas de trabajo se identifican los verdaderos y necesarios deseos de la comunidad; ii) Factibilidad, en la que se identifican las técnicas y procesos de gestión factibles y necesarios para concretar como real una propuesta de diseño, y iii) Viabilidad, en la que se estudia la viabilidad y apoyo financiero que la propuesta necesita para ser llevada a cabo [...]. Sólo se considera que un diseño es centrado en las personas cuando cae en la intersección de estos tres aspectos. (Cely, C. C., *et al*, 2014, p. 39)

<sup>8</sup> Posturas como el *design thinking* y el diseño universal operan bajo esta perspectiva (dentro de los límites de lo *real*, más que en el de lo posible), y por ello, toman distancia de posturas como las del diseño especulativo y el diseño prospectivo (Rispoli, 2015).

paradigma para el diseño: “no solamente el diseño centra su atención sobre las necesidades de las personas, sino principalmente en sus capacidades”. Con esto, afirma que “estaríamos en presencia de la generación de un nuevo ‘conjunto de calidades’ que los diseñadores tienen que desarrollar para diseñar en esas condiciones” (Manzini, 2012, s.p.).

Estas cualidades se enfocan de modo especial en las relaciones entre las personas, que son basadas principalmente en la confianza (colaboración); el trabajo (en calidad de lo bien hecho), como un nuevo escenario de actuación en el que priman la responsabilidad y la motivación por el cambio (creatividad); el tiempo, como una nueva mirada a la noción de trabajo en la sociedad en el que se comparten experiencias, actividades e ideas junto a personas que tienen intereses similares (ciudadanos involucrados), y por último, la complejidad, en contraposición a la idea de que estas relaciones se construyan bajo la noción “moderna” de simplicidad (tradiciones reinventadas) (Manzini, 2012, s.p.).

Todos estos escenarios tienen algo en común: su insistencia en la naturaleza colectiva de los procesos creativos y su énfasis en los usuarios concretos y sus necesidades reales. Esto ubica al trabajo de *diseño para las necesidades sociales* en el ámbito de las interpretaciones del diseño como práctica reflexiva y responsable.

Después de esta breve aproximación sobre algunos de los diferentes modos de participación que actualmente asume el diseño en la sociedad, es necesario detenernos en algunos puntos clave que apuntan al eje central de esta investigación: el *diseño para la innovación social en torno a nuevas dinámicas productivas*. Presentaré entonces, tres partes para contextualizar de modo más claro este tema. La primera parte abordará los conceptos de *innovación* e *innovación social* a partir de diversas definiciones y posturas; la segunda, se enfocará en el *diseño para la innovación social en las sociedades contemporáneas*; allí se abordarán algunos modelos y metodologías participativas de diseño concernientes a los intereses de esta investigación; finalmente, se introducirán algunos aspectos relevantes del *diseño para la innovación social en torno a nuevas dinámicas productivas*, los cuales serán desarrollados en los capítulos posteriores.

## 1.2 La innovación social

Históricamente, el factor social ha sido tema de interés para la disciplina del diseño. Autores como Victor Papanek (1985), Norberto Chávez (2008) y más recientemente, Ezio Manzini (2016), han mostrado su preocupación por aquellos procesos complejos de transformación social que se han gestado dentro de la propia disciplina del diseño, y que actualmente son considerados como elemento central en la investigación en diseño. Aspectos tales como las responsabilidades ético-sociales, la sostenibilidad ambiental y la emergencia de las denominadas comunidades creativas son solo algunos ejemplos de los cuestionamientos que hacen frente a la visión mercantil y económica que ha predominado en los estudios en diseño.

Esta mirada, por una parte, responde a un intento por determinar cómo el diseño puede facilitar soluciones novedosas, impulsadas, a la vez, por una nueva conciencia individual y por nuevos modelos de comportamiento y de organización social que benefician directamente a las comunidades; por otra parte, responde al surgimiento de iniciativas que buscan impactar positivamente a la sociedad a partir de acciones colectivas vinculadas a la práctica de diseño.

Reconocer estos diferentes enfoques permite dar claridad al argumento central de este texto: *el diseño para la innovación social*. Por tal razón, es importante explicar qué es la innovación y cómo el diseño puede contribuir a esta. Las primeras acepciones vinculadas a este término fueron propuestas en la primera edición del *Manual de Oslo* (1992) y se referían principalmente a la innovación tecnológica y de procesos manufactureros e industriales típicos (Echevarría, 2008, p. 609). En la segunda edición, en 1997, se amplió el concepto al tener en cuenta el sector servicios. Sin embargo, aún se dejaban de lado aspectos cruciales y estrechamente relacionados con el término. En la tercera edición, la innovación se define como:

[...] aquella introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método de comercialización o de un nuevo método organizativo, en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores. (OECD, 2005, p. 56)

Pese a que parecen redefinirse los principios básicos, en esta acepción sigue siendo evidente que se piensa en innovación en términos económicos y empresariales orientados al mercado. Es por eso que “todavía queda trabajo para elucidar adecuadamente el concepto de innovación” (*El Manual de*

*Oslo y la innovación social*, Echevarría, p. 610).

Frente a este panorama, diferentes autores han propuesto ampliar dicho concepto más allá de la visión empresarial, mercadotécnica y organizacional para empezar a abarcar terrenos —en principio, *inviabiles*— que sobrepasan estas fronteras, como el de la apropiación social. Y aunque el Manual de Oslo no desconoce del todo esta perspectiva, la preocupación latente en ampliar dichos enfoques ha permitido estudiar a profundidad la innovación social.

Así pues, en contraposición al mero concepto de innovación, el de *innovación social* cobra importancia en la medida en que se orienta a valores sociales como la calidad de vida, la participación ciudadana, la inclusión social y el desarrollo ambiental (por nombrar algunos), y no a valores que se reducen a factores productivos o económicos. En el caso del concepto de innovación, en la obra *Capitalismo, socialismo y democracia* de Joseph Schumpeter (1952), el autor describe que “el desarrollo económico sólo se obtiene por medio de un proceso permanente de ‘destrucción creativa’ dado por la competencia entre empresas, y por la necesidad de crear nuevas combinaciones de producción tecnológica” (Como se cita en Cely, C. C., *et al*, 2014, p. 32). Este enfoque sentó los precedentes sobre los primeros *modelos de implementación de innovación*, conocidos como modelos lineales<sup>9</sup>. Dentro de estos niveles, según afirma Roy Rothwell (1994, p. 18), existe un nivel adicional que se caracteriza por promover la innovación a través de alianzas que van más allá del entorno empresarial. Es aquí donde el concepto de innovación comienza a girar no solo alrededor de procesos tecnológicos centrados en las empresas, sino también alrededor de procesos de gestión creativa. Esta perspectiva es mencionada en el Manual de Oslo (2005) al afirmar que la innovación basada en el conocimiento “[pone] de relieve los procesos interactivos por los cuales el conocimiento es creado y se intercambia tanto dentro y fuera de las empresas como con otras organizaciones” (p.36).

---

9

“El modelo de primera generación, conocido como Modelo de Empuje (*Technology Push*), el modelo de segunda generación o de Tirón del Mercado (*Market Pull*), el modelo de tercera generación o Modelo Mixto, y el modelo de innovación en la gestión administrativa y alianzas estratégicas, conocido como Modelo Integrado o modelo de cuarta generación” (Cely, C. C., *et al*, 2014, p. 33).

De igual modo, “[...] el modelo lineal [...] prioriza las innovaciones tecnológicas que surgen como desarrollos y aplicaciones de avances científicos. La escuela schumpeteriana estableció asimismo que la innovación tiene su origen en los avances tecnológicos” (Echevarría, 2008, p. 612).

Los modelos mencionados anteriormente, además de evidenciar un interés en la optimización de procesos productivos con el objetivo de lograr réditos económicos, muestran también un afán por alcanzar algún tipo de desarrollo social. Es bajo esta mirada que diferentes autores han comenzado a distinguir entre dos tipos de innovación: la *innovación tecnológica* y la *innovación social*. La primera, afirma Cely, C. C., *et al* (2014), “nutre su *corpus* teórico de la economía, mientras la segunda lo hace desde la sociología y otras disciplinas sociales” (p. 34). Vale aclarar que de acuerdo con los intereses de esta investigación, me centraré únicamente en la segunda.

La innovación social es un fenómeno complejo y multidimensional que, en muy poco tiempo, ha pasado de ser un tema marginal y emergente a ocupar una posición relevante en el discurso social, político y económico de la actualidad. Sin embargo, pese a su auge, tal como aseguran Hernández-Ascanio, *et al.* (2016):

en la literatura científica actual no existe consenso académico acerca del significado de la innovación social. Por el contrario, nos encontramos ante un concepto extremadamente flexible, que puede ser abordado desde enfoques disciplinares y contextos muy diferentes. Esta apertura terminológica se agrava por la existencia de incontables prácticas que cohabitan en la sociedad, lo que impide establecer modelos sistemáticos que permitan la investigación científica rigurosa. Y todo ello a pesar de su incorporación creciente en programas y políticas públicas, tanto por movimientos como por organizaciones vinculadas con el cambio social. (p. 169)

Autores como Godin (2012) aseguran que el concepto de innovación social puede rastrearse desde el siglo XIX, específicamente a partir de la revolución francesa. Otros, consideran que el origen de la innovación social como foco de estudio se ubica en las propuestas de Weber Y Schumpeter (Hillier, *et al.* 2004, pp. 129-152). Otros, por el contrario, ubican su nacimiento en el intento por mitigar los vacíos teóricos de posturas económicas y tecnocráticas que dejaban de lado aspectos tales como la cohesión social y territorial (Moulaert, *et al.*, 2010, pp. 21-22). No obstante, sin duda alguna

el contexto de crisis económica y financiera que irrumpe a partir de 2008, con significativas constricciones del gasto público y el consecuente debilitamiento del estado del bienestar, ha incentivado la reflexión teórica al mismo tiempo que ha generado espacios de acción social que el Estado y el mercado no llegan a cubrir de forma adecuada. (Hernández-Ascanio, *et al.*, 2016, p. 173)



Con todo esto, es importante considerar aquellas definiciones que a lo largo de los años han aportado a la construcción de un *corpus* teórico que permite, entre otras cosas, tener una visión holística de la innovación social, llegar a un consenso sobre sus bases fundacionales, los actores que la llevan a cabo, su implementación y alcances en diferentes contextos. A continuación presento algunas definiciones (ver Tabla 1.1 y Tabla 1.2) citadas por Consejero (2016, s.p.) en el texto *La innovación social desde el ámbito público: conceptos experiencias y obstáculos*, las cuales, además de ser relevantes para el desarrollo de esta investigación, estas concepciones se caracterizan por converger bajo tres enfoques principalmente: aquellos provenientes de las disciplinas económicas, los realizados desde de las corrientes de la sociología y, por último, los elaborados al amparo de la ciencia política y de la administración. Además, otros puntos comunes son:

- La satisfacción de necesidades humanas que no están siendo atendidas o carecen de importancia tanto para el sector privado como para el sector público.
- La generación de cambios en las relaciones sociales, especialmente con respecto a la gobernanza y el incremento de los niveles de participación en general (más concretamente de comunidades vulnerables).
- El Incremento de la capacidad socio-política y el acceso a los recursos necesarios para fomentar el empoderamiento ciudadano.

**Tabla 1-1:** Conceptos de innovación social según las principales instituciones y centros.

Definición	Institución
Aquella solución novedosa a un problema social que sea más eficaz, eficiente, sostenible o simplemente justa que las soluciones actuales, y cuya aportación de valor se dirija a los intereses de la sociedad en su conjunto y no a los intereses particulares.	<i>Center for Social Innovation</i> . Universidad de Stanford. Estados Unidos.
Intervención de los protagonistas sociales para modificar las relaciones sociales, transformar un marco de acción o proponer nuevas orientaciones culturales. Nuevas formas institucionales y organizacionales, nuevas formas de hacer las cosas, nuevas prácticas sociales, nuevos mecanismos, nuevos enfoques y nuevos conceptos que producen logros concretos y mejoras.	<i>Social Innovation Center</i> . CRISES. Canadá.

<p>Nuevos conceptos y medidas para solucionar desafíos sociales que son aceptados y utilizados por los grupos sociales afectados.</p>	<p><i>Center for Social Innovation. ZSI. Austria.</i></p>
<p>Nuevas ideas que funcionan para alcanzar los objetivos sociales.</p>	<p><i>The Young Foundation. Reino Unido.</i></p>
<p>Introducción de nuevos modelos de negocio y mecanismos basados en el mercado que proporcionan prosperidad económica, ambiental y social sostenible.</p>	<p><i>Social Innovation Center. INSEAD. Francia.</i></p>
<p>Desarrollo e implementación de nuevas ideas (productos, servicios y modelos) que satisfacen necesidades y crean nuevas relaciones o colaboraciones.</p>	<p>Unión Europea.</p>
<p>Desarrollo e implementación de nuevas ideas (productos, servicios y modelos) que satisfacen necesidades sociales.</p>	<p>NESTA. Reino Unido.</p>
<p>Nuevas respuestas a los problemas sociales mediante la identificación y provisión de nuevos servicios que mejoran la calidad de vida de los individuos y las comunidades, identificando e implementando nuevos procesos de integración del mercado laboral, nuevas competencias, nuevos trabajos, nuevas formas de participación, así como diversos elementos que mejoran la posición del individuo en el mercado laboral.</p>	<p>OCDE.</p>
<p>Un proceso que emerge como parte de un proceso de aprendizaje y prácticas generadoras de conocimiento que tienen lugar en grupo, donde se ensalzan y articulan diversos modos de conocer el mundo que refuerzan o generan nuevas competencias en las personas.</p>	<p>CEPAL. América Latina.</p>
<p>Nuevas ideas (productos, servicios y modelos) que simultáneamente dan respuesta a las necesidades sociales y crean nuevas relaciones sociales o colaboraciones generando bienestar en la sociedad y al mismo tiempo produciendo mejoras en su capacidad para actuar.</p>	<p>BEPA. Unión Europea.</p>

Fuente: Tomada de *La innovación social desde el ámbito público: conceptos experiencias y obstáculos* (Consejero, 2016, s.p.).

**Tabla 1-2:** Definiciones de innovación social por orden cronológico y según autores.

Definición	Autor
Prácticas más o menos directas que permiten individual o colectivamente hacerse cargo de una necesidad social no satisfecha.	Chambon, <i>et al.</i> (1982, p. 8)
En el ámbito local descansa en dos pilares: la innovación institucional (en las relaciones sociales, en la gobernanza, incluida una dinámica de empoderamiento) y la innovación en la economía social (satisfacción de necesidades sociales).	Moulaert y Nussbaumer (2005, p. 2071)
La innovación social es un subconjunto de las innovaciones disruptivas cuyo objetivo primordial es el cambio social.	Christensen, <i>et al.</i> (2006, p. 96)
Actividades y servicios innovadores que están guiados por el objetivo de satisfacer necesidades sociales que son predominantemente difundidas por organizaciones de carácter social.	Mulgan, <i>et al.</i> (2007, p. 9)
Cambios en la estructura cultural, normativa y regulatoria de la sociedad que optimiza los recursos colectivos y mejora el desarrollo económico y social.	Heiskala (2007, p. 59)
Elementos de cambio social que crean nuevas realidades sociales, es decir, impactan sobre el comportamiento de los individuos o grupos de una manera muy reconocible con una orientación hacia temas reconocidos que no tienen una motivación económica.	Kesselring y Leitner (2008, p. 28)
Una innovación es social si implica nuevas ideas que tienen el potencial para mejorar tanto la cantidad como la calidad de vida.	Pol y Ville (2009, p. 882)
Son nuevas combinaciones y/o configuraciones de las prácticas sociales en ciertas áreas de acción o contextos sociales, promovida por ciertos actores o constelación de actores de una forma intencional con	Howaldt y Schwarz (2010, p. 21).

el objetivo de satisfacer mejor necesidades y problemas.	
Son nuevas ideas (productos, servicios y modelos) que simultáneamente satisfacen necesidades sociales (más efectivamente que las alternativas) y que crean nuevas relaciones sociales y de colaboración fomentando las capacidades sociales para la acción.	Hubert (2010, p. 7)
Nuevas estrategias, conceptos, ideas y organizaciones que responden a necesidades sociales de todo tipo (desde las condiciones de trabajo, la educación para el desarrollo comunitario y la salud) que se extienden y fortalecen a la sociedad civil.	Harayama y Nitta (2011, p. 14)
Desarrollo de productos o procesos novedosos que están orientados a la resolución de los problemas más acuciantes de las personas y a la satisfacción de sus principales necesidades, suponen una mejora de las condiciones anteriores así como una transformación del entorno social y las relaciones humanas.	Arenilla y García (2013, pp. 30-31)

*Fuente:* Tomada de *La innovación social desde el ámbito público: conceptos experiencias y obstáculos* (Consejero, 2016, s.p.).

En las definiciones presentadas se reconocen diferentes maneras de concebir el papel del estado, el mercado y la sociedad civil o dicho de otra manera, las tensiones entre las concepciones de lo público y lo privado y sus interrelaciones. En este orden de ideas, Consejero (2016) presenta la siguiente definición de innovación social:

un liderazgo público participado que genera soluciones novedosas (servicios, productos, procesos y modelos) que están orientadas a la resolución de necesidades sociales (con más efectividad que las soluciones tradicionales) y que conllevan, simultáneamente, un cambio en las relaciones sociales y la generación de valor público. (s.p.)

Continuando con Consejero (2016), en esta definición se pueden considerar los siguientes aspectos:

- *Liderazgo público participado*: las políticas deben propiciar un ciclo de innovación social participado, ya sea desde el establecimiento de un marco legal, la redefinición compartida del problema social, la cogeneración de ideas, su implementación, evaluación, difusión y réplica.
- *Soluciones novedosas*: la innovación social no necesita ser original o única, sino que las soluciones generadas (ideas, productos, servicios, modelos o procesos) sean diferentes a las que ya existían, en caso de que la solución tradicional estuviera presente.
- *Dirigido a la resolución de necesidades sociales*: se entiende por necesidades sociales aquellas que si no son satisfechas “pueden causar al ser humano daños y perjuicios graves o sufrimiento social reconocible” (Doyal y Gough, 1994, p. 71). En este sentido, Doyal y Gough definen las necesidades en básicas e intermedias: las primeras serían aquellas que garantizan las condiciones previas universalizables para la participación social y la persecución de fines propios como la salud física y la autonomía personal. Las segundas son aquellas cuya superación mejora las condiciones básicas y se vertebran en torno a ellas, por ejemplo, su interrelación con el acceso a los distintos servicios públicos (sanidad, educación, sociales, vivienda).
- *Cambio en las relaciones sociales*: la innovación social debe propiciar un cambio en las relaciones sociales existentes que modifique la configuración del modelo de gobernanza, especialmente con la inclusión y activa participación de los grupos sociales más vulnerables, marginados e infra-representados. Por tanto, implica un cambio en las relaciones de poder y en la mejora de modelos colaborativos.
- *Mejora la capacidad de la sociedad para actuar*: la innovación social potencia los activos y las capacidades de la sociedad aprovechando de una forma más eficiente y efectiva los recursos disponibles a través del empoderamiento ciudadano.
- *Genera valor público*: en los sistemas democráticos las instituciones y los procesos representativos deben ser los encargados de crear las condiciones para que los ciudadanos se asocien y decidan colectivamente lo que quieren conseguir juntos. La innovación social ha de materializar esta idea a través de la generación de valor público. (s.p.)

En resumen, aunque existan diferentes perspectivas en la conceptualización de la innovación social, una correcta comprensión de su constructo conceptual puede contribuir a la creación y ampliación de programas que satisfagan en gran medida las necesidades y demandas sociales de los ciudadanos de una manera diferente, efectiva, participativa y cooperativa. Así, no solo se pone de manifiesto la necesidad de un cambio de mentalidad por parte de los distintos actores sociales, sino también, se abre una nueva vía para mejorar la calidad de la democracia a través del empoderamiento ciudadano. Por otra parte, y sin lugar a dudas, nos da a entender que el concepto de innovación social hoy en día sigue siendo tema de debate. Por lo tanto, tomar partido por una

postura u otra se define más por el sector en el que se desarrolla (público, privado, académico, industrial, vecinal, etc.) que por sus características propias. En otros términos, para comprender a profundidad lo que es la innovación social, esta no puede desvincularse del contexto cultural en el que emerge (Echeverría, 2012, s.p.). Este punto de vista implica reconocer la innovación social como un “*proceso cultural* producto de una comunidad concreta, obliga a objetivar cuáles serían las variables de los sistemas culturales y los procesos de acción social que impulsan el desarrollo de la innovación en cada contexto específico” (Hernández-Ascanio, *et al.*, 2016, p. 169).

Otra mirada al concepto de innovación social es la propuesta por Manzini (2015) desde la disciplina del diseño. Para el autor, el diseño para innovación social enfatiza en el cambio generado a través de procesos colaborativos de diseño (p. 63). Mirando esto más de cerca, tal premisa involucra diferentes factores relacionados con “ideas y visiones originales (de la cultura del diseño), herramientas prácticas (tomadas de diferentes disciplinas de diseño) y creatividad (una [capacidad] personal) en el marco de un enfoque de diseño (que deriva de la experiencia previa en la disciplina)” (Manzini, 2015, p. 63). Esta mirada se aleja de la idea “tradicional” de entender *lo social* en el diseño como algo complementario y no desde su propia significación. Tal visión explica el surgimiento de métodos orientados al diseño para la innovación social en los últimos años (Nicolás, 2016, p. 15), los cuales se abordarán en apartados posteriores.

Como se puede observar, la innovación social abarca un amplio espectro de consideraciones sustanciales. Según Mouleart *et al.*, desde esta perspectiva, se “proponen 4 tópicos de investigación: i) Investigación en Gestión organizacional, ii) Investigación en Responsabilidad social, iii) Investigación en Creatividad social, y iv) Investigación en Procesos de desarrollo local y regional” (como se cita en Cely, C. C., *et al.*, 2014, p. 36). En cuanto a estos cuatro tópicos, Cely, C. C., *et al.* (2014) consideran que

el más novedoso y menos explorado es el relacionado con la creatividad social, es decir con la perspectiva teórica de que la creatividad colectiva surge del encuentro de visiones disímiles y semejantes al interior de una comunidad cuya finalidad se centra en la reducción de riesgos e incertidumbres. (p. 37)

Este enfoque, que entiende la creatividad como un proceso de reducción de incertidumbre social (Estany, 2006, s.p.), ha sido objeto de estudio de aquellas disciplinas que abordan la creatividad como herramienta de trabajo, como es el caso del diseño y la economía creativa (ver capítulo 3,

apartado 3.1.). Se puede afirmar entonces, que es desde estas disciplinas que se desprenden las llamadas tecnologías colaborativas. Frente a esto, Cely, C. C., *et al* (2014) declaran que:

[I]as tecnologías se convierten entonces, en una herramienta de trabajo para que el gestor de proyectos potencialice el ejercicio de colaboración con una comunidad. El ejemplo más claro se halla en el nuevo concepto denominado Diseño Abierto (*Open Design*), el cual se fundamenta en los nuevos modelos de digitalización que han traído cambios fundamentales a carreras como el diseño industrial, la arquitectura y los medios de comunicación, entre otros, proponiendo nuevas formas de fabricación, producción y distribución. (p. 40)

[...] Esta nueva revolución se caracteriza por empoderar al ciudadano común y convencerlo de que tiene las habilidades de un diseñador de proyectos. Estos hacedores (*makers*) son la base productiva del nuevo paradigma industrial de fabricación y producción, y al mismo tiempo se convierten en la mano de obra más importante para un proyecto de diseño del nuevo milenio. Se puede decir entonces, que las tecnologías para el diseño, deben ser, ante todo, tecnologías pensadas e implementadas para el desarrollo y potenciamiento del ejercicio colaborativo con comunidades de diseñadores y también con comunidades de usuarios. (p. 41)

Lo anterior parece ampliar la creciente discusión acerca de la participación que tienen disciplinas como la del diseño en los procesos de innovación social, y la magnitud y alcances que puede llegar a tener este concepto. A su vez, esto da lugar a diferentes enfoques metodológicos y a diversas interpretaciones acerca de su naturaleza y de los elementos que hacen que la innovación sea social. En concordancia con esto, hay una serie de definiciones citadas por Nicolás (2016) en el texto *Diseñando el cambio. La innovación social y sus retos*:

Phills, Deiglmeier and Miller (2008) la definen como una solución novedosa a un problema social que es más eficaz, eficiente, sostenible, o que simplemente supera las soluciones existentes y para la cual el valor creado beneficia principalmente a la sociedad en su conjunto en lugar de los particulares. También ha sido definida como ideas nuevas, productos, servicios y modelos, que cumplen simultáneamente necesidades sociales y crean nuevas relaciones o colaboraciones (Murrey, Caulier-Grice & Mulgan, 2010). Es decir, son innovaciones que resultan buenas para la sociedad y aumentan su capacidad para actuar [en relación a retos sociales]. Finalmente, Cajaíba-Santana (2014) menciona que las innovaciones sociales son nuevas prácticas sociales creadas colectivamente, intencionalmente y orientadas a objetivos que buscan el cambio social a través de la reconfiguración de cómo se alcanzan los objetivos sociales. Así, la innovación social es una alternativa para hacer frente a problemáticas complejas porque se ha identificado que la forma

tradicional de hacerlo no funciona. La principal razón para que esto ocurra radica en que las estructuras económicas y políticas existentes no son adecuadas para hacer frente a los problemas más importantes de nuestro tiempo, como el cambio climático, la epidemia mundial de enfermedades crónicas y el crecimiento de la desigualdad (Murrey *et al*, 2010). (p. 16)

En conclusión, es posible afirmar que la innovación social no centra su enfoque en el “artefacto técnico” ni en su proceso productivo (aunque esto no significa que dichos temas le sean indiferentes), por el contrario, prioriza en la práctica social alrededor de estos procesos. En otras palabras, las prácticas de innovación social hacen énfasis en los actores que se ven involucrados en estas<sup>10</sup>, lo cual significa entender a la comunidad como un elemento indispensable en todo proceso de innovación y generación de nuevo conocimiento. Desde esta perspectiva, no solo la academia, el gobierno y la industria (a quienes tradicionalmente se les ha atribuido la responsabilidad de dichos procesos) son los directamente responsables de los procesos de innovación, sino que también la sociedad civil tiene un papel protagónico en todas las etapas que demandan estos procesos.

Con todo ello, este panorama muestra cómo las prácticas de innovación social (al involucrar procesos colectivos que pueden o no partir de la creatividad) funcionan como una alternativa a los modelos de desarrollo y transformación social tradicionales, las cuales se consolidan a través de diversos y constantes intentos con las comunidades en la aplicación de nuevas tecnologías, conocimientos y prácticas que involucran valores sociales.

---

<sup>10</sup> Al respecto, Acosta y Carreño (2013) enmarcan a los *actores de la innovación social* en el llamado “modo 3 de producción de conocimiento”. A esto, González (2016), añade que

[...] los modos de producción del conocimiento se clasifican en modo 1 y modo 2 y, debido al impacto de estas aportaciones en la comunidad científica, se ha empezado a hablar de un modo alternativo y emergente, denominado modo 3. El modo 1 o modo tradicional se refiere al conocimiento que se produce a partir del planteamiento de teorías que se proponen controlar y predecir fenómenos naturales o sociales. [...] El modo 2 es una forma de producción de conocimiento que emerge del modo 1. Surge como respuesta al nuevo modelo de sociedad capitalista, que basa la creación de la riqueza en el conocimiento. [...] [El] modo 3, [plantea] la necesidad de introducir efectivamente a las comunidades en los procesos de construcción de conocimiento, como una estrategia para democratizarlo, potencializar la innovación y, sobre todo, fomentar nuevas formas de producción del mismo. (pp. 15-16)



### 1.3 Diseño para la innovación social en las sociedades contemporáneas

Uno de los fenómenos que más llama la atención de disciplinas como el diseño y los estudios socioculturales es el auge que la innovación social ha ganado en estos terrenos en años recientes como una alternativa a los modelos tradicionales de transformación social y modernización socioeconómica. Y es que, tal como lo afirman Murray *et al*, (2011, p. 4), estos cambios implican la adopción de ideas del sector social orientadas a *lo humano, lo personal y lo colectivo*. Así, ideas como la colaboración, la cooperación, las redes basadas en la confianza, el trabajo con comunidades y su participación activa en la configuración de nuevas dinámicas productivas, entre otras, hoy día se ven a la vanguardia de los nuevos modelos económicos alrededor del mundo.

Estas posturas han provocado que cada vez más diseñadores se opongan a las tendencias tradicionales del mercado y opten trabajar por un cambio cultural y social orientado a la sostenibilidad y hacia una nueva civilización (Manzini, 2016, s.p.). Gracias a esto, hoy día, es posible identificar toda clase de iniciativas emergentes de innovación social que buscan redefinir la forma de *hacer diseño*, pasar de soluciones adecuadas a ecosistemas de trabajo que ofrezcan oportunidades para resolver problemas sociales y generar, tanto nuevas prácticas como nuevas ideas sobre bienestar; en otras palabras, al reconocer la innovación social como un motor positivo de cambio y transformación social, se busca ubicar al diseño no solo como un mediador de estas prácticas, sino también como un factor determinante para activarla y apoyarla. Pero ¿qué se tipo de acciones son necesarias para que esto sea una realidad? Según Manzini (2016), la respuesta consiste en desarrollar tres actividades de diseño interrelacionas entre sí:

- 1) encontrar, caso por caso, el mejor equilibrio entre eficacia y valor social; 2) mejorar el ecosistema socio-técnico existente para crear un entorno en el que las organizaciones colaborativas puedan surgir y difundirse, al mismo tiempo, eficaz y dotado de valor social (esto significa concebir y desarrollar elementos materiales e inmateriales apropiados, tales como plataformas digitales, productos, lugares, servicios, normas e incentivos); 3) generar narrativas sobre el bienestar colaborativo y sobre los bienes relacionales y los bienes sociales en los que debe basarse. (s.p.) (traducción mía)

Las acciones descritas no son más que una invitación a consolidar escenarios más prometedores de innovación social, en los cuales el diseño deberá tener una participación más activa, tanto desde

sus ideas como desde sus prácticas, si se quiere impulsar nuevos modelos de desarrollo social y económico más eficaces, accesibles y replicables.

Ahora bien, durante la última década, la innovación social se ha extendido hacia una variedad de actores sociales en todo el mundo (instituciones, empresas, organizaciones sin ánimo de lucro y, sobre todo, redes colaborativas de personas) que se han movido fuera de los modelos convencionales de *pensar y hacer desarrollo social*, al consolidar iniciativas prometedoras como la agricultura apoyada por la comunidad, la covivienda, los jardines comunitarios, el intercambio de talentos y los bancos de tiempo, entre otras (Desisnetwork, 2016, s.p.) (traducción mía). Estas iniciativas proponen soluciones viables a problemas complejos del presente, como la cohesión social, la regeneración urbana, la accesibilidad alimentaria saludable, el agua y la gestión sostenible de la energía y, al mismo tiempo, representan prototipos de trabajo de modos de vida sostenibles.

A causa de esto, redes colaborativas de trabajo se han comprometido a orientar el pensamiento de diseño hacia la sostenibilidad, con lo que han evitado que muchas de estas iniciativas de innovación social corran el riesgo de desaparecer por falta de apoyo, recursos y visibilidad. Una de estas redes es *DESIS Network (Design for Social Innovation Towards Sustainability)*<sup>11</sup>, que tiene como principal objetivo utilizar el pensamiento de diseño y los conocimientos de diseño para *cocrear*, con socios locales, regionales y globales, escenarios socialmente relevantes, soluciones y programas de comunicación, dicho en otros términos, utilizar el pensamiento de diseño y el

---

<sup>11</sup> La red DESIS se origina a raíz de tres actividades internacionales: la investigación europea EMUDE, 2005; el programa del PNUMA CCSL, 2008 y la conferencia internacional "Cambiando el cambio, en el marco de *Torino World Design Capital*, 2008. De manera diferente, estas actividades introdujeron las nociones de comunidad creativa e innovación social en varias escuelas de diseño de todo el mundo y crearon condiciones favorables para iniciar una red internacional sobre estos temas.

Las principales ideas detrás de ello eran que la innovación social podría ser un poderoso impulsor hacia la sostenibilidad y que las escuelas de diseño podrían ayudar a apoyar y acelerar el proceso. En 2009, esta red tomó el nombre de *DESIS (Diseño para la Innovación Social hacia la Sostenibilidad)*. En el período comprendido entre 2009 y 2011 *DESIS* se extendió a varias regiones del mundo estableciendo alianzas con otras entidades, hasta convertirse en una red de laboratorios de diseño conformados por escuelas de diseño y universidades que trabajan con socios locales, regionales y globales para promover y apoyar el cambio social hacia la sostenibilidad. A partir de septiembre de 2014, *DESIS* es una asociación cultural sin ánimo de lucro con el propósito de promover el diseño para innovación social en instituciones de educación superior que cuenten con programas de formación profesional en diseño para generar conocimiento de diseño útil y crear cambios sociales significativos en colaboración con otras partes interesadas. (Desisnetwork, 2016, s.p.)

conocimiento de diseño para desencadenar, habilitar y ampliar la innovación social. Entre sus objetivos específicos se encuentran:

- fortalecer su potencial creando un entorno más favorable (social, cultural, político, económico);
- aumentar su visibilidad buscando iniciativas prometedoras y comunicando su existencia y significado a un público más amplio;
- facilitar su transferibilidad mediante el desarrollo de soluciones que permitan hacer más eficaces, accesibles y replicables las iniciativas existentes en diferentes contextos;
- aumentar su sinergia mediante el desarrollo de marcos y plataformas para conectar los diversos casos locales en proyectos regionales más grandes, y
- estimular nuevas iniciativas proponiendo visiones y soluciones como semillas a desarrollar. (Desisnetwork, 2016, s.p.)

Sin embargo, el objetivo más ambicioso de *DESIS Network* es promover un programa de diseño amplio y flexible en el que converjan varios proyectos locales, regionales y globales, que se refuercen mutuamente y generen escenarios y soluciones innovadoras. En definitiva, la red *DESIS* busca “generar un programa de diseño abierto capaz de dar visibilidad a diferentes proyectos, facilitar sus alineaciones, colaboraciones y sinergias y, sobre estas bases, desarrollar visiones y propuestas adecuadas a los grandes desafíos de la sociedad contemporánea” (Designnetwork, 2016, s.p.).

Otra red de trabajo colaborativo que ofrece una plataforma de diálogo para las comunidades creativas que generan acciones de innovación social es *EMUDE (Emerging User Demands for Sustainable Solutions)*<sup>12</sup>. Además del intercambio de saberes sobre las diferentes soluciones que se promueven desde estas comunidades, *EMUDE* busca explorar el potencial de la innovación social como motor de la innovación tecnológica y productiva, con vista a la sostenibilidad. Con este fin,

pretende arrojar más luz sobre los casos en que los sujetos y las comunidades utilizan los recursos existentes de una manera original para lograr la innovación del sistema. A partir de aquí, pretende

---

<sup>12</sup> *EMUDE* ha sido promovido y desarrollado por un consorcio de universidades y centros de investigación europeos. Con el fin de identificar una colección de casos prometedores, ha creado una red de observadores, conocida como Antenas, que abarca equipos de investigadores y estudiantes de ocho escuelas europeas de diseño. Como objetivo, a largo plazo, busca fomentar un círculo virtuoso entre la innovación social y tecnológica, más específicamente, entre la capacidad de la sociedad de emitir señales positivas (casos prometedores), su capacidad para reconocerlas, reforzarlas y comunicarlas efectivamente y luego su capacidad de recoger estas señales y actuar sobre ellas. (Sustainable-everyday-project, 2016, s.p.)

señalar la demanda de productos, servicios y soluciones que estos casos y comunidades expresan, y señalar líneas de investigación que podrían conducir a una mayor eficiencia, accesibilidad y difusión. (Sustainable-everyday-project, 2016, s.p.)

Gran parte de los casos prometedores de innovación social expuestos en esta plataforma son el resultado de acciones de grupos de personas particularmente inventivas y emprendedoras que han sido capaces de identificar objetivos y encontrar herramientas y formas organizativas adecuadas para lograrlos, por ejemplo:

Las soluciones y los modos de vida que logran hacer coincidir los intereses individuales, colectivos y ambientales muestran que es posible dar pasos concretos hacia la sostenibilidad. Los casos concretos de lo que puede ser "normal" en una sociedad sostenible alimentan el debate social y la generación de visiones compartidas sobre este tema. Las soluciones de trabajo orientadas a la sostenibilidad apuntan a líneas interesantes para la investigación que tiene como objetivo facilitar la eficacia y accesibilidad de casos prometedores. Las nuevas demandas de productos y servicios sostenibles ya están abriendo la producción inmediata y el potencial del mercado. (Sustainable-everyday-project, 2016, s.p.)

Sin embargo, a pesar de todos los esfuerzos realizados por las comunidades creativas alrededor del mundo, no es desconocido que el ritmo de crecimiento de casos prometedores y exitosos de innovación social, y aún más de diseño para la innovación social, es demasiado lento y generalmente aislado. No obstante, aunque el panorama se muestre desolador, es gracias a redes como *DESIS Networ* y *EMUDE* que todas estas acciones, por pequeñas que parezcan, pueden crecer en importancia y convertirse en puntos de referencia para nuevas formas de pensar y nuevas maneras de vivir que a su vez podrían conducir a otras propuestas de bienestar, economía y sociedad.

Todo lo anterior lleva a cuestionar cuál es el rol de los diseñadores en el marco de la innovación social. De acuerdo con Manzini (2015), la contribución de los diseñadores no solo se limita a la implementación de la innovación social —pues tienen la capacidad de crear soluciones balanceadas entre lo tecnológicamente posible (enfoque ingenieril) y lo socialmente deseable (enfoque centrado en la persona)—, sino que se extiende a todas las etapas de los procesos de innovación social. Así pues, según Manzini, el diseñador puede contribuir como:

- a) Facilitador de la innovación social, a través de procesos de *co-diseño*.

- b) Activista, al desarrollar con sus propios medios proyectos de innovación social.
- c) Estratega, al sugerir visiones y propuestas que sean capaces de crear colaboraciones (entre actores) y sinergias (entre proyectos diferentes).
- d) Promotor cultural, al alimentar la conversación social con su cultura específica, pasando de criticar el estado de las cosas hacia la presentación de nuevas ideas y valores, con el fin de hacer que todo el proceso de *co-diseño* sea más significativo. (Como se cita en Ortiz 2016, p.17)

En síntesis, podría afirmarse que la contribución de los diseñadores a la innovación social radica en facilitar, identificar, promover y generar soluciones a través de espacios, objetos y servicios que cumplan una meta social específica, como el bien común o el establecimiento de nuevas prácticas sociales.

## 1.4 Metodologías participativas de diseño en torno al diseño para la innovación social

La explícita necesidad de valorar el alcance potencial del trabajo del diseñador contemporáneo como agente de transformación social, define ante todo la preocupación por reflexionar críticamente sobre las implicaciones de su actividad y de los recursos que utiliza para lograr una visión más democrática de su profesión. El florecer de los *software* libres de diseño, los laboratorios de fabricación digital y el reciente universo de los *makers*<sup>13</sup> son claras evidencias de uno de tantos rumbos que ha tomado la actividad de diseño en los últimos años. Desde este punto de vista, son entonces las concepciones del enfoque participativo el distanciamiento de una visión racionalista y tecnicista del diseño, y a su vez, el camino para comprender la disciplina como una actividad más compleja, reflexiva y humana.

---

<sup>13</sup> Hablar de filosofía *maker* es hacer una referencia inmediata al *do it yourself*. San Francisco, Detroit y Nueva York son tres de las ciudades pioneras de este pensamiento que invita a aprender a través de la experiencia. Aunque la impronta ‘hazlo tú mismo’ es clara, el movimiento *maker* también invita al trabajo en equipo y a la producción de conocimiento a través de comunidades.

Un aporte valiosísimo de esta cultura es la idea de una conciencia propositiva: si todos buscan compartir su conocimiento y lograr crear algo a través de sus propias técnicas y herramientas, solucionar problemas y asumir retos, se consolidarán más espacios para la innovación y se contrarrestarán modelos ortodoxos de industria. (Cartelurbano, 2015, s.p.)

A partir de la década de los setenta, los enfoques participativos comenzaron a ganar cada vez más terreno alrededor del mundo y alcanzaron gran variedad de perspectivas e intereses, pero siempre girando en un eje fundamental: *el ser humano*. Enfoques como el *diseño participativo*, el *diseño centrado en el usuario*, el *diseño de experiencia* y el *diseño universal*, entre otros, permitieron que los diseñadores se acercaran más a las personas para las que diseñan, y esto dio lugar a una participación más activa de los usuarios en las diferentes etapas de diseño. Tal como lo asegura Rispoli (2015), gracias a estas nuevas prácticas:

[...] los usuarios pasa[n] de ser meros informadores pasivos a participantes legitimados del proceso de diseño, y los diseñadores se transforma[n] de *problem-solvers* a facilitadores de procesos complejos de co-creación, capaces de compartir sus herramientas de conceptualización y formalización en lugar de imponerlas. (p.33)

Dichas consideraciones, más que pretender disipar dudas acerca de la legitimidad de estas prácticas, enfatizan en el valor y la importancia de ellas para el diseño. Con esto, presentaré los enfoques concernientes a la discusión central de esta investigación.

### **1.4.1 Codiseño (Diseño colaborativo)**

La irrupción de enfoques colaborativos —cada vez más visibles en las prácticas actuales de diseño— está cambiando el panorama de la disciplina al permitir la aparición de nuevos dominios de *creatividad colectiva*, entre otras razones, por el hecho de que la creatividad de los diseñadores se une a la de personas con otros perfiles, formación y capacidades para el desarrollo conjunto de procesos de diseño. Para Elizabeth Sanders,

[...] avanzar hacia un proceso *co-creativo* es un gran cambio para los diseñadores que han sido entrenados en el espacio de diseño tradicional, porque la co-creación “requiere de nuevas herramientas, métodos y un nuevo lenguaje de diseño. El diseñador debe aceptar la participación de nuevos socios en el proceso de diseño y adoptar una nueva actitud sobre la creatividad inherente de la gente común. (como se cita en Huerta, 2010, s.p.)

Esto significa poner al alcance de las comunidades de diseñadores y no diseñadores las herramientas para el desarrollo y mejora de prácticas colaborativas de trabajo, que traerán beneficios para los unos y los otros.

En el caso específico de la práctica del diseño, el enfoque colaborativo hace referencia a la forma como puede aplicarse y contribuir la *creatividad colectiva* en las diferentes etapas de los procesos de diseño, esto le permite a los *no diseñadores* interactuar directamente con los diseñadores. El diseño colaborativo o *codiseño*<sup>14</sup> requiere una participación activa, tanto de parte de los investigadores, diseñadores y clientes, como de parte de las personas que en última instancia se beneficiarán de la experiencia de *codiseño*. Esta perspectiva se basa en la creencia de que los usuarios son especialistas de sus propias experiencias que con diferentes puntos de vista, contribuyen al proceso de innovación y diseño. Además, el *codiseño* fomenta la relación usuario-diseñador:

la confrontación con los usuarios a menudo actúa como una fuente de inspiración y aumenta la empatía hacia ellos. La información necesaria pasa directamente del usuario al diseñador, aumentando así el potencial para la comprensión de las diversas dimensiones del artefacto inherente a cada proyecto. (Aguas, 2016, s.p.)

Así pues,

el proceso de diseño se convierte en una experiencia interdisciplinar en el que cada interviniente tiene un papel importante y también contribuye al proyecto, con independencia de su entorno social, cultural o profesional. La asociación con los usuarios garantiza su inclusión en el desarrollo del conocimiento, la creación de la idea conceptual y desarrollo de productos, cuyo objetivo final es servir mejor a los propios usuarios. (Aguas, 2016, s.p.)

Desde este punto de vista, el *codiseño* profundiza en las necesidades, preferencias, deseos, creencias, origen y en los valores ideológicos y éticos de los usuarios, con lo que orienta el conocimiento de los diseñadores y ayuda a que las soluciones de su intervención se deriven de una comunicación permanente y bidireccional. Así, el *codiseño* es en sí mismo un proceso de

---

<sup>14</sup> Este enfoque surgió en los países escandinavos a finales de los años sesenta y principios de los setenta. Nació, en parte, como alternativa al limitado entendimiento que se tenía del diseño por ese entonces, el cual era reducido a sus aspectos meramente técnicos, formales y funcionales, con lo que se olvidaban los efectos y repercusiones sociales que estos producían. Para mayor información consultar Rispoli, E. R. (2015). El diseñador como productor. Reflexiones en torno a la idea de responsabilidad social en el diseño contemporáneo y (Sanders, et al., 2008). *Co-creation and the new landscapes of design*.

ampliación de información, aprendizaje y acuerdos colectivos, y es tan importante la forma en que se desarrolla el proceso como los resultados de diseño a los que se llegan.

Con todo ello, y dada la necesidad de diseñar artefactos, espacios y experiencias cada vez más acondicionadas al ser humano y a su entorno, es imperante considerar una estructura de conocimiento que responda a la complejidad de los retos que asumen estos grupos de trabajo interdisciplinario, incluidos los riesgos inherentes de estas prácticas y los problemas a los que se les hace frente. Así, el concepto de interdisciplinariedad toma protagonismo, al ser el modo más adecuado de integrar las visiones de las diferentes perspectivas, la diversidad de opiniones y experiencias de los *stake holders*. En síntesis, estas prácticas son más integrales y tienen enfoques que se centran en las necesidades de las comunidades, con lo que es más fácil identificar oportunidades que se ajusten a sus futuras experiencias.

Dando continuidad a esta idea, es fundamental entender cómo la participación de los usuarios en un proyecto de diseño representa un paso vital en el actual ejercicio profesional puesto que, tal como lo asegura Aguas (2016),

las diversas dimensiones de los objetos se transforman en una entidad extremadamente compleja, sujeta a variables enormes, no siempre fácil de enmarcar y descifrar y el contexto, deviene una entidad en constante cambio que encierra una diversidad cultural, social, histórica, ambiental y económica, difícil de interpretar. (s.p.)

Con ello, para el diseñador es determinante comprender y asimilar aquellas dinámicas en las que el usuario está claramente llamado a participar en todas y cada una de las etapas propuestas en un proyecto de diseño.

En síntesis, es el *codiseño* una forma de crear ambientes de trabajo más sensibles, sostenibles y adecuados, que al ser un enfoque que tiende a la democratización de estas prácticas, de cierta manera deroga la completa responsabilidad del diseño a los diseñadores. Por otro lado, es claro que este enfoque no solo se apoya en el conocimiento experto del diseñador, sino también en las experiencias de todos los actores involucrados. De acuerdo con Gamonal (2011, p. 366), es de este modo como el diseño recupera su sentido, no como expresión individual, sino como una creación colectiva que configura la sociedad y el entorno.



## 1.4.2 *Open design* (Diseño abierto)

En la actualidad, es cada vez más común notar la emergencia de nuevas dinámicas de trabajo que recogen el legado de los modelos participativos de diseño y dan lugar a los llamados escenarios de “cultura libre”<sup>15</sup>. Este es el caso del *open design* o *diseño abierto*. Aquí, “los puntos de partida son el reconocimiento de la naturaleza ‘de dominio público’ del trabajo intelectual y creativo y el cuestionamiento radical del concepto de *copyright* tradicional” (Rispoli, 2015, p.37). Desde esta perspectiva se invita a los diseñadores (indistintamente de su campo de acción: gráfico, arquitecto, industrial, de servicios, etc.), a “simplificar la forma en la que los creadores determinan los grados de libertad que otros tienen a la hora de tomar y construir sobre sus obras”<sup>16</sup> (Lessig, 2005, p.312).

Así, el *diseño abierto* se opone a la tradicional idea de concentrar los medios de producción solo a sectores especializados, y por el contrario, con la utilización de *software* libres y de herramientas de autofabricación, invita a usuarios y diseñadores a la construcción colectiva de nuevos escenarios de actuación profesional, así como al desarrollo de sus capacidades para el trabajo autónomo. Fuera de todo aspecto meramente operativo (materiales, técnicas y procesos), este enfoque insiste en la necesidad de establecer una postura crítica acerca de las premisas y objetivos de los proyectos y de sus posibles repercusiones a nivel individual, colectivo, social y cultural. Aunque hoy día resulta complejo medir su alcance, efectividad y capacidad de influir en las dinámicas de producción a gran escala, sí demuestra un panorama esperanzador para la democratización, tanto de la disciplina del diseño como de los actuales medios de producción, y por qué no, de un

---

<sup>15</sup> Entendida como una corriente de pensamiento, promueve la libertad para la difusión y modificación de trabajos y obras creativas. Se basa en el principio del *contenido libre* el cual se contrapone a las medidas restrictivas de los derechos de autor. Sus cuatro pilares son: el dominio público, el *Copyleft*, las licencias *Creative Commons* y el *software libre*.

<sup>16</sup> Es el caso de las licencias *Creative Commons* (campos comunales creativos) las cuales ofrece diferentes modelos de licenciamiento que le permiten al autor de una determinada obra, una manera simple y estandarizada de compartir y autorizar el uso de su trabajo creativo por parte del público en generar bajo los términos y condiciones de su elección.

[...] Al desarrollar una serie de licencias libres que la gente puede añadir a sus contenidos, *Creative Commons* pretende determinar un espectro de contenidos que puedan ser fácil y seguramente empleados como base para más contenidos. [...] Una licencia de *Creative Commons* constituye una concesión de libertad a cualquiera que acceda a la licencia, y de un modo más importante, una expresión del ideal de que la persona asociada a la licencia cree en algo distinto a los extremos de "Todo" o "Nada". Los contenidos se marcan con la marca de CC, lo que no significa que se renuncie al *copyright*, sino que se conceden ciertas libertades. Estas libertades están más allá de las libertades prometidas por el uso justo. Sus contornos precisos dependen de las decisiones que el creador tome. El creador puede escoger una licencia que permita cualquier uso, en tanto que se le atribuya la obra. (Lessig, 2005, p.313)

significativo aporte a la cultura contemporánea desde la perspectiva de una nueva definición del trabajo del diseñador.

### 1.4.3 Otras miradas a los enfoques participativos de diseño

En este punto cabe resaltar otras perspectivas de los enfoques participativos de diseño, que aunque no son imperantes en el marco de esta investigación, por sus aportes, resultan valiosos en la medida que abarcan terrenos —en parte desestimados— por los modelos expuestos anteriormente. En este orden de ideas, se encuentra otro enfoque que ha alcanzado gran visibilidad alrededor del mundo en años recientes gracias a sus aportes en el campo de la inclusión social: el *diseño universal* o *diseño inclusivo*, en el cual tienen cabida todo tipo de usuarios potenciales, indistintamente de su condición social, estrato, género, raza y edad. Básicamente, para este modelo participativo las soluciones a los problemas son válidas únicamente en la medida en que son efectivas “para todos”. Tal como lo afirma Stephanidis (2011), el *diseño universal* “no implica necesariamente que un único diseño deba ser adecuado para todos los usuarios, sino que debe ser entendido como una nueva ‘filosofía’ de diseño que intenta satisfacer las necesidades de acceso del mayor número de usuarios posibles” (s.p.).

Otro enfoque participativo es el *design thinking*, el cual difiere significativamente de los enfoques expuestos. Fue impulsado por Tim Brown y la empresa IDEO desde principios de la década de los noventa en California. De acuerdo con Rispoli (2015) desde la perspectiva de este enfoque

[...] el diseño viene sometido a una redefinición conceptual [en la cual, de] disciplina técnica pasa a ser metodología, útil para abordar de manera proactiva y creativa un abanico potencialmente ilimitado de problemas. En oposición al *problem-solving* tradicional [...], ve en los procesos “caóticos” de ideación colectiva e interdisciplinar, en el “pensamiento divergente” y en la reflexión abierta las vías verdaderas hacia la innovación, en el sentido más amplio del término. (p. 35)

Todas estas premisas recogen un amplio espectro de consideraciones importantes. Por una parte, está el tema de la *aceptabilidad social*, es decir, lo que desde la cotidianidad del diseño se puede hacer para brindar un mayor nivel de comodidad en todos los aspectos de la vida de las personas; no solo para la realización de soluciones tangibles, sino también para el desarrollo de nuevos modelos cada vez más inclusivos orientados a la desactivación de barreras sociales y culturales que se ajusten a las condiciones de todos los actores involucrados en estas prácticas. Ciertamente, esto

supone la necesidad de profundizar más sobre estos enfoques, incluso desde otras disciplinas, con el fin de que estos conocimientos converjan en el desarrollo y configuración de proyectos que hagan frente a los retos que demandan las sociedades actuales.

Por otra parte, es evidente como los enfoques participativos aplicados por los profesionales de diseño a problemas concernientes a su entorno social (inclusión, sostenibilidad, participación ciudadana, etc.), se reestructuran continuamente de acuerdo con las necesidades, situaciones y posibles soluciones que estos demandan. Sin embargo, no solo estos enfoques cambian, el diseñador debe estar dispuesto a modificar su actuar frente a las diferentes circunstancias que se le planteen. Tal como lo asegura Sanders *et al*, (2008, s.p.), la creación de nuevos “territorios” de oportunidad para los diseñadores influirá en la forma cómo se diseña y qué se diseña; esto reforzará los vínculos entre el diseño y su entorno social.

En definitiva, los enfoques participativos de diseño son fenómenos emergentes que refuerzan la idea de buscar nuevos modos de conocimiento desde las prácticas de la disciplina misma, así como de generar nuevos escenarios de producción y actuación profesional y promover el intercambio de saberes entre seres humanos en igualdad de condiciones. La idea con ello es dar lugar a la convergencia de puntos de vista cada vez más amplios y complejos.

## **1.5 Diseño para la innovación social en torno a nuevas dinámicas productivas**

El surgimiento de nuevas dinámicas productivas en torno a la innovación social y las transformaciones a las que se enfrentan los modelos tradicionales de producción ha hecho que esto se convierta en el tema central de las políticas de investigación e innovación en muchos países alrededor del mundo. Expertos de diversas disciplinas están estudiando las lógicas sociales inmersas en estos procesos, así como los cambios que estos conllevan a nivel de sostenibilidad, impacto y desarrollo social. Al mismo tiempo, comunidades locales y asociaciones —tanto públicas como privadas— promueven iniciativas (en su mayoría en contextos urbanos) que exploran la relación entre las capacidades humanas, las nuevas tecnologías y el reconocimiento de prácticas que tienden cada vez más a lo colectivo.

Tal como se ha planteado, no es para nada desconocido que este es un tema importante también para el diseño a escala global. El diseño y su relación con nuevos procesos y modelos de producción tiene muchos puntos de convergencia con las tendencias actuales de la innovación. En particular, es interesante considerar los procesos de producción emergentes en términos de estilos de vida sostenibles centrados en el diseño como una disciplina que podría tener un efecto positivo en el cambio de modelos de producción (Desisnetwork, 2016, s.p.).

Con esto, el carácter social de la innovación hace que la transformación productiva tenga un efecto público y privado, que se traduce en incrementos de productividad y competitividad para las empresas y la sociedad. De acuerdo con Cardona & Escobar, (2012):

[l]a relación entre innovación y transformación productiva da cuenta de las condiciones socioeconómicas y culturales en las cuales se produce e incorpora el conocimiento. El desarrollo de nuevos productos y servicios se realiza en forma endógena en una firma o en un territorio; para ello se requieren competencias especializadas, que respondan a una lógica de extensión progresiva e incremento de la experiencia. Además, cuando se buscan salidas comerciales hacia otros dominios se produce la capacidad de innovación con la política de transformación productiva en la medida en que se promueven las capacidades desde las oportunidades de las firmas al articular los dos entornos en el ámbito del conocimiento. (p.129)

Murray, *et. al.* (2011, p. 5) concuerdan en que, cuando se busca considerar la innovación social, la investigación no puede limitarse únicamente a un sector económico en particular, por ello se deben cubrir todos los sectores y la dinámicas de las relaciones entre ellos. Así mismo lo afirma Abreu (2011):

[...] la capacidad de innovación depende tanto de la innovación en las estructuras, los objetivos y las relaciones transfronterizas de cada una de las cuatro esferas de la economía, así como en cualquier papel específico que cada uno de los sectores ha desempeñado tradicionalmente. (p.136)

De esta manera, cuando se estudian y entienden las peculiaridades y la demanda potencial de los casos prometedores de innovación social, estos pueden convertirse en el estímulo para la innovación de sistemas y en un eficaz modelo de pruebas para el desarrollo de una nueva generación de productos y servicios. Al respecto, Desisnetwork (2016) declara a modo de ejemplo que

[...] la experiencia de las instalaciones de vida compartida podría convertirse en el punto de partida para una nueva generación de productos para nuevas funciones domésticas y residenciales. [...]

Casos de producción localizada y autoproducción podrían estimular el desarrollo de procesos y productos específicamente concebidos para este tipo de producción descentralizada [...] Experiencias de sistemas de movilidad alternativa, podría conducir al desarrollo de medios alternativos de transporte [...] <sup>17</sup> (s.p.)

Estos casos expresan también una urgencia más profunda: la necesidad de promover políticas públicas que busquen generar una plataforma tecnológica y organizativa capaz de fomentar modelos de vida y modelos de producción sostenibles, redes de producción y servicios de baja demanda de materiales, energía y transporte; modelos de negocio basados en asociaciones complejas que también sean capaces de generar beneficios para el medio ambiente y la sociedad; formas de organización urbana y territorial localmente arraigada, pero globalmente conectada, y procesos para establecer comunidades evolucionadas y plataformas de apoyo para la democracia participativa.

## 1.6 Consideraciones finales

La concepción de diseño para la innovación social desarrollada hasta aquí constituye el principio fundamental compartido por las visiones presentadas y por las actuales tendencias de diseño orientadas a la democratización de la disciplina mediante prácticas responsables, éticas y reflexivas, basadas en la confianza, las redes de trabajo, la interdisciplinariedad y la búsqueda del bien común. Estos puntos de vista ponen en crisis la visión funcionalista del diseño moderno, que “no trata sólo de ofrecer soluciones ‘científicamente’ adecuadas a problemas preestablecidos sino de tomar parte activa en la definición y en la formulación de los propios problemas, razonando como individuos y como ciudadanos en vez de como simples profesionales” (MacCoy citado por Raspoli, 2015, p. 39).

En conclusión, el diseño para la innovación social trabaja en pro del intercambio de conocimientos relacionados con prácticas buenas y sostenibles en el campo de los nuevos procesos y modelos productivos. Desde este punto de vista, promueve programas sostenibles en el campo de la producción distribuida y abierta; genera nuevas visiones de comunidad; define y ensaya nuevas herramientas de prácticas colaborativas, y desarrolla iniciativas que van desde estudios de casos locales hasta políticas gubernamentales. Tal como lo afirma *DESIS Network*

---

<sup>17</sup> Traducción mía.

si se crean condiciones favorables, estas pequeñas invenciones sociales locales y sus modelos de trabajo pueden propagarse, pueden ampliarse, consolidarse, replicarse e integrarse con programas más amplios para generar cambios sostenibles a gran escala. Para ello, se necesitan nuevas competencias de diseño; se requieren visiones, estrategias y herramientas de *codiseño* para pasar de ideas a soluciones maduras y programas viables [...], es decir, piden nuevas capacidades de diseño que, en conjunto, se pueden definir como diseño para la innovación social. (Desisnetwork, 2016, s.p.) (traducción mía).

Llegados a este punto es importante aclarar y definir la postura que, como autor y, por afinidad conceptual, adoptaré como marco de referencia para el desarrollo de los siguientes capítulos. Así pues, en primer lugar, considero los postulados de Manzini (2009; 2015; 2016), los más adecuados y cercanos a mis intereses investigativos. Esto no significa que desestimaré las demás posturas ya desarrolladas, por el contrario, serán el soporte para establecer futuros diálogos que arrojarán luces para entender las características que asume el conocimiento y las herramientas propias de la disciplina y profesiones del diseño cuando se articulan con las dinámicas de las comunidades que no solo aportan sus necesidades, sino también sus capacidades, resultando en nuevas y particulares dinámicas productivas. En segundo lugar, considerando que todos los escenarios planteados a lo largo de esta lectura tienen en común su insistencia en la naturaleza colectiva de los procesos creativos, su énfasis en los usuarios concretos y en sus necesidades reales, tomaré también como referente la postura de Hernández-Ascanio, *et al.* (2016), la cual reconoce la innovación social como un *proceso cultural producto de una comunidad concreta*, que obliga a objetivar las variables de los sistemas culturales y los procesos de acción social que impulsan el desarrollo de la innovación en cada contexto específico.

Para la construcción del marco conceptual se considerará entonces, el reconocimiento del contexto en el que surge la innovación social, el reconocimiento de los valores que se ven proyectados en los elementos estructurales que se articulan en el espectro general de la innovación, el reconocimiento de la innovación social como una alternativa a los modelos tradicionales de transformación social y modernización socioeconómica y la adopción de ideas del sector social orientadas a *lo humano, lo personal y lo colectivo*.

## Capítulo 2

### 2.1 Diseño para los retos sociales: el papel del diseño para la innovación social

El ser humano, en su deseo de conocer y comprender mejor el mundo, establece relaciones con su entorno (económicas, ambientales, políticas, sociales, culturales, etc.) que lo impulsan a desarrollar su capacidad de actuar en la vida, y así mismo, a desarrollar su capacidad de integrar conocimientos orientados a la generación de resultados productivos para su bienestar individual y social. Sin embargo, es importante considerar qué clase de conocimiento influye y sirve a los seres humanos para el logro de sus objetivos individuales y colectivos, y contribuye en la creación de discursos formales y estéticos, coherentes y significativos que respondan a sus necesidades.

Estas preocupaciones han orientado el pensamiento y la práctica de diseño hacia el descubrimiento de nuevos territorios que han ampliado el campo de acción de la disciplina a favor del *debate social*, y de cómo, a través del diseño se puede contribuir, difundir y promover el uso de nuevos métodos inclusivos, holísticos y participativos en todas las etapas de los procesos de diseño e innovación. Y es que, como se ha expuesto a lo largo de este documento, el concepto de innovación no es estático, al contrario, es dinámico y se adapta, no solo en función de los desarrollos tecnológicos, sino también en función de las necesidades y retos sociales que enfrentan las comunidades alrededor del mundo. En este sentido, la innovación de carácter social o *innovación social* ha trascendido las fronteras de la interdisciplinariedad, y con ello ha dado lugar a un aumento de estudios, análisis, proyectos e iniciativas de todo tipo que abordan este tema, lo definen y lo implementan en busca de soluciones viables que se extiendan a múltiples sectores de la sociedad.

Por su puesto, el diseño no es ajeno a esta realidad, pero, *¿qué puede aportarle el diseño a la innovación social en contraposición a lo que le aportan otras áreas del saber fundadas en la ciencia?* La respuesta a esta pregunta puede acarrear discusiones importantes que tal vez sobrepasen los intereses de esta investigación, sin embargo, intentaré precisar una aproximación a este cuestionamiento. Un primer aporte del diseño es la posibilidad de ampliar el concepto de innovación social mediante la implementación de *métodos de diseño* como hecho novedoso y transformador que desencadena mejores maneras de cubrir los retos sociales, la optimización de recursos y los tiempos y desarrollo de nuevas capacidades de trabajo, tanto para los diseñadores como para los no diseñadores.

De acuerdo con Francisco Pizarro, experto en temas de innovación social y Director de Desarrollo de Negocio de FUNDECYT-PCTEX (la fundación que gestiona, entre otros proyectos, el Parque científico y tecnológico de Extremadura y el Centro europeo de empresas e innovación de Extremadura, España - CEEI Extremadura), el aporte más significativo de esta disciplina es el *pensamiento de diseño* y la clave está en los enfoques participativos. Según él, métodos como el *User Centered Design* o el *Design Thinking* empiezan a ser utilizados en otros ámbitos en los que impera la investigación científica y la innovación tecnológica. Estos métodos se caracterizan por hacer partícipe al usuario y empoderarlo mediante procesos de creación colectiva (*cocreación*), y se contraponen a los procesos puramente analíticos, característicos del método científico, pues el diseño se convierte en el vehículo a través del cual se produce nuevo conocimiento orientado al valor social. Afirma también que *la clave es que empiezan por el final*. No esperan a tener un resultado, un producto, una hipótesis o algo para acercarse a la realidad; por el contrario, el usuario final —el beneficiario—, participa en el proceso desde la creación, desde el origen.

El comienzo entonces es clave. Desde el momento en que se tiene un primer boceto o aproximación del proceso, este inmediatamente se somete a la validación del usuario, y a partir de ello se crea un proceso iterativo de ida y vuelta: una propuesta muy básica es validada con la comunidad, la comunidad la modifica y de esta manera se valida nuevamente por el conocimiento experto. En otras palabras, es un proceso que pasa del laboratorio a la realidad y de la realidad al laboratorio hasta que la realidad y el laboratorio se integran y se crea un *laboratorio vivo de*



*participación*. Eso es lo que diferencia por completo el involucramiento del usuario final: un proceso de participación total (*botton up*)<sup>18</sup>.

En estos procesos de ida y vuelta convergen tres componentes muy importantes. El primero es un componente de tipo *pragmático*, es decir, que permite rapidez. No es necesario que exista el producto final para validarlo en el mercado, por lo tanto, no es necesario volver a empezar desde cero. El segundo es un componente *moral y ético*, es decir, es darle el derecho al usuario de participar en una solución que es para él. El tercero y último es un componente de *carácter político*, en el sentido del *poder de transformación*. Aquí lo que se busca es un proceso crítico por medio del cual se transformen los modelos y prácticas convencionales, se entiendan otras formas de hacer las cosas y se consideren dichos métodos válidos para alcanzar la verdad científica. En síntesis, el reto está en legitimar los métodos de la innovación social como generadores de verdad científica<sup>19</sup>.

Con el objetivo de profundizar en lo que hace el diseño para la innovación social (y en lo que podría hacer), es importante prestar especial atención a los protagonistas de estas dinámicas. De acuerdo con Manzini (2015),

[...] esto significa mirar a las personas que participan y a las formas sociales que generan, y sobre todo a las formas sociales en las que colaboran para conseguir un resultado que no podrían alcanzar por sí solas, y que produce o podría producir un valor social más amplio como efecto secundario. (p. 77) (traducción mía)

Estas *formas sociales* (también conocidas como organizaciones de colaboración) tienen características y propósitos muy diferentes, sin embargo, comparten un factor común: *su existencia requiere la participación activa y colaborativa de todas las partes interesadas*. Esto requiere formas radicalmente diferentes de ser y actuar de las que dominan actualmente. por lo tanto, la tarea del diseño para la innovación social se puede describir como “una acción de diseño que busca

---

<sup>18</sup> *Button up* (abajo-arriba) es un enfoque de toma de decisiones inverso que invita a la comunidad en general, grupo empresarial o a un determinado sector a ser partícipes en todas las decisiones que afectarán significativamente su entorno.

<sup>19</sup> Información tomada de la entrevista realizada a Francisco Pizarro Escribano realizada el 21 de septiembre de 2017 en el marco de esta investigación (Consultar Anexo 4. Entrevistas).

hacer posibles y probables estas formas de ser y de hacer las cosas (es decir, la existencia de estas organizaciones colaboradoras)” (Manzini, 2015, p. 77).

Asimismo:

La innovación social se produce cuando las personas, la experiencia y los activos materiales entran en contacto de una manera capaz de crear un nuevo significado y oportunidades sin precedentes. Por lo tanto, la probabilidad de que esto suceda depende en gran medida del encuentro entre las personas que colaboran para crear valor. (p. 77)

A la vez que existen estos encuentros, existirán *organizaciones colaboradoras* de este tipo. Hoy en día, lo que hace especial a estas organizaciones es que provienen de las particularidades y especificidades del contexto en el que están surgiendo.

Ahora bien, otro factor que se suma a la discusión es el referido a los retos sociales. Y es que, en gran medida, el aporte del diseño a la innovación social depende de los retos a los que hace frente y de su capacidad de brindar soluciones adecuadas con gran impacto social. De acuerdo con Jorge Frascara (1997),

[...] [l]os diseñadores deben reconocer las situaciones sociales en que trabajan y a las que contribuyen, y tomar posiciones conscientes para definir el futuro de la profesión. Para que esto suceda, deberán en cierto modo cambiar su rol, desarrollar nuevas herramientas, integrarse en grupos interdisciplinarios, iniciar proyectos y actividades, generar nueva información y diseminarla. Este proceso extenderá la base de conocimientos de la profesión y permitirá que más diseñadores se ocupen de proyectos socialmente importantes. Como resultado se puede esperar un fortalecimiento de la importancia de la profesión para la sociedad, una apertura de nuevas oportunidades de trabajo y un alza del valor percibido de la profesión. (p. 28)

Y es que los retos sociales no se limitan únicamente a problemáticas de gran escala, realidades como

[e]l mejoramiento del acceso a la información para los ancianos, para las personas con problemas visuales o de aprendizaje; el diseño de materiales didácticos para la erradicación del analfabetismo total y funcional; el mejoramiento de los símbolos y señales para la seguridad; el perfeccionamiento de las técnicas de visualización para nuevas tecnologías de investigación y diagnóstico en medicina;

el progreso en la codificación tipográfica para medios electrónicos; el mejoramiento de formularios y otros instrumentos de comunicación y organización administrativa; la producción de material de instrucción y educación tendiente a mejorar las condiciones de vida en todo el mundo, en relación con la salud, la higiene, el alfabetismo, la educación primaria, la agricultura y la seguridad, son todas áreas donde existe una necesidad acuciante de diseñadores capaces y donde es, al mismo tiempo, difícilísimo encontrarlos. (Frascara, 1997, p. 28).

Podría decirse entonces que, la ausencia de diseñadores que hagan frente a estos retos se debe, en parte, a la limitada concepción que el público y los gobiernos tienen de las posibilidades del diseño, así como al modo reactivo —y tradicional— de operar de los propios diseñadores, por ello “[e]ste proceso no se detendrá si la industria y el diseño continúan siendo actividades exclusivamente reactivas, movidas por el mercado” (Frascara, 1997, p. 28).

Otros acercamientos a discusiones que abordan los retos sociales desde la perspectiva del diseño, son los expuestos por Edgar Saavedra Torres en su texto *Aproximación a los discursos en torno a la dimensión social del diseño* (2014). A manera de síntesis, se presenta el siguiente panorama:

[...] el llamado ‘Diseño para todos’ o diseño para las capacidades diferentes que plantea hacer centro en las necesidades de usuarios sistemáticamente no considerados por el diseño ‘oficial’” (2011, p. 2). Otras manifestaciones en el marco de lo social se extienden a: “programas de diseño para las necesidades sociales [...]. Diseño para el desarrollo, que ha tomado ideas del movimiento de tecnologías intermedias o alternativas que ha promovido soluciones tecnológicas de bajo costo para problemas en los países en desarrollo” (Margolin & Margolin, 2012, p. 62). Actividades de diseño como: Diseño de productos sostenibles y Diseño socialmente responsable o de las “respuestas proyectuales creativas, coherentes y pertinentes que genera el diseñador con las comunidades a las cuales dirige sus esfuerzos, y que tiene como objetivo lograr transformaciones que contribuyan en la construcción de una sociedad más justa y equitativa” (Barrera, 2004, p.4); o pensar, como dice Barrera (2004) en *Diseño con responsabilidad social*, “en la posibilidad de un diseño Participativo” (p.4), o Subirats, Joan & Badosa (2007) en *¿Qué diseño para que sociedad?*, en enfoques en “el mundo del diseño que no priorizan la comercialización o la intervención pragmática acrítica o tecnocrática, sino que persiguen el desarrollar una línea de diseño socialmente responsable, que no empobrezca ni autolimita la conciencia social cultural de los profesionales” (p.39). (p. 7)

En medio del contexto descrito, el punto de partida está en la necesidad de generar un cambio en el diseño como campo disciplinar, y por qué no, epistémico. Un cambio hacia un diseño integral,

interdisciplinario y participativo que atienda y dé prioridad a los retos sociales. Esta necesidad puede verse favorecida por la oportunidad de conjugar investigaciones de otros campos con desarrollos propios del diseño, con lo que a su vez, se redefine el rol del diseñador y se proveen nuevas herramientas en pro del trabajo colaborativo y participativo de colectivos interdisciplinarios. El diseñador, por lo tanto, estará en la capacidad de conducir su propia creatividad para ampliar la *creatividad colectiva* y así, sentará las bases sobre las cuales los no diseñadores podrán aportar a la generación de conceptos e ideas orientadas al bien social, y los diseñadores proporcionarán herramientas acertadas que lleven a la materialidad los conceptos e ideas producto de estos procesos integrales. En otras palabras, esto permitirá que todos los actores involucrados en los procesos de diseño logren un entendimiento certero de los procesos *cocreativos*, las herramientas, los métodos y el lenguaje que le son propios al diseño.

Frente a este panorama, propongo los siguientes nodos comunes entre conceptos macro en relación a la innovación social y el papel del diseño para la innovación social frente a los retos sociales:

**Tabla 2-1:** Nodos comunes entre conceptos macro en relación a la innovación y el papel del diseño para la innovación social

NODOS COMUNES	
Conceptos macro innovación social	Diseño para la innovación social
Trabajo colaborativo entre diferentes agentes sociales	Ecosistemas de emprendimiento y reactivación social
Soluciones adecuadas a problemas sociales, económicos, ambientales y éticos	La creatividad como principal insumo y factor crucial en la generación de valor agregado en la resolución de problemas
Generación, transferencia y aplicación de conocimiento científico y empírico	Difundir y promover el uso de nuevos métodos inclusivos, holísticos y participativos en todas las etapas de los procesos de innovación
Incremento de la productividad y la efectividad de una comunidad o empresa en forma sostenible	En lugar de soluciones masivas, las soluciones tienen que ser adaptadas a las circunstancias locales y personalizada a los beneficiarios

Modelos híbridos	<i>Innovación abierta</i> : colaboración y creación de comunidad, el usuario como cocreador
Prácticas, modelos de gestión o servicios novedosos que satisfacen una necesidad, aprovechan oportunidades y resuelven un problema social de forma más eficiente y eficaz que las soluciones existentes	Democratización de la disciplina mediante prácticas responsables, éticas y reflexivas, basadas en la confianza, las redes de trabajo, la interdisciplinariedad y la búsqueda del bien común.  Promueve el intercambio de conocimientos relacionados con prácticas buenas y sostenibles en el campo de los nuevos procesos y modelos productivos
Representa nuevas respuestas a las acuciantes demandas sociales que afectan los procesos de interacción social. Está dirigido a mejorar el bienestar humano. Las innovaciones sociales son <i>sociales</i> tanto en sus fines como en sus medios. No solo son buenas para la sociedad, también mejoran la capacidad de las personas para actuar	Promueve programas sostenibles en el campo de la producción distribuida y abierta, genera nuevas visiones de comunidad, define y ensaya nuevas herramientas de prácticas colaborativas y desarrolla iniciativas que van desde estudios de casos locales hasta políticas gubernamentales

*Fuente:* elaboración propia.

## 2.2 Nuevas oportunidades: la creatividad social

En el apartado anterior, entre otras cosas, se habló sobre la necesidad de ampliar las posibilidades de la innovación social a través de estrategias que refuerzan la *creatividad colectiva* (también creatividad social) a favor de la búsqueda de soluciones concretas para hacer frente a los retos de las sociedades actuales. Así pues, el desarrollo presentado a continuación centra su enfoque en las *creatividades cotidianas*, aquellas relacionadas con situaciones y problemas sociales concretos, como por ejemplo, la realidad situada de las personas, su entorno, su habitad y sus relaciones humanas y materiales.

Una primera aproximación a este concepto es la propuesta de Martha L. Estany (2006). Para esta autora, concebir la *creatividad social* solo es posible si desaparece el mito de pensar la creatividad únicamente como un proceso personal o grupal que necesita el acompañamiento de un experto que la estimule. Por el contrario, afirma que “la creatividad social se construye en la calle y desde las prácticas cotidianas a partir de actividades reales que se van planteando de forma colectiva como estrategias para desbordar y poder buscar soluciones a las situaciones y problemas concretos” (Estany, 2006, p. 15). De acuerdo con esta premisa, la creatividad social no puede ser concebida

como un valor en abstracto, a cambio, debe concebirse y validarse como parte de la cotidianidad, lo que implica, por una parte, su reconocimiento ante situaciones y problemas propios y externos de las comunidades, sus sistemas y ecosistemas. Por otra parte, la creatividad social supone la identificación de síntomas que permiten hacer frente a estas situaciones a través de procesos colectivos.

Un segundo acercamiento a la creatividad social lo proponen Torres y Violant (2003). Desde su punto de vista, la creatividad como valor social es una creatividad mucho menos academicista y más estratégica y actitudinal, una creatividad comprometida con la búsqueda de soluciones a problemas, abierta a la vida y a lo cotidiano. De acuerdo con esto, proponen seis ideas que buscan reconsiderar la forma de entender la creatividad social:

*La creatividad es un bien social, una decisión y un reto de futuro. Formar en creatividad es apostar por un futuro de convivencia y tolerancia.* Aquellas sociedades y organizaciones que descuiden el estudio y desarrollo de la creatividad, que no promuevan la iniciativa y la cultura emprendedora entre las jóvenes generaciones, se verán sometidas a países de mayor potencial creador. [...] El avance y el progreso provienen del espíritu creativo y se plasman en la vida cotidiana.

*Carácter alocéntrico.* Una de las consecuencias conceptuales de la consideración social de la creatividad es que no termina en uno mismo, que la generación de ideas o actuaciones ha de orientarse a una mejora. Su finalidad última no reside en el sujeto ni en el proceso, sino en el medio social que la condiciona y se beneficia de la misma.

*Carácter ético y constructivo.* Si en los inicios de su estudio estaba fuertemente vinculada a la imaginación y posteriormente al carácter novedoso, hoy, al destacar su vertiente social estamos implícitamente reconociendo su carácter ético. Según esto, aquellas ideas, creaciones o productos que sean contrarios a los valores de la colectividad que los sanciona, pueden ser originales, novedosos, ingeniosos, sorprendentes, pero no necesariamente creativos. No estamos restringiendo cualidades de la persona, proceso o entorno, sino añadiendo criterio de valor a los resultados.

*La creatividad es poliédrica.* El carácter interdisciplinar de la creatividad no es nuevo. Lo nuevo sería conseguir que neurólogos, psicólogos, sociólogos, filósofos y educadores, entre otros converjan en proyectos interdisciplinares. La creatividad es un fenómeno poliédrico, con infinitud de perspectivas, al igual que pasa con la comunicación.

*La creatividad se alimenta de problemas.* Desde los primeros estudios, se ha venido vinculando la creatividad a la solución de problemas. Pero lo que intento transmitir ahora es que el inicio del proceso creativo se instala en el cruce de la motivación personal, el entorno social y el problema como estimulador. [...] La creatividad no es sólo la capacidad de resolver problemas, sino que se alimenta de ellos.

*La creatividad paradójica.* Se trata de una visión de la creatividad con una enorme transcendencia

social, que tiene su justificación en la necesidad intrínseca del ser humano de buscar caminos nuevos cuando pierde los conocidos. Es entonces, cuando toca fondo, cuando recurre a esa dimensión oculta que es la creatividad y que la comodidad de lo conocido la relegó de la conciencia por cuanto no precisaba de ella. La creatividad no es gratuita, sino que representa un reto para uno mismo y con relación a quienes nos rodean. (Torres y Violant, 2003, p. 3-4)

La propuesta de Torres y Violant deja entonces el camino abierto para explorar el inmenso potencial que provee la proyección social de la creatividad, así como para explorar rutas que clarifiquen mecanismos, cualifiquen procesos y validen prácticas que eleven la calidad de vida de las personas y contribuyan a aumentar la producción creativa (en conjunto con el trabajo social e interdisciplinario) de la mano de las comunidades. De esta manera, el estudio y la práctica creativa no solo se encamina al desarrollo de soluciones convenientes y adecuadas, sino también al desarrollo de estrategias de innovación social más robustas que generan valor social e intelectual.

Así como varios autores han estudiado e investigado sobre este tema, existe también una pequeña constelación de organizaciones alrededor del mundo que se dedican a ejercer acciones destinadas a la innovación social con base en la creatividad social y las metodologías participativas vinculadas a la práctica de diseño. Para ilustrar un poco mejor este tema, quiero exponer algunos ejemplos. *Designmatters*, un departamento educativo de la *ArtCenter College of Design*, que desde hace más de una década ha creado una amplia red de colaboraciones innovadoras con organizaciones de los sectores sociales, públicos y privados que se esfuerzan por diseñar un futuro mejor y más humano para todos, está al frente de un conjunto diverso de iniciativas educativas, proyectos especiales y publicaciones que demuestran el poder del diseño para la innovación social: un campo emergente de la investigación y la práctica de diseño que se orienta hacia el progreso humano y a nuevas posibilidades de acción (*Designmatters.com*, s.f., s.p.).

Entre muchos de los proyectos desarrollados por *Designmatters* (ver Anexo 1), quiero hacer énfasis particularmente en dos que tuvieron como escenario la ciudad de Bogotá y el municipio de Soacha, más exactamente el sector Altos del Pino: *Safe Agua Colombia* y *Calientamigos*. El primero se ocupó, desde la investigación en diseño, de temas relacionados con el saneamiento y ahorro del agua con familias que viven en asentamientos informales. Los estudiantes del *ArtCenter College of Design* trabajaron cerca de un mes con las familias del sector para —desde el diseño— cocrear soluciones innovadoras y creativas para su comunidad, con lo que buscaban superar algunos de los problemas sociales generados por la pobreza y la escasez del agua. Un componente clave de este proyecto es la adición de la creatividad como valor al servicio de las comunidades, así como la creación de nuevos productos con personas de diversas disciplinas.

Por otro lado, *Calientamigos*

es el único sistema de transporte, calentamiento y almacenamiento de agua caliente que provee acceso de agua a familias de muy escasos recursos. Este diseño proporciona de manera económica una solución para la presurización y calentamiento del agua, promoviendo higiene, comodidad y dignidad tan necesitada en cerca de 2.5 billones de personas alrededor del mundo que viven sin las adecuadas condiciones de salubridad e higiene, como en Altos del Pino (Soacha) y otras comunidades que tienen acceso limitado al agua, donde hay madres que dedican más de seis horas al día alrededor de la estufa, calentando y preparando alimentos; niños y adultos que se bañan con agua fría al aire libre y a las cinco de la mañana. Todo esto conlleva a que muchos miembros de la familia, especialmente los niños, adquieran enfermedades pulmonares. El sistema de Calientamigos permite que las familias que no tienen sistema de plomería ni alcantarillado tengan agua caliente presurizada para el aseo diario, la cocina y labores de limpieza. El sistema está dividido en tres partes principales: un calentador de agua seguro (como una tetera eléctrica) que de una manera segura calienta hasta cinco galones de agua a cuarenta y tres grados centígrados en quince minutos. Es lo suficientemente adaptable para funcionar con cualquier balde o tanque que se tenga en la casa. Calienta el agua de una manera más eficiente y a un costo mucho menor de los métodos del mercado actual. (Revista Exclama, 2014, s.p.)

De este modo, proyectos como *Safe Agua Colombia* y *Calientamigos* son una clara muestra de iniciativas vinculadas a procesos de creatividad social y a prácticas de diseño orientadas a la innovación social, iniciativas que son centro de interés para este proyecto y que se explorarán en más detalle en los siguientes capítulos.

En definitiva, es importante señalar que la contribución del diseño a la innovación social no se limita a la implementación de métodos de diseño, por el contrario, se extiende a circuitos como el de la creatividad social, que se despliega alrededor de las personas, grupos y comunidades. Así mismo, como hecho novedoso y transformador, la innovación social promueve procesos de organización, desarrollo, protección colectiva, así como desata progreso y permite utilizar mejor los recursos existentes. Por otra parte, el diseño para la innovación social persigue arrojar luz a pequeños y grandes problemas sociales para anticiparse a sus consecuencias y buscar soluciones más eficaces y eficientes, estimular el debate social acerca de cómo el diseño y la creatividad social pueden contribuir a construir un mundo mejor para todos y, finalmente, difundir y promover el uso de nuevos métodos holísticos, inclusivos y participativos en todas las etapas de los procesos de innovación social.



## Capítulo 3

### 3.1 Diseño en el contexto productivo actual de Bogotá

#### 3.1.1 La creatividad y sus posibilidades

Constantemente, la creatividad es asociada a escenarios míticos en donde la improvisación, e incluso, musas y seres fantásticos la desencadenan. Nada más alejado de la realidad, esto solo provoca que se deslegitime la rigurosidad que requieren los procesos de creación. Hablar de creatividad no es solo hablar de generación de ideas, sino que también es hablar de perspectivas, de relaciones, de experiencias y capacidades, es comprender la realidad como un sin fin de mundos que necesitan fragmentarse para lograr su mejor comprensión (Max-Neef, 1991, p. 5). Este modo de entender la creatividad (como una forma particular de idear y producir nuevas realidades) se convierte en el territorio habitual en el que se mueven los diseñadores. Y es que la creatividad se plasma en lugares insospechados, como lo declara Morató (2007):

[...] no sólo en los anuncios publicitarios, en el diseño o en la moda, sino también, por ejemplo, en la cocina; y tiende a extenderse, por otro lado, a amplias capas de la población, porque en un creciente número de ocupaciones se van incorporando modos de hacer, modos de evaluar y modos de organizarse que, tratando de fomentar la creatividad, asimilan para ello los patrones propios de la [cultura]. (p. 1)

Todas estas posibilidades que se despliegan de la creatividad han promovido su reconocimiento y posicionamiento en el contexto contemporáneo, así como han impulsado el surgimiento de nuevas iniciativas y acciones que partiendo de la creatividad, tienen como objetivo impactar positivamente a la sociedad. Esta perspectiva, reconoce la importancia de la creatividad en diferentes esferas del conocimiento —entre ellas, el diseño— como un proceso a través del cual se genera nuevo

### Capítulo 3

---

conocimiento, se promueven experiencias estéticas, desarrollos tecnológicos, emprendimientos sociales y se fortalecen nuevos escenarios de participación social y económica, como por ejemplo el sector de las *industrias creativas*<sup>20</sup>. Estas industrias proponen un modelo de desarrollo en el que el sector creativo se articula con la esfera económica para generar empleo y crecimiento económico (UNCTAD, 2013, p. 5), además de beneficios no monetarios (característicos del sector creativo), como la conservación y promoción de la diversidad de expresiones creativas y culturales (Unesco, 2002, p. 283), la inclusión y cohesión social y la reconstrucción del tejido social, entre otros. Por esta razón, la creatividad es considerada el principal insumo y un factor crucial en la generación de valor agregado de estas industrias (UNCTAD, 2008, s.p.).

En lo que respecta a Bogotá, este tipo de iniciativas están tomando cada vez más fuerza. Para el último semestre del 2016, En la ciudad se concentraba el 92% de los servicios creativos del país, el 90% de las productoras audiovisuales, el 73% de las empresas de contenidos digitales y el 55% de los estudios de videojuegos, el 65% de las empresas de comunicación gráfica, el 40% de la industria de música en vivo y el 38% del mercado de moda del país (Dinero, 2016, s.p.). Debido al importante crecimiento de este tipo de actividades en las últimas dos décadas y a la significativa participación que han cobrado en el Producto Interno Bruto (PIB)<sup>21</sup> del país, entidades como la Cámara de Comercio de Bogotá o la *Iniciativa Cluster de Industrias Creativas y Contenidos de Bogotá*<sup>22</sup> han orientado esfuerzos en el desarrollo de estrategias que permitan fortalecer estas

---

<sup>20</sup> Existe una gran variedad de aproximaciones acerca de los sectores que las conforman. Una manera práctica de entenderlas es referirse a ellas como “los bienes y servicios que se fundamentan en la propiedad intelectual y cuyos principales insumos son la creatividad y el capital intelectual”. Así las cosas, hacen parte de estos sectores como el editorial, el audiovisual, el fonográfico, las artes escénicas, el diseño, la publicidad y el desarrollo de software y contenidos, entre otros. (ProBogotá, 2017, s.p.)

21

“En 2012, la economía naranja representó 1,57% del Producto Interno Bruto nacional, según datos de la Cuenta Satélite de Cultura del DANE. Los sectores asociados a la economía naranja que tienen más peso en el producto nacional son audiovisual, educación cultural y libros y publicaciones. Estas actividades justamente están cobijadas en las iniciativas clúster de industrias creativas y contenidos y de comunicación gráfica que lidera la Cámara de Comercio de Bogotá”. (Dinero, 2016, s.p.)

<sup>22</sup> Es un escenario neutral —que cuenta con el liderazgo y apoyo de CCB— en el que líderes empresariales, Gobierno, entidades de apoyo y academia trabajan colaborativamente para incrementar la productividad y competitividad del sector. Esta iniciativa es consciente de las dificultades que los empresarios y emprendedores tienen al pasar de una idea a un proyecto empresarial viable, sobre todo en cuestiones de financiación. Esta barrera se hace más evidente, entre otras cosas, porque la cuantificación económica del

### Capítulo 3

---

empresas y mejorar su competitividad. Durante 2015, en Bogotá se generaron 290.000 empleos formales solo por cuenta las industrias creativas de comunicación gráfica, música y moda, casi 3% de los ocupados de la capital (ProBogotá, 2017, s.p.). Sumado a esto,

[...] en materia de talento humano y capacidad científica y tecnológica para el sector, el ecosistema académico presente en la ciudad ofrece 326 programas de formación en bellas artes y 533 en ingenierías afines, tres centros de investigación, desarrollo e innovación reconocidos por Colciencias y 270 grupos de investigación. Además, en temas de posicionamiento internacional, Bogotá es reconocida por la Unesco desde 2011 como “Ciudad Creativa de la Música”; en 2012 generó 52% de la producción de música grabada del país. [...] [cuenta] con iniciativas de clúster en los sectores de música; comunicación gráfica; prendas de vestir; cuero, calzado y marroquinería; joyería y bisutería y de industrias creativas y de contenidos, a través de los cuales se identifican los cuellos de botella que limitan la productividad [...] [cuenta además] con plataformas de circulación como el *Bogotá Audiovisual Market-BAM*, *Bogotá Music Market-BOmm*; ARTBO y el *Bogotá Fashion Week*, que se han convertido en referentes en América Latina, y que han contribuido al posicionamiento internacional de Bogotá como destino atractivo para la inversión, los negocios, el turismo y la cultura. (Dinero, 2016, s.p.)

Estas cifras evidencian el potencial de las industrias creativas como motor de desarrollo económico para el país y en particular, para Bogotá en los próximos años, tanto así que el pasado 23 de mayo de 2017 fue aprobada la Ley No. 1834 (también llamada *Ley Naranja*) por la plenaria de la Cámara de Representantes, por medio de la cual se fomenta la economía creativa. Según se decreta en el Artículo 1º de la misma, “[...] tiene como objeto desarrollar, fomentar, incentivar y proteger las industrias creativas. Estas serán entendidas como aquellas industrias que generan valor en razón de sus bienes y servicios, los cuales se fundamentan en la propiedad intelectual” (Presidencia de la República, 2017, p. 1). En este orden de ideas, el Artículo 2º declara que

Las industrias creativas comprenderán los sectores que conjugan creación, producción y comercialización de bienes y servicios basados en contenidos intangibles de carácter cultural, y/o aquellas que generen protección en el marco de los derechos de autor.

---

*output* no es muy fácil de definir. Para entender mejor este tema, la Iniciativa de *Cluster* recoge las diversas fuentes de financiación específicas para las empresas del sector, las cuales van desde instituciones financieras, fondos de capital privado y de emprendimiento, ángeles inversionistas, *Crowdfunding*, programas y convocatorias públicas, fondos cinematográficos, aceleradoras e incubadoras de empresas, concursos y hasta fondos propios (Cámara de Comercio de Bogotá, 2015, pp. 1-3).

## Capítulo 3

---

Las industrias creativas comprenderán de forma genérica —pero sin limitarse a—, los sectores editoriales, audiovisuales, fonográficos, de artes visuales, de artes escénicas y espectáculos, de turismo y patrimonio cultural material e inmaterial, de educación artística y cultural, de diseño, publicidad, contenidos multimedia, software de contenidos y servicios audiovisuales interactivos, moda, agencias de noticias y servicios de información, y educación creativa. (Presidencia de la República, 2017, p. 1)

Según Luis Guillermo Plata, Presidente de la Fundación para el progreso de la Región Capital (ProBogotá), la importancia de esta ley radica en que plantea lineamientos de política pública que buscan trascender los gobiernos de turno y establecer de manera clara y concisa mecanismos para fomentar, incentivar y proteger las industrias creativas (ProBogotá, 2017, s.p.). Es importante considerar que todas estas cifras, estrategias y marcos legales son contundentes al mostrar el estado actual de las prácticas creativas destinadas a la generación de nuevos espacios productivos y su aporte al desarrollo económico de la capital y del país.

Esta oportunidad de articular la esfera económica y la creativa ha suscitado el surgimiento de nuevas dinámicas de trabajo que a su vez, han desencadenado procesos relacionados con el desarrollo humano integral en los que se vincula el crecimiento económico con los beneficios sociales y culturales asociados al sector creativo. Este panorama abrió las puertas de lo que hoy se conoce como *economía creativa*, concepto que, tal como lo plantea J. Howkins (2001, p. 4), ha superado las fronteras que mantenían aislados a estos sectores (el económico y el creativo) y ha reafirmado que su combinación genera resultados significativos en el desarrollo territorial y humano, pues la creatividad y la economía no son conceptos nuevos, pero sí es nuevo cómo se han extendido para relacionarse y cómo su interacción es capaz de crear un valor y riqueza extraordinarias.

### **3.1.2 Diseño para la innovación social en el contexto productivo actual de Bogotá**

El apartado anterior mostró un panorama general del estado actual de las industrias creativas y su contribución a los sectores económico y cultural de la ciudad y el país. Esto con el objetivo de determinar un marco de referencia que permita contextualizar todas aquellas iniciativas económicas y sociales que actualmente se concentran en Bogotá y que trascienden los modelos de

### Capítulo 3

---

mercado tradicionales, así como se extienden hacia la promoción de programas sostenibles que buscan impactar positivamente a la sociedad a partir de acciones colectivas que legitiman los intereses de la comunidad.

De la misma manera, la apuesta por el desarrollo sostenible no es un tema reciente para la ciudad. Tanto para el sector público como para el privado, la necesidad de preservar el medio ambiente, desarrollar políticas públicas más inclusivas y garantizar el fortalecimiento de sectores económicos emergentes se han convertido en el común denominador de aquellas acciones orientadas a garantizar la posibilidad de generar nuevos y mejores modelos y condiciones de vida. Desde esta perspectiva, es la innovación social el eje transversal de todas aquellas iniciativas que buscan impactar positivamente a la sociedad y servir a los seres humanos en la realización de sus fines individuales y colectivos. Por otra parte, lo que sí podría considerarse relativamente reciente es el interés del diseño por ser parte de ese entramado de relaciones sociales, culturales, económicas e incluso, políticas.

Estas y otras preocupaciones han orientado el pensamiento del diseño, no solo hacia la manera como los seres humanos se relacionan con otros individuos y con su entorno a través de la influencia mediadora de productos, artefactos y experiencias, sino también como una *actividad conectiva* que integra conocimientos de muchos campos de impacto sobre la forma en que vivimos nuestras vidas (Buchanan, 2001, p. 7). El reto, sin embargo, está en comprender cómo los diseñadores pueden generar resultados que tengan que ver con la práctica de diseño mientras se desplazan por otros campos de trabajo, y en este sentido, generan nuevo conocimiento, capaz de conducir la actividad de diseño a resultados y prácticas socialmente eficaces. En otras palabras, esto sugiere la identificación de metas concretas que mueven el pensamiento y la práctica del diseño a favor de las necesidades y aspiraciones de los seres humanos.

Como se ha expuesto a lo largo de esta investigación, el diseño tiene muchos puntos de convergencia con los nuevos procesos y modelos productivos que son tendencia y tienen que ver con la innovación, especialmente con aquellos procesos que tienen como principal objetivo utilizar el pensamiento de diseño para *cocrear* soluciones que permitan habilitar y expandir escenarios socialmente relevantes de innovación social. A manera de síntesis, podría decirse que lo anterior responde superficialmente al panorama actual del diseño para la innovación social alrededor del

### Capítulo 3

---

mundo y, del mismo modo, en Bogotá. Y es que en esta ciudad es cada vez es más frecuente encontrar profesionales, estudiantes y académicos en diseño que unifican esfuerzos con diferentes sectores de la sociedad (gobierno, Estado, academia) para intercambiar conocimientos, reflexiones y acciones en torno a la innovación social.

En el contexto educativo, distintas universidades adscritas a la *Red Académica de Diseño (RAD)*<sup>23</sup>, entre ellas la Universidad de Los Andes y la Universidad Nacional de Colombia, desde hace poco más de cuatro años adelantan proyectos que desde el diseño y la innovación social buscan combatir la pobreza extrema. Un caso a resaltar es *Violetas, espacio de convivencia*, un proyecto de hurta comunitaria realizado en 2015 por estudiantes del programa de Diseño industrial de la Universidad Nacional de Colombia en una zona de la localidad de Usme (suroriente de Bogotá), en donde conviven más de sesenta familias que dependen de la agricultura y la ganadería. Como declara uno de sus participantes “no se trata de un producto o servicio, sino de un sistema de integración que busca generar oportunidades para que la misma comunidad lo desarrolle” (Agencia de Noticias UN, 2015, s.p.). Desde este punto de vista,

[...] el diseñador es un facilitador de herramientas para la comunidad bajo la premisa de que todos pueden desarrollar la creatividad para la resolución de conflictos. ‘Las problemáticas complejas de una comunidad específica que se resuelven desde su base social generan un cambio en el pensamiento del grupo y propician la oportunidad de desarrollo productivo’. [...] Pensar diseño es anticipar o proyectar una solución a futuro con una clara conciencia de lo que se puede lograr [y] se articula con la realidad social y con las soluciones de diseño que están en el territorio que la gente ha sido capaz de construir para resolver un problema.

[...] El diseño hace explícito los valores intrínsecos y los hace brillar; le incorpora elementos profesionales en cuanto a forma, modelo de negocio, replicabilidad y sostenibilidad; además, acompaña colectivamente el ejercicio de *co-diseño* que empodera a la comunidad para que se convierta en un modelo envidiable que todos quieran copiar. (Agencia de Noticias UN, 2015, s.p.)

---

<sup>23</sup> La RAD es máximo ente agrupador de los programas de educación universitaria en Diseño del territorio colombiano. La RAD, red de instituciones colombianas que tienen programas académicos de diseño, que se articula con diferentes actores nacionales y internacionales para la representación, el reconocimiento y la proyección de la disciplina del diseño en escenarios profesionales, académicos (investigativos), estatales sociales y empresariales en Colombia. (RADCOLOMBIA.ORG, 2004, s.p.)

### Capítulo 3

---

Cabe resaltar que estas iniciativas, aunque son gestadas desde la academia, reciben el apoyo de entidades externas que suman sus esfuerzos para consolidar estos escenarios de participación social; en el caso de *Violetas*, la Agencia Nacional para la Superación de la Pobreza Extrema (ANSPE) estuvo involucrada a través de un laboratorio de innovación social.

Del mismo modo, resulta pertinente hablar del papel del Estado frente al diseño para la innovación social en la ciudad de Bogotá. Como se ha señalado a lo largo de este apartado, el Estado, más que un gestor directo de estas iniciativas, es un promotor. En este sentido, impulsa, financia y crea programas que permiten la expansión y el reconocimiento de estas iniciativas a una mayor escala. También, podría decirse que es un ente regulador de dichas prácticas, en el sentido que crea y establece políticas públicas que las legitiman. Un ejemplo de esto es el premio Cívico por una Ciudad Mejor, que en su XVI versión en el año 2016, reunió a más de doscientos veintiocho organizaciones sociales y comunitarias, colectivos ciudadanos, innovadores sociales, empresarios, medios de comunicación y fundaciones en la ciudad de Bogotá. “El Premio es un reconocimiento que identifica, fortalece y da visibilidad a iniciativas de innovación social colectiva que mejoran la calidad de vida de las comunidades” (PLAN, 2016, s.p.). Por otra parte, este reconocimiento ha mostrado que la capacidad del trabajo colectivo para innovar en la búsqueda de soluciones a diversos problemas sociales es una realidad que cada vez toma más fuerza.

Bajo este contexto, es posible identificar iniciativas de diseño para innovación social que entrelazan los sectores económico, industrial y productivo con las prácticas de diseño. En estas iniciativas, que en su mayoría son gestadas por la comunidad a través de pequeños emprendimientos sociales y económicos, es tan importante la manera en que se desarrollan los procesos (dinámicas sociales), como los resultados de diseño a los que se llegan. Algunas de las características que definen estos modelos de trabajo son la implementación de metodologías participativas de diseño para potencializar el impacto de dichos procesos y la posibilidad de poner al alcance de las comunidades de no diseñadores herramientas para el desarrollo de mejores prácticas de trabajo, en aras de ampliar los circuitos de intervención social (medio ambiente, salud, educación, etc.) que alcanzan este tipo de iniciativas. Así, mediante el reconocimiento de un diseño responsable que da prioridad a las necesidades sociales, estos proyectos se han afianzado como sólidas plataformas de emprendimiento para diseñadores y profesionales de distintas disciplinas que demandan un lugar en los sectores productivos de la ciudad. Es el caso de los ejemplos que se citarán a continuación. No obstante, es importante resaltar que dichos ejemplos hacen parte de los

## Capítulo 3

---

casos de estudio seleccionados para esta investigación. Por lo tanto, me centraré en exponer algunos de sus proyectos y su impacto social; no se explorarán a detalle puesto que estos son explicados y caracterizados en el capítulo 4 (Diseño de la investigación), y de la misma manera, han sido referenciados, registrados y categorizados en la sección de anexos (Anexo A. Fichas de registro internacional y Anexo B. Fichas de registro Bogotá; Anexo C. Matriz de categorización internacional y Anexo D. Matriz de categorización Bogotá). Además, dado los intereses investigativos de este proyecto, estas experiencias pertenecen a las localidades de Teusaquillo y Chapinero.

### **Primer caso: C-Innova**

El primero caso a resaltar es la iniciativa C-Innova (Centro de Innovación en Tecnologías Apropiables y Educación), una organización de base comunitaria orientada al servicio de la sociedad, en especial a comunidades vulnerables a lo largo del territorio colombiano. C-Innova ofrece a personas de diferentes comunidades, oportunidades de formación, infraestructura y recursos que conduzcan a desarrollos tecnológicos que impacten positivamente a la sociedad. Con miras a alcanzar este objetivo, C-Innova desarrolla su trabajo en seis áreas clave: *aprendizaje, diseño, enseñanza, desarrollo tecnológico, producción editorial y consultorías*. Sumado a esto, el Centro de Innovación está afiliado a la Red de Innovación para el Desarrollo Internacional (IDIN), una iniciativa del Laboratorio de Desarrollo Global de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID), y trabaja en colaboración con el Laboratorio de Diseño para el Desarrollo D-Lab en el Instituto Tecnológico de Massachusetts MIT.

Esta iniciativa, con sede en la localidad de Teusaquillo, facilita el acceso a la infraestructura, el apoyo técnico, el conocimiento y los materiales necesarios para el desarrollo de proyectos de base tecnológica que ayuden a mejorar significativamente la calidad de vida de las comunidades. Llevan a cabo diferentes actividades enfocadas a alcanzar este objetivo, como talleres, seminarios, conversatorios, competencias de diseño, eventos sociales, entre otros. Además, adelantan programas como el (CCB) Desarrollo de la capacidad creativa o *Creative Capacity Building*, por su nombre original en inglés. Esta es una metodología que prepara a las personas para *crear o adaptar tecnologías que les permiten mejorar y fortalecer sus comunidades*; es un esfuerzo por combinar múltiples herramientas provenientes de distintas prácticas de diseño en un currículo fácil



### Capítulo 3

---

de entregar a distintas audiencias, más allá de su nivel educativo o socio-económico (C-Innova, s.p.). Así, mediante la integración de los principios de diseño de C-Innova y de los fundamentos de esta metodología, se genera un acercamiento a la capacidad de los miembros de una comunidad como productores de tecnología.

Cabe resaltar también el trabajo realizado por C-Innova en la Cumbre de Diseño para el Desarrollo Internacional IDDS 2017<sup>24</sup>, que tuvo lugar en Colombia:

[...] [1] la cumbre estuvo centrada en explorar soluciones a desafíos generados por los cambios en patrones del clima en las zonas de Sumapaz, Tibacuy, Guavio Alto y Girardot. Como es tradición, el IDDS enfatizó la importancia de trabajar en conjunto con comunidades vulnerables en el desarrollo de habilidades de diseño y resolución de problemas, así como aspectos técnicos de fabricación tecnológica. El IDDS Adaptación al Cambio Climático contó con la participación de 58 participantes provenientes de 10 comunidades locales así como internacionales provenientes de 12 países del mundo.

El IDDS Adaptación al Cambio Climático fue liderado una vez más por el equipo de *C-Innova*, esta vez de la mano de un equipo organizador de más de 22 voluntarios. La cumbre reunió a 58 participantes procedentes de 12 países los cuales trabajaron codo a codo con miembros de comunidades locales por un espacio de 17 días. Los participantes conformaron 10 equipos de trabajo cada uno de los cuales desarrollo un proyecto relevante a la temática y co-creado en conjunto con comunidades locales. (c-innova.org, s.p.)

Algunos de los proyectos que se llevaron a cabo por C-Innova en la Cumbre de Diseño para el Desarrollo Internacional IDDS 2017 incluyeron:

- Sistema de recolección y almacenamiento de agua lluvia de uso eficiente, enmarcado en la adaptación al cambio climático.
- Sistema integral de producción de carnada que incorpora principios de la acuaponía y lombricultivo para la crianza y aprovisionamiento de carnada.
- Kit de medición de suelos y biofertilizantes para el agricultor orgánico útil para medición de suelo y biofertilizantes líquidos y sólidos.

---

<sup>24</sup> La cumbre IDDS es un proyecto en sociedad con el *Laboratorio de Diseño para el Desarrollo D-Lab* en MIT y la *Red de Innovación para el Desarrollo Internacional IDIN*.

## Capítulo 3

---

- Sistema modular de huertas verticales bajo cubierta con recolección de agua lluvia para optimizar el uso del espacio, el suelo y el agua.

Con todo esto, queda en evidencia que el papel del diseño en la propuesta de trabajo de C-Innova es entendido como un vehículo de cambio para las personas, las comunidades y la sociedad.

### **Segundo caso: FABRILAB**

Otra iniciativa pionera en el desarrollo de soluciones técnicas (esta vez en el área de la salud a partir de la impresión 3D), también con sede en la localidad de Teusaquillo, es FABRILAB. Entre los distintos productos que ofrecen, están: prótesis de mano, de brazo y actualmente, prototipos de miembro inferior. Por otro lado, proponen soluciones desde el manejo de múltiples disciplinas para el desarrollo de diseños, producción de modelos digitales y un notable aporte a la sostenibilidad ambiental desde la nula producción de residuos e inclusión de materiales reciclables.

El modelo de funcionamiento de FABRILAB se centra en el trabajo interdisciplinario, que incluye el campo de la ingeniería (contempla todos los temas de biomecánica y adaptación de prótesis), y atraviesa otros como la medicina, el diseño y las artes plásticas, el campo comercial y administrativo, así como la psicología (en cuanto a la experiencia de adaptación de las prótesis y el acompañamiento a los niños y personas que visitan sus instalaciones). Así mismo, cuentan con un equipo de terapeutas y fisioterapeutas que apoyan todo el proceso de rehabilitación preprotésica y protésica, y acompañan todo el proceso con una asesoría legal externa<sup>25</sup>.

En cuanto al modelo de negocio, existen tres ramas: la primera se basa en la venta de productos y servicios; la segunda, en la donación de prótesis o recursos para fabricar nuevas prótesis, y la tercera, contempla la parte formativa, que consiste en visitar casas ortopédicas ubicadas en diferentes ciudades del país y en el desarrollo de programas de capacitación orientados a los ortesistas para fabricar las prótesis y manejar las máquinas de impresión 3D. También, dentro de los objetivos pedagógicos que ofrece *FABRILAB* está la realización de talleres dirigidos a niños de 4 a 14 años, en los que se proponen los primeros acercamientos al diseño, la modelación e

---

<sup>25</sup> Información tomada de la entrevista realizada a Cristián Silva, cofundador de la iniciativa *FABRILAB*, realizada el 14 de septiembre de 2017 en el marco de esta investigación. (Consultar Anexo 4. Entrevistas)

## Capítulo 3

---

impresión 3D, el desarrollo de *habilidades tecnológicas mediante la interacción con herramientas digitales* y la experimentación con diferentes materiales a través de metodologías que promueven el aprendizaje significativo a través del juego. Entre sus objetivos, FABRILAB busca ser reconocida a nivel nacional y latinoamericano como uno de los referentes en el desarrollo de soluciones de bajo costo para personas con algún tipo de discapacidad.

### **Tercer caso: DiCreem**

La siguiente iniciativa, ubicada en la localidad de Chapinero, es actualmente reconocida como una plataforma de emprendimiento creativo para diseñadores e ilustradores de Latinoamérica. Bajo el nombre de DiCreem (Diseño creativo y emprendedor), esta iniciativa ha logrado consolidar un escenario de actuación profesional y creativo en el cual diseñadores independientes de diferentes ciudades del país y de Latinoamérica, comparten su trabajo para ser producido, distribuido, exportado y vendido. Los diseñadores que se vinculan a esta comunidad creativa reciben ganancias, comisiones y beneficios por su participación en los proyectos. DiCreem se encarga de la financiación y producción de todo el material que posteriormente será exhibido y puesto en venta en su *showroom* y demás canales de distribución a nivel nacional e internacional.

Uno de los principales objetivos de DiCreem es consolidarse como una *red de diseño a nivel latinoamericano* en la que no solo se brinde un espacio de encuentro entre diseñadores y emprendedores, sino también se creen objetos de diseño con identidad latina y con calidad de exportación a nivel global mediante la inclusión de jóvenes diseñadores al sector productivo de la ciudad, el trabajo colaborativo y la producción independiente. En palabras de Ariel Ladino, creador de esta iniciativa, "no se trata de dinero ni trabajo, se trata de creatividad y pasión"<sup>26</sup>. Así, bajo la simbiosis de estas cualidades, se busca el desarrollo de procesos de diseño que le imprimen al *producto nacional* un sinónimo de calidad, pertenencia e identidad.

### **Cuarto caso: LAB1**

Para concluir esta breve aproximación al panorama actual del diseño para la innovación social en Bogotá, se encuentra una iniciativa que en los últimos tres años ha sido el motor de decenas de

---

<sup>26</sup> Información tomada de la entrevista realizada a Ariel Ladino, creador de la iniciativa DiCreem, realizada el 14 de septiembre de 2017 en el marco de esta investigación (consultar Anexo 4. Entrevistas).

### Capítulo 3

---

microemprendimientos que hoy en día se encuentran alrededor de la ciudad y el país, e incluso han trascendido las fronteras nacionales. LAB1, también conocida como Casalab, es un ecosistema de trabajo colaborativo (*coworking*) que busca *la reactivación de espacios sociales para la implementación de un hábitat en el que surjan emprendimientos de toda índole* (especialmente los gestados desde la disciplina del diseño). Bajo esta premisa, LAB1 se ha convertido en un espacio independiente de difusión, conexión y gestación de proyectos de distinta naturaleza, alimentados por la interdisciplinariedad.

Algunas de sus labores son: conectar y acoger nuevas tecnologías para la fabricación de productos socialmente responsables; promover el desarrollo social sostenible de pequeñas comunidades y grupos de emprendedores que no cuentan con los recursos materiales, operativos ni técnicos para su funcionamiento, a través de programas de formación y capacitación en diseño, artes y temas de administración, y acompañar y asesorar los procesos de conformación de iniciativas sostenibles ambiental y económicamente mediante charlas, exposiciones y talleres. Al día de hoy son más de cincuenta y cinco los emprendimientos que han sido acogidos por Casalab, y quince de ellos se encuentran activos en sus instalaciones, entre ellos: *Give me five*, Tarragona Nuevas Tecnologías y Realizar 3D (ahora FABRILAB), Dos carreras, LAB1 *Line Up* y El Engalle.

Con todo esto, queda por resaltar como los casos de estudio presentados anteriormente reafirman algunas de las premisas que se exponen en esta investigación, principalmente, aquella que señala que las prácticas de diseño para la innovación social en Bogotá atraviesan una significativa proyección, en relación con la creación y la expansión de escenarios que contribuyen a la materialización de discursos coherentes y significativos que configuran realidades sociales y dan sentido *social* a las acciones de diseño. Así pues, se puede afirmar también que este hecho ha contribuido a la creciente preocupación por hacer frente a las causas sociales desde el interior de la disciplina del diseño, en donde las prácticas de diseño “[...] son a la vez acontecimientos y síntomas sociales. Intervienen y expresan” (Augé citado por Gamonal, 2011, p. 356).

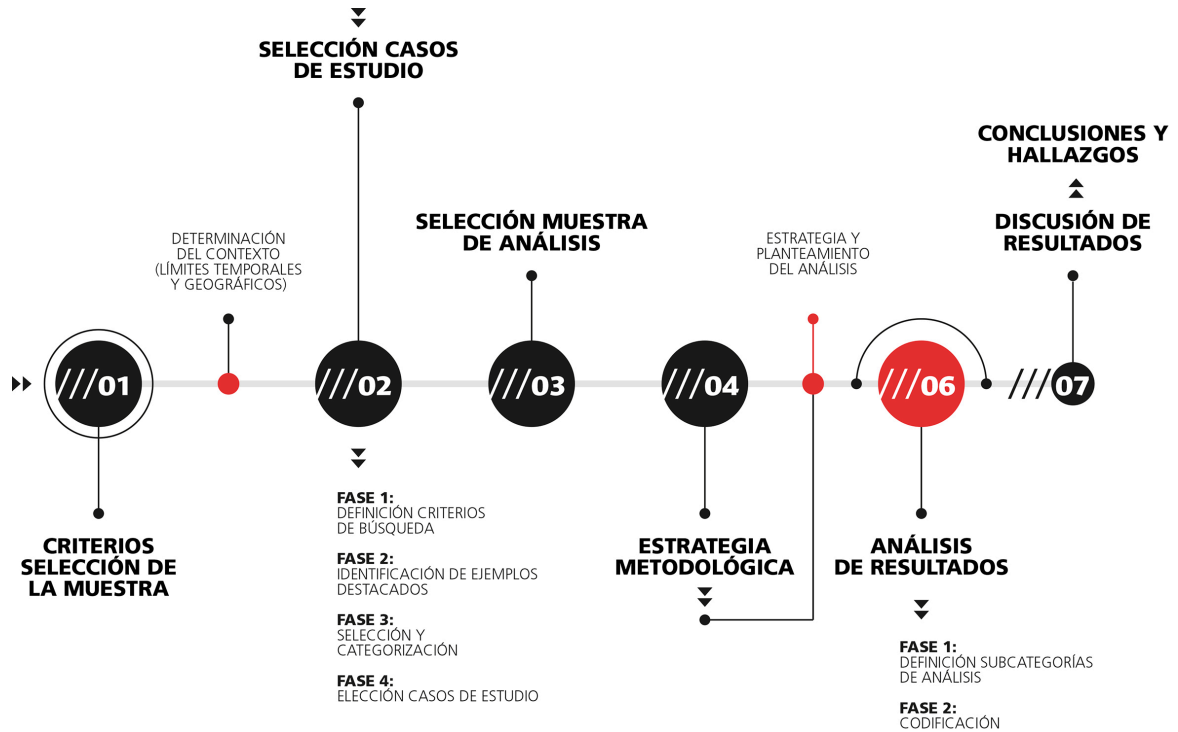
## Capítulo 4

### 4.1 Diseño de la investigación

El diseño metodológico propuesto en esta investigación tiene como base una estrategia de índole cualitativo. Se acude entonces al uso de herramientas de estudio del enfoque etnográfico, el cual se apoya en experiencias de primera mano y en los ambientes en los que acontecen las situaciones de manera natural, esto con el objetivo de dar cuenta de las personas, sus artefactos, sus prácticas sociales y sus ambientes desde sus propias visiones de mundo (Krippendorff, 2005, p. 227). Por lo tanto, este enfoque no solo permite incorporar el análisis de material empírico, sino también el análisis de las acciones humanas y el contexto en el que los valores, representaciones y perspectivas son escenificados. Además, permite observar, analizar y comprender las prácticas, las costumbres, los comportamientos, los imaginarios, las relaciones e interacciones de los diferentes grupos de actores vinculados a la configuración de nuevas dinámicas productivas en torno al diseño para la innovación social. Cabe señalar que la reflexión aquí propuesta está centrada en las prácticas sociales alrededor de dichas dinámicas y en aquellas *interacciones* que permiten detectar transformaciones sociales concretas a través de la implementación de modelos y acciones de diseño para la innovación social, mas no en el artefacto técnico, bien o servicio diseñado, ni en su proceso productivo.

Establecido este panorama, el objetivo de este capítulo es mostrar el diseño metodológico que orienta esta investigación. Para tal finalidad, en primer lugar, se presentan los criterios de selección de los casos de estudio y su análisis. En segundo lugar, se da cuenta de la estrategia metodológica y la forma en la que el material recolectado es analizado.

**Figura 4-1:** Esquema resumen del diseño de la investigación



Fuente: elaboración propia.

### 4.1.1 Criterios de selección de los casos de estudio y la muestra de análisis

#### Contexto

Los sectores de la ciudad de Bogotá elegidos para esta investigación, Teusaquillo y Chapinero, se caracterizan por concentrar diversas iniciativas económicas, organizaciones creativas y emprendimientos sociales en torno al diseño y la innovación social, y a su vez se presentan como nuevos espacios de trabajo colaborativo y de desarrollo económico para la ciudad. Sin embargo, también se tuvieron en cuenta otros sectores de la ciudad en los cuales se gestaron iniciativas que resultaron ser un gran aporte para la investigación.

Por ello, las localidades elegidas, *Teusaquillo* y *Chapinero*, resultan significativas por ser actualmente epicentro de diversas actividades de índole cultural, artístico y comercial vinculadas a las prácticas del diseño, y además, son sectores que históricamente han contribuido al desarrollo de procesos de transformación que han impactado directamente en su configuración urbanística y

desarrollo económico. El *Plan local cultural 2012-2021, localidad de Chapinero*<sup>27</sup> y en el *Plan local cultural 2012-2021, localidad de Teusaquillo*<sup>28</sup>, definen estas localidades como sectores que

[...] reconoce[n] la cultura como componente estratégico del desarrollo sostenible y del ejercicio de la democracia, donde se transforman imaginarios y patrones culturales, se apropian y respetan las diversas prácticas culturales, artísticas y del patrimonio cultural de sus habitantes, y se generan condiciones para el ejercicio efectivo de los derechos culturales. (Alberto, C., & Salinas, R., 2011, p. 5)

Esta mirada propone fortalecer la perspectiva de una sociedad intercultural y democrática mediante la interacción entre distintas instancias, espacios, procesos y prácticas. Sin embargo, supone un reto mayor para todos los actores sociales de estas localidades (Estado, industria, academia y sociedad civil): “poner a dialogar la cultura con otras dimensiones y así lograr que se consolide una plataforma social de procesos constructivos y creativos de desarrollo” (Alberto, C., & Salinas, R., 2011, p. 4).

Es por esto que actualmente existe un número importante de procesos organizativos en estas localidades que buscan articular redes de trabajo colaborativo a través de diferentes espacios locales, privados y públicos, convencionales y no convencionales, con el objetivo de fortalecer y visibilizar la oferta de las prácticas de innovación social de sus comunidades a través de iniciativas artísticas y culturales (Ficha local de Chapinero, 2016, p. 6). Gran parte de estas iniciativas giran en torno al reconocimiento de la *dimensión económica* de la cultura en cuanto a su potencial de desarrollo, no solo de las localidades, sino también de la ciudad, así como la consolidación de cadenas de valor de las industrias emergentes y la generación de nuevas capacidades de trabajo orientadas a valores de carácter social.

Estas y otras preocupaciones han propiciado el surgimiento de nuevos escenarios de participación social e iniciativas de emprendimiento económico en estas localidades que no solo buscan mitigar

---

<sup>27</sup> “[...] Este texto es el resultado del diálogo y el trabajo mancomunado entre diversos agentes del campo de la cultura, las instituciones del Sector, la academia, los espacios de participación del Sistema Distrital de Arte, Cultura y Patrimonio y la ciudadanía; representa el pensamiento de la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte” (Alberto, C., & Salinas, R., 2011).

<sup>28</sup> Este documento visibiliza las estrategias que desde el sector cultural y los sub campos de las prácticas culturales, las artes y el patrimonio cultural, son necesarias para posicionar y garantizar los derechos culturales de los ciudadanos del territorio (Julieta, V. Q., 2011).

problemáticas del día a día, sino también impactar positivamente a la sociedad a partir de acciones colectivas que reconozcan y legitimen los diversos intereses de sus comunidades. Ejemplo de esto es el incremento de iniciativas sociales que toman como punto de partida el reconocimiento de la creatividad como principio esencial para la innovación y construcción colectiva de convivencia, solidaridad y solvencia económica. Algunas de las iniciativas que vale la pena resaltar son: el *coworking*, los mercados de diseño independiente, los talleres itinerantes de formación y capacitación en diseño y artes para comunidades vulnerables, las tiendas de moda independiente *'ecomoda'*, los *makers spaces*, las tiendas de comida orgánica, las redes de trabajo en diseño colaborativo a nivel local, nacional e internacional, la venta de productos exclusivos de diseño a partir de materiales reciclados, la venta de artículos de diseño resultado del trabajo mancomunado entre diseñadores y artesanos, ferias, exposiciones, galerías, etc. Lo anterior hace posible reconocer estas localidades como los escenarios idóneos para la identificación de casos de estudio que respondan en un 100% a los intereses investigativos de este proyecto y pongan en perspectiva el papel de estas iniciativas de diseño y su contribución a la economía y productividad de la ciudad de Bogotá.

#### 4.1.2 Justificación de la selección de los casos de estudio

Hoy día, a lo largo y ancho de Bogotá existen diferentes iniciativas de emprendimiento social que se esfuerzan por construir un futuro mejor para todos y por impactar positivamente a las comunidades a partir de acciones colectivas gestadas desde la práctica del diseño (*comunidades creativas*). A su vez, estas iniciativas, mediante el reconocimiento de un diseño responsable centrado en las personas y orientado hacia valores de carácter social como la calidad de vida, la participación ciudadana, la sostenibilidad ambiental y la inclusión social, buscan configurarse como sólidas plataformas de emprendimiento económico para cientos de diseñadores profesionales que reclaman un lugar en los sectores productivos de la ciudad y el reconocimiento de nuevas prácticas colectivas de diseño como una alternativa válida de participación social y desarrollo económico.

Estas iniciativas —centradas en el diseño para la innovación social— recogen la idea de que el diseño existe más allá de los circuitos productivos tradicionales (*diseño centrado en el mercado*<sup>29</sup>),

---

<sup>29</sup> En el texto *Aproximación a los discursos en torno a la dimensión social del diseño* (2014), se señala:



y por el contrario, se reafirman como nuevas dinámicas productivas que conectan la función del diseño con modelos de trabajo orientados al mercado, en relación directa con las comunidades y grupos humanos, lo que ofrece nuevos escenarios de trabajo y de actuación profesional. Es por ello que los casos de estudio seleccionados son iniciativas de diseño para la innovación social que han propiciado la configuración de nuevas dinámicas productivas en la ciudad de Bogotá, es decir, emprendimientos económicos que a partir de acciones de diseño para la innovación social han impactado positivamente su entorno, y a su vez, han generado algún tipo de desarrollo social. Así pues, para su elección, se definieron cuatro fases de trabajo, las cuales se presentan a continuación:

#### *Fase 1. Definición de conceptos y criterios de búsqueda*

Una vez estructurado el marco teórico de esta investigación, se definieron algunos criterios que permitieron limitar la búsqueda de referentes relacionados con el objetivo último de este proyecto para evitar el posterior análisis de información fuera de contexto. La exploración estuvo enmarcada por las siguientes condiciones:

- Evidencia de una gestión desde el diseño y por profesionales en diseño.
- Evidencia de un modelo de negocio claro y generador de ingresos.
- Evidencia de un impacto positivo de carácter social.
- Evidencia de un enfoque de diseño para la innovación social.
- Registros que evidencien su existencia hoy.

#### *Fase 2. Identificación de ejemplos destacados*

---

Margolin y Margolin (2012) afirman que “Desde la Revolución Industrial, el paradigma de diseño dominante ha sido el del diseño para el mercado” (p. 61) y la generación de teoría y conceptualización del diseño sobre estructuras, métodos y práctica ha sido orientada a construir la realidad del diseño entorno al “sentido del mercado” y la “creación de productos para la venta”, reduciendo a la sociedad, la destinataria del diseño, a un actor que consume; agregan García et al. (2007) “El modelo de mercado que persiste en la práctica del diseño no contempla las necesidades sociales y trae problemas y desigualdad social” (2007, p.32) y que sus productos se limitan a ser “Símbolos de categoría social” (2007, p.33) (Torres, pp. 6,7)

En contraposición, con base en los aportes de Jorge Frascara (2011) y María del Valle Ledesma (2011), declara:

Frascara, [...] “siguiendo a Papanek, ha planteado en su obra ‘Diseño para la gente’ una concepción del diseño alejada de la promoción del producto y los servicios de consumo, proponiendo una ‘función social’ que apunte a solucionar problemas de la comunidad” (2011, p.2) y continuando con Ledesma “En la misma línea debe incluirse el desarrollo que ha tomado el llamado ‘Diseño para todos’ o diseño para las capacidades diferentes que plantea hacer centro en las necesidades de usuarios sistemáticamente no considerados por el diseño ‘oficial’” (2011, p. 2). (Torres, E., 2014, p. 7)

Para la identificación de ejemplos destacados se acudió a búsquedas en repositorios, bases de datos especializadas, paginas web y *blogs* oficiales de organizaciones no gubernamentales, escuelas y laboratorios de diseño, fundaciones, redes internacionales de diseño, universidades, organizaciones del sector privado, alcaldías y programas comunitarios y de desarrollo vecinal, gestores independientes y colectivos urbanos, entre otros. Cabe señalar que inicialmente estas búsquedas se centraron en rastrear casos exitosos a nivel internacional; posteriormente, se replicó el ejercicio a nivel local (ciudad de Bogotá). Las iniciativas fueron seleccionadas y categorizadas en la fase 3.

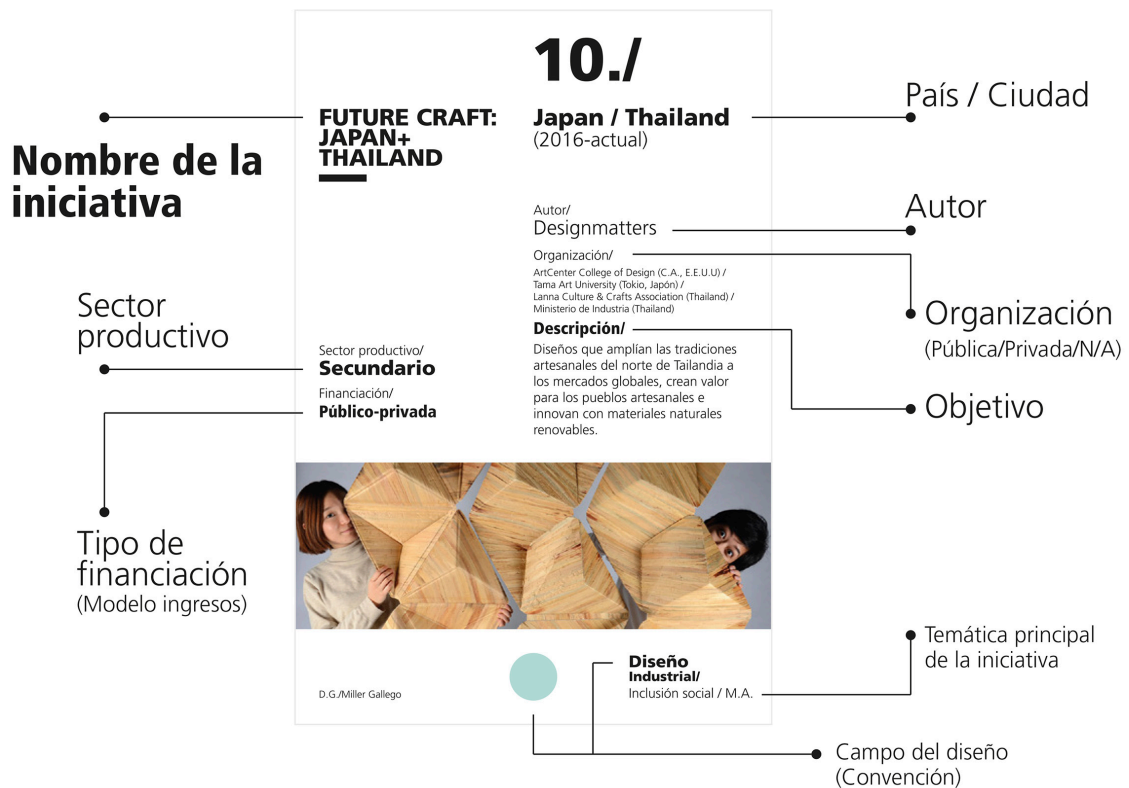
### *Fase 3. Selección y categorización*

Gracias al mapeo realizado en la fase anterior, y dando cumplimiento a los criterios de selección propuestos en la fase 1, se recogieron diecisiete iniciativas a nivel internacional y ocho iniciativas a nivel local (Bogotá), las cuales fueron registradas en *fichas* (Anexo A. Fichas de registro internacional y Anexo B. Fichas de registro Bogotá) y categorizadas en una matriz (Anexo C. Matriz de registro internacional y Anexo D. Matriz de registro Bogotá), la cual se tomó como punto de partida para el posterior análisis y comprobación de los casos de estudios seleccionados. En dicha matriz se recopiló y categorizó la siguiente información:

- Ítem
- Nombre del proyecto
- País / Ciudad
- Año de creación
- Autor
- Organización
- Gestor principal (Estado, industria, academia, comunidad)
- Sector (público / privado)
- Descripción de la iniciativa
- Impacto (social / ambiental)
- Temática (asociada a un valor de carácter social)
- Tipo de actividad en diseño
- Enfoque o metodología de trabajo
- Tipo de financiación
- Modelo de ingresos
- Sector productivo
- Link

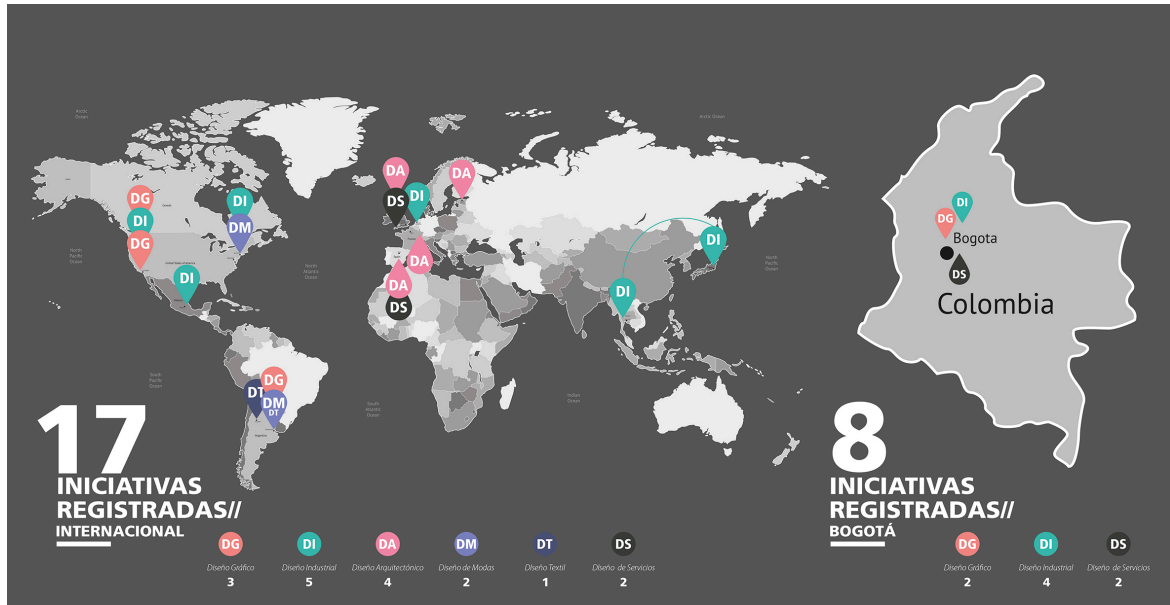
Por otra parte, las fichas se diseñaron con el objetivo de organizar la información de acuerdo con el tipo de actividad u orientación en diseño (gráfico, industrial, textil, arquitectónico o de servicios), el impacto (social / ambiental / económico), el perfil socio-cultural de los gestores de los casos analizados (comunidad, academia, industria y estado) y finalmente, el tipo de financiación y modelo de ingresos, además de una breve descripción que resume el principal objetivo de las iniciativas registradas.

**Figura 4-2:** Modelo ficha de categorización



Fuente: elaboración propia.

**Figura 4-3:** Iniciativas registradas



Fuente: elaboración propia.

#### *Fase 4. Elección de los casos de estudio.*

Finalmente, después de analizar y categorizar todo el material recolectado, se dio paso a la elección de los casos de estudio, los cuales son descritos a continuación:

### 4.1.3 Casos de estudio

#### *Caso de estudio 1: C-INNOVA (Centro de Innovación en Tecnologías Apropriadas y Educación)*

- *Sector:* localidad de Teusaquillo, barrio *Park Way*.
- *Año de creación:* 2015.
- *Autores:* Alexander Freese.
- *Gestor principal:* academia.
- *Principal actividad de diseño:* diseño industrial.
- *Temática principal:* inclusión social y educación.
- *Descripción:*

C-Innova es una organización de base comunitaria que conecta miembros de diversas comunidades con recursos, oportunidades de aprendizaje y enseñanza, infraestructura, mentoría y un ecosistema que conduzca al desarrollo de tecnologías que produzcan un impacto positivo en la sociedad, en particular en comunidades en situación vulnerable.

[Entiende] el diseño como un vehículo de cambio para las personas, las comunidades y la sociedad. [Trabajan] para conectarlos con el diseño.

El Centro de Innovación está afiliado a la Red de Innovación para el Desarrollo Internacional IDIN una iniciativa del Laboratorio de Desarrollo Global de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional USAID. [Trabajan] en colaboración con el Laboratorio de Diseño para el Desarrollo D-Lab en el Instituto Tecnológico de Massachusetts MIT. (C-Innova, s.p.)

- *Impacto:* C-Innova es una iniciativa orientada al servicio de la sociedad, en especial a grupos vulnerables a lo largo del territorio colombiano. Con miras a alcanzar este objetivo, el Centro de Innovación desarrolla su trabajo en seis áreas clave: *aprendizaje, diseño, enseñanza, desarrollo tecnológico, producción editorial y consultorías.*

La fundadora del Laboratorio *D-Lab* en MIT, Amy Smith, clasifica el diseño en tres corrientes: diseño hecho *para* las personas, diseño hecho *con* las personas y diseño hecho *por* las personas. *C-Innova* hereda esta tradición expresada en [sus] áreas de trabajo. Este modelo [les] permite:

- Llegar directamente a las comunidades a través de oportunidades de *aprendizaje*, la diseminación del aprendizaje/enseñanza en diseño y productos tecnológicos y educativos,
- Diseminar en nuevas generaciones de jóvenes [sus] perspectivas en *diseño, aprendizaje y desarrollo local de base comunitaria*, entre otros,
- Colaborar con el sector público y privado en proyectos que beneficien positivamente el desarrollo sostenible de comunidades en situación vulnerable y,
- Producir contenido que amplifique [su impacto a estas y otras potenciales audiencias].  
(C-Innova, 2017, s.p.)

- *Tipo de financiación:* donaciones y talleres.
- *Modelo de ingresos:* proyectos de formación con comunidades vulnerables.
- *Sector productivo:* terciario.

**Tabla 4-1:** Resumen del caso de estudio 3: C-INNOVA

C-INNOVA						
2015 – Teusaquillo						
Gestor	Principal actividad de diseño	Temática principal	Descripción	Impacto	Financiación	Modelo de ingresos
Academia	Diseño Industrial	Inclusión social / Educación	Centro de innovación de tecnologías apropiadas y educación	Colaborar con el sector público y privado en proyectos que beneficien positivamente el desarrollo sostenible de comunidades en situación vulnerable	Donaciones	Proyectos de formación con comunidades vulnerables

Fuente: elaboración propia.

#### *Caso de estudio 2: FABRILAB*

- *Sector:* localidad de Teusaquillo, barrio *Park Way*.
- *Año de creación:* 2017.
- *Autores:* Yusef Muñoz, Christian Silva, Wilmer García y Antonio Pulido.
- *Gestor principal:* industria / comunidad.
- *Principal actividad de diseño:* diseño industrial.
- *Temática principal:* calidad de vida.
- *Descripción:* desarrollo de soluciones técnicas en el área de la salud a partir de la impresión 3D, entre las cuales se incluyen prótesis de mano, brazo y prototipos de miembro inferior. Además, desarrolla productos para personas con discapacidad visual y reumatismo. FABRILAB propone nuevos lenguajes de programación con una clara distinción desde el manejo de múltiples disciplinas para el desarrollo de diseños, producción de modelos digitales y un notable aporte a la sostenibilidad ambiental desde la nula producción de residuos e inclusión de materiales reciclables.

Dentro de los objetivos pedagógicos que ofrece FABRILAB se encuentran talleres dirigidos a niños de 4 a 14 años, en los que se otorgan unos primeros acercamientos al

diseño, modelación e impresión 3D. El desarrollo de *habilidades tecnológicas mediante la interacción con herramientas digitales* y la experimentación con los filamentos, atienden a metodologías que promueven el acercamiento a la técnica desde el juego y que permiten fácilmente identificar distintas aptitudes en los niños. (LAB1, 2015, s.p.)

- *Impacto*: si bien, el proyecto contempla servir a personas de cualquier edad en situación de discapacidad o con reumatismo, uno de sus mayores atractivos es el desarrollo de prótesis personalizadas para niños. Además de la innovación de sus mecanismos, es de resaltar el trabajo de inclusión social que conlleva, ya que se entregan de manera gratuita a familias de bajos recursos. Los dispositivos diseñados por FABRILAB establecen una clara diferencia entre las prótesis convencionales, con lo que superan la modalidad de gancho o la simple simulación de extremidades inamovibles. La implementación de poleas produce un efecto de movimiento en los dedos que genera el agarre para la manipulación de objetos. Es destacable también la implementación de biomodelos para valoraciones prequirúrgicas, lo que representa la omisión de un paso de alto riesgo previo a la intervención del paciente. Mediante la simulación de órganos, se logra determinar la viabilidad de una intervención quirúrgica u odontológica.
- *Tipo de financiación*: donaciones, capacitaciones, talleres y venta de productos.
- *Modelo de ingresos*: la iniciativa reúne aportes desde distintos campos de acción: oferta de servicios en educación, soluciones integrales en el campo de la salud y la producción de maquinaria 100% colombiana.
- *Sector productivo*: terciario.

**Tabla 4-2:** Resumen del caso de estudio 2: FABRILAB

FABRILAB						
2017 - Teusaquillo						
Gestor	Principal actividad de diseño	Temática principal	Descripción	Impacto	Financiación	Modelo de ingresos
Industria / Comunidad	Diseño Industrial	Inclusión social Calidad de	Desarrollo de soluciones técnicas en el área de la	Desarrollo de <i>prótesis personalizada</i> s, entregadas	Donaciones y ventas	Oferta de servicios en educación y soluciones

		vida	salud a partir de la impresión 3D	de manera gratuita a familias de bajos recursos		integrales en el campo de la salud
--	--	------	-----------------------------------	---	--	------------------------------------

Fuente: elaboración propia.

*Caso de estudio 3: DICREEM – DISEÑO LATINO (Diseño creativo y emprendedor)*

- *Sector:* localidad de Chapinero, barrio Chicó
- *Año de creación:* 2013.
- *Autores:* Luis Lugo, Camilo Monzón, Julie Ramos, Ariel Ladino.
- *Gestor principal:* comunidad/industria.
- *Principal actividad de diseño:* diseño industrial.
- *Temática principal:* partición ciudadana - calidad de vida.
- *Descripción:* *Dicreem* es una plataforma de emprendimiento creativo para diseñadores e ilustradores de Latinoamérica. Se encargan de la producción, comercialización y exportación de productos de diseño. Parte de las ganancias son entregadas como comisión a los diseñadores que hacen parte de cada uno de los proyectos en los que participa. También, busca consolidarse como una red de diseño a nivel latinoamericano mediante la implementación de este modelo de negocio, y así, a través del diseño, el trabajo colaborativo y la producción, generar un capital para todas las partes involucradas, así como brindar un espacio de encuentro entre diseñadores y emprendedores. *Dicreem* ha conformado un equipo de diseñadores, programadores y administradores de Colombia, México y Argentina.
- *Impacto:* ha logrado consolidar una plataforma de emprendimiento creativo en la cual diseñadores independientes comparten su trabajo para ser producido, distribuido exportado y vendido. Estos diseñadores reciben ganancias, comisiones y beneficios por su participación en los proyectos. Por otro lado, no solo financian la producción del material que será posteriormente vendido, también aprovecha su infraestructura para exponer a todos los participantes de sus proyectos —independientemente del área de diseño— a través de sus canales de comunicación, eventos, seminarios, ferias, talleres.
- *Tipo de financiación:* ventas y comisiones.
- *Modelo de ingresos:* producción, venta y exportación de productos de diseño a través de redes de diseñadores en Latinoamérica.
- *Sector productivo:* Terciario.



**Tabla 4-3:** Resumen del caso de estudio 3: DICREEM

DICREEM – DISEÑO LATINO (Diseño creativo y emprendedor)						
2013 - Chapinero						
Gestor	Principal actividad de diseño	Temática principal	Descripción	Impacto	Financiación	Modelo de ingresos
Industria / Comunidad	Diseño Industrial/ Gráfico	Participación ciudadana Calidad de vida.	Plataforma de emprendimiento creativo para diseñadores e ilustradores de Latinoamérica.	Consolidación de una plataforma de emprendimiento creativo en la cual diseñadores independientes comparten su trabajo para ser producido, comercializado y exportado.	Ventas y comisiones	Producción, venta y exportación de productos de diseño a través de redes de diseñadores en Latinoamérica.

Fuente: elaboración propia.

#### *Caso de estudio 4: LAB1*

- *Sector:* localidad de Teusaquillo, barrio *Park Way*.
- *Año de creación:* 2015.
- *Autor:* Aldo Zoley.
- *Gestor principal:* comunidad.
- *Principal actividad de diseño:* diseño de servicios.
- *Temática principal:* participación ciudadana/calidad de vida.
- *Descripción:* ecosistema de trabajo colaborativo. LAB1 es un espacio independiente de difusión, conexión y gestación de proyectos de distinta índole, alimentados por la interdisciplinariedad. Conecta y acoge a las nuevas tecnologías, la fabricación, las artes, la cultura y el emprendimiento. Busca “apoyar a personas con ganas de emprender, aprender y conectar para crear una verdadera renovación de la región” (LAB1, 2015, s.p.).

Algunos de los emprendimientos que acoge LAB1 son: *Give me five*, Tarragona Nuevas Tecnologías y Realizar 3D<sup>30</sup> y Dos carreras.

- *Impacto*: promueve el desarrollo social sostenible de pequeños grupos de emprendedores que no cuentan con los recursos materiales, operativos ni técnicos para su funcionamiento. Acompaña y asesora los procesos de conformación de iniciativas ambiental y económicamente sostenibles mediante charlas, exposiciones, membresías y alquiler de espacios independientes para el trabajo en *coworking*.
- *Tipo de financiación*: *coworking* y talleres.
- *Modelo de ingresos*: alquiler de espacios de trabajo compartido para *coworking* y multipropósito para la celebración de conferencias, charlas, talleres, reuniones de equipo, *workshops* y exposiciones artísticas.
- *Sector productivo*: terciario.

**Tabla 4-4:** Resumen del caso de estudio 4: LAB1

LAB 1						
2015 - Teusaquillo						
Gestor	Principal actividad de diseño	Temática principal	Descripción	Impacto	Financiación	Modelo de ingresos
Comunidad	Diseño de servicios	Participación ciudadana Calidad de vida	Ecosistema colaborativo de trabajo	Desarrollo social sostenible de pequeños emprendimientos.	Alquiler	<i>Coworking</i>

Fuente: elaboración propia.

#### 4.1.4 Justificación para la selección de la muestra de análisis

En el marco de esta investigación, la *unidad de análisis* corresponde al conjunto de *situaciones y acciones de diseño para la innovación social* que han dado lugar a la configuración de nuevas dinámicas productivas en la ciudad de Bogotá, específicamente en las localidades de Teusaquillo y Chapinero. El *universo de estudio* se circunscribe a cada una de las iniciativas presentadas

<sup>30</sup> La unión de estos tres emprendimientos es ahora FABRILAB.

anteriormente como casos de estudio. Finalmente, la *unidad de recolección* se reduce a una muestra significativa de los gestores de dichas iniciativas. Esta muestra se complementó con observaciones realizadas en los lugares donde acontecen dichas situaciones, además de una entrevista al *Director de Desarrollo de Negocio de FUNDECYT-PCTEX*, la fundación que gestiona, entre otros proyectos, el Parque Científico y Tecnológico de Extremadura y el Centro Europeo de Empresas e Innovación de Extremadura, España (CEEI Extremadura).

#### 4.1.5 Estrategia metodológica y técnicas de recolección de datos

Este apartado tiene como finalidad presentar la estrategia metodológica empleada en esta investigación y la forma en que los resultados obtenidos fueron analizados. En la primera parte, presentaré la estrategia de investigación adoptada, las técnicas de recolección de datos y las principales variables que definen el marco de análisis. En la segunda parte, describiré la forma en que los datos obtenidos fueron procesados y analizados.

En cuanto a la estrategia metodológica empleada para la recolección de datos, se utilizó un enfoque de tipo cualitativo. Como principal técnica de recolección de información, se acudió a la elaboración de *entrevistas semiestructuradas y a profundidad*, las cuales se implementaron en cada uno de los casos de estudio y se dirigieron a los gestores de estas iniciativas. En total, se realizaron cinco entrevistas, tres de ellas a gestores cuyas iniciativas están ubicadas en la localidad de Teusaquillo, otra a un gestor más situado en la localidad de Chapinero, y una última al Director de Desarrollo de Negocio de *FUNDECYT-PCTEX*, experto en el diseño de estrategias de desarrollo territorial basadas en el emprendimiento y la innovación, el estudio de las empresas de inserción social y el emprendimiento social. A continuación, en la Tabla 4.5 se presenta la muestra de los entrevistados según caso de estudio.

**Tabla 4-5:** Muestra de entrevistados según caso de estudio

MUESTRA DE ENTREVISTADOS					
Caso de estudio	Gestor	Localidad	Formación y nivel profesional	Rol dentro de la iniciativa	Sector al que representa
LAB1	Kevin Gutiérrez	Teusaquillo	Diseñador Industrial (Maestría)	Co-fundador (Diseño y comunicación)	Comunidad
FABRILAB	Christian	Teusaquillo	Ingeniero	Co-fundador	Industria /

	Silva		Mecatrónico (Doctorado)	(Desarrollo ingenieril y biomecánico)	Comunidad
C-INNOVA	Alexander Freese	Teusaquillo	Diseñador Industrial (Maestría)	Co-fundador (Dirección general)	Academia
DiCreem	Ariel Ladino	Chapinero	Diseñador Industrial (Maestría)	Creador (Diseñador)	Industria
N/A	Francisco Pizarro Escribano <sup>31</sup>	N/A	Licenciado en Administración y Dirección de Empresas (Doctorado)	N/A	Sector privado
<b>TOTAL ENTREVISTADOS</b>					<b>5</b>

*Fuente:* elaboración propia.

Las principales variables utilizadas en las entrevistas (Ver Anexo 3. Guión general de entrevista) se definieron a partir de dos dimensiones generales. La primera hace referencia a la *dimensión organizacional* (visión global), que enfatiza en los vínculos profesionales, los actores involucrados, las relaciones productivas, el tipo y modo de organización y los vínculos y relaciones con los diferentes sectores. La segunda se refiere a la *dimensión participativa* (visión situacional), que da cuenta de las prácticas creativas y su impacto, los procesos de comunicación (internos) y las relaciones materiales (entorno)<sup>32</sup>.

<sup>31</sup> Licenciado en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Autónoma de Madrid. Programa de Cooperación Educativa. Master en Administración y Dirección de Fundaciones y Entidades sin ánimo de Lucro por el Centro Internacional Carlos V de la Universidad Autónoma de Madrid. Diploma de Estudios Avanzados en el programa de doctorado en Contabilidad y Organización de empresas de la U.A.M. Tesis doctoral en curso “Análisis del proceso de creación de las empresas de inserción social”.

Tras haber desempeñado funciones ejecutivas en la empresa privada, ha sido, durante nueve años, Coordinador del CIADE (Centro de Iniciativas Emprendedoras de la Universidad Autónoma de Madrid). Como tal estuvo muy vinculado a la Oficina de Transferencia de Resultados de Investigación de la Universidad de Extremadura y a la Unidad de Desarrollo Empresarial del Parque Científico de Madrid desde su creación. Como experto, ha prestado servicios de asesoramiento y aceleración de empresas de base tecnológica para diferentes instituciones preocupadas por la creación de empresas: Cámaras de Comercio, Parques Científicos y Tecnológicos, Agencias de Innovación y Centros Tecnológicos.

<sup>32</sup> Esta descripción solo aplica a las entrevistas realizadas a los gestores de los casos de estudio analizado.

Como complemento a las entrevistas, se acudió a otras técnicas de recolección de datos como la *observación*, con el objetivo de entender el foco sustancial y el tipo de interacciones que se generan entre los actores involucrados en cada una de las situaciones creativas, además de las prácticas y procesos de diseño para la innovación social, el registro fotográfico para registrar aspectos particulares de las diferentes dinámicas de interacción entre los diferentes actores involucrados dentro de la cotidianidad de sus prácticas y su relación con el entorno físico y social, y finalmente, la *revisión documental* (páginas web, artículos de divulgación, prensa, foros y redes sociales, etc.), con el fin de atender a procesos más generales como su impacto a diferentes niveles (social, económico, etc.).

#### 4.1.6 Estrategia y planteamiento del análisis

Para procesar el material empírico recolectado se utilizó el programa de análisis cualitativo *ATLAS.TI*. Con la ayuda de esta herramienta se codificaron las cuatro entrevistas realizadas a los gestores de los casos de estudio seleccionados. Sumado a esto, se incorporó la entrevista realizada al Director de Desarrollo de Negocio de *FUNDECYT-PCTEX* y las descripciones realizadas durante las observaciones.

El criterio de codificación se enmarcó en dos amplias dimensiones: *dimensión organizacional* (visión global) y *dimensión participativa* (situacional). Si bien el foco de análisis siempre fue *la situación creativa* o *la acción de diseño*, esta distinción permitió separar analíticamente variables que aludían a las dimensiones establecidas. Con el fin de ahondar en el análisis propuesto, se acudió a un segundo criterio de codificación, el cual se enfocó en tres aspectos principales: a) *aspectos sociales*, b) *aspectos materiales* y c) *aspectos económicos*, relacionados cada uno con las dimensiones ya mencionadas (ver Tabla 4.6).

Una vez definidos estos criterios, dentro de la dimensión organizacional en relación con los aspectos sociales, se codificaron factores asociados con las relaciones dominantes, jerárquicas y los roles, los mecanismos de vinculación y selección de diseñadores y demás actores involucrados, las orientaciones creativas, y las metas, objetivos comunes y redes de trabajo con otras organizaciones. La codificación de los aspectos de la dimensión organizacional vinculados a los aspectos materiales se concentró básicamente en los elementos que dan cuenta de los recursos materiales y humanos con los que disponen las iniciativas estudiadas. Finalmente, dentro de los aspectos económicos de la dimensión organizacional, se prestó especial atención a los modelos productivos,

las fuentes de financiación, los modelos de ingresos, su participación en el mercado, el capital y las colaboraciones externas (alianzas).

Por otro lado, dentro de la dimensión participativa en relación con los aspectos sociales, la codificación se centró en aquellos elementos que definen los vínculos que se establecen entre los diferentes profesionales y actores involucrados respecto de su quehacer y prácticas. En cuanto a los aspectos materiales de la dimensión participativa, se prestó atención a la influencia del ambiente, el lugar y las condiciones bajo las que se llevan las prácticas de trabajo, los recursos de los que disponen y los productos generados. Por último, la relación entre la dimensión participativa con los aspectos económicos se enfocó en la calidad de vida, los beneficios e ingresos y la participación en la cadena productiva.

**Tabla 4-6:** Resumen de las principales categorías de análisis y codificación

PRINCIPALES CATEGORÍAS DE ANÁLISIS Y CODIFICACIÓN		
	DIMENSIÓN ORGANIZACIONAL	DIMENSIÓN PARTICIPATIVA
ASPECTOS SOCIALES	Estructura organizacional Vínculos profesionales (externos) Impacto de los procesos de creación	Prácticas creativas Vínculos profesionales (internos) Quehacer profesional
ASPECTOS MATERIALES	Capital humano Recursos materiales y físicos	Condiciones de actuación (influencia del lugar) Productos generados
ASPECTOS ECONÓMICOS	Colaboraciones y alianzas	Participación en la cadena productiva

Fuente: elaboración propia.

## 4.2 Análisis de resultados

Una vez codificado el material empírico, se procedió a su análisis. A continuación, en la Tabla 4.6. se definen las subcategorías de análisis bajo las cuales se organizó y categorizó la información obtenida.

**Tabla 4-7:** Definición de las subcategorías de análisis

PRINCIPALES CATEGORÍAS DE ANÁLISIS Y CODIFICACIÓN		
DIMENSIÓN ORGANIZACIONAL		
	SUBCATEGORÍA	DEFINICIÓN
ASPECTOS SOCIALES	Estructura organizacional	Panorama general de su constitución y razón de ser.
	Vínculos profesionales (externos)	Alianzas establecidas con diferentes actores sociales.
	Impacto de los procesos de creación	Foco de atención de los procesos de creación al interior de estas iniciativas.
ASPECTOS MATERIALES	Capital humano	Perfil profesional y sociocultural de los diferentes actores.
	Recursos materiales y físicos	Influencia de los recursos espaciales, físicos y materiales en el funcionamiento de las iniciativas.
ASPECTOS ECONÓMICOS	Modelo productivo	Funcionamiento, desarrollos y soluciones frente al mercado y la sociedad.
	Fuentes de financiación e ingresos	Recursos económicos para su funcionamiento.
	Colaboraciones y alianzas	Vínculos y participaciones a nivel local.
DIMENSIÓN PARTICIPATIVA		
	SUBCATEGORÍA	DEFINICIÓN
ASPECTOS SOCIALES	Prácticas creativas	Factores que condicionan las prácticas de diseño para la innovación social, características y los elementos diferenciadores.
	Vínculos profesionales (internos)	Valores intrínsecos en las prácticas creativas.

	Quehacer profesional	Elementos que definen la labor profesional.
ASPECTOS MATERIALES	Condiciones de actuación (influencia del lugar)	Condiciones de actuación en relación con el entorno cercano, las relaciones vecinales y el desarrollo de actividades complementarias.
	Productos generados	Impacto medible de los desarrollos y características diferenciadoras.
ASPECTOS ECONÓMICOS	Calidad de vida	Condiciones de trabajo, beneficios y posibilidades actuación de los participantes.
	Participación en la cadena productiva	Reconocimiento obtenido y vinculación al sector productivo en la ciudad

Fuente: elaboración propia.

### 4.2.1 Dimensión organizacional – Aspectos sociales (DO-AS)

#### *Estructura organizacional*

En cuanto a la estructura organizacional, más que analizar las cadenas de mando, se propone contemplar un panorama general de la forma en que están constituidas estas iniciativas y su razón de ser. Quizá uno de los puntos que más llama la atención, **es el hecho de que todas las iniciativas se reconocen como espacios de diseño colaborativo, de hibridación y partición orientados a la innovación y a la cocreación** (P 5: 05 :26), en el que prima un **componente moral y ético**, es decir, *“darle el derecho al usuario de participar en una solución que es para él”* (P 5: 05 :30). En cuanto a los procesos internos, coinciden en lo siguiente: *“todo es muy horizontal no hay jerarquías, muy celular”* (P 3: 03 :44). A nivel creativo afirman: *“es intentar apostarle a un peldaño más arriba de lo que nosotros vamos teniendo como desarrollo local”* (P 4: 04 :56), y a nivel social: *“la metodología, la participación, el estímulo y la cultura, detrás de estos procesos utilizamos como vehículo el diseño”* (P 5: 05 :25), *“en lo que, como persona creo, debemos tener valores y así proyectarlos a los objetos para que la identidad de la empresa tenga valores implícitos”* (P 4: 04 :32). Finalmente, queda por decir que, *“lo que estamos haciendo es transformar, cambiar los modelos, la forma de hacer. el reto es legitimar los métodos de la innovación social como generadores de la verdad científica”* (P 5: 05 :42).

#### *Vínculos externos*

Los vínculos externos hacen referencia a todas aquellas alianzas establecidas con los diferentes actores sociales. De acuerdo con el análisis realizado, se pudo determinar que **gran parte de estas**



**alianzas se han realizado en el sector educativo**, especialmente con universidades de todo el país: *“todo el año tenemos relaciones con las universidades y el resto depende de la comunidad. Las universidades trabajan con una comunidad en la parte social, pero no saben cómo hacer la parte práctica”* (P 3: 03 :59); *“tenemos un trabajo fuerte con las universidades, con la Nacional, precisamente, extensión Bogotá”* (P 3: 03 :56). Con el apoyo de las universidades se desarrollan eventos de carácter internacional en los que se discuten, entre otros temas, la dimensión social del diseño, la innovación social, el desarrollo tecnológico y la **incorporación de nuevas tecnologías en las prácticas de diseño para la innovación social**: *“El Encuentro Internacional para el Desarrollo, lo hacemos de la mano de alguna institución, sobretudo universidades. Tenemos también más de cien personas trabajando en muchas comunidades, eso lo hacemos una vez al año”* (P 3: 03 :64). Sin embargo, estos vínculos escalan a otras esferas de la sociedad: *“tenemos vínculos con un sin número de organizaciones y personas de distintos campos, desde el campo artístico, el campo salud, empresas, hasta personas independientes que les gusta nuestro proyecto y se sienten agradecidos cada vez que nosotros entregamos una prótesis y los hacemos partícipes de esto”* (P 2: 02 :54); *“los vínculos que se dan con las instituciones se refuerzan cada vez que medios nos publican o nos saca en una noticia o en un periódico”* (P 2: 02 :54). *“Algo que caracteriza al diseño para la innovación social es el trabajo que converge entre la academia, la industria, el gobierno y la comunidad, que no sea solo un trabajo, una labor profesional empresarial”* (P 1: 01 :102). También fue posible reconocer diferentes estrategias de comunicación, talleres y *workshops* que buscan reforzar estas alianzas: *“más que todo conferencias, digamos Focus Nights, qué son reuniones que se hacen con emprendedores”* (P 1: 01 :106); *“nos promocionamos por medio de redes sociales, es la manera más económica y fácil de poder proyectarnos y proyectar nuestro trabajo”* (P 2: 02 :44). Finalmente, queda señalar que gracias a estas alianzas, muchas de estas iniciativas han podido ampliar su campo de acción al ámbito internacional: *“trabajamos en eso desde hace mucho tiempo, en muchas partes del mundo en África, Asia”* (P 3: 03 :68); *“hace un mes nos ganamos la Bienal Iberoamericana de Diseño y Arquitectura y, hace un año, en un concurso de espacio público que se llama Beat, quedamos de segundos, ese fue en Nueva York”* (P 1: 01 :37).

#### *Impacto de los procesos de creación*

Esta subcategoría busca determinar el foco de atención de los procesos de creación al interior de estas iniciativas. En primer lugar, se encontró que todas estas dinámicas se desarrollan con el fin de **encontrar valores de carácter social** que toman como punto de partida el **trabajo interdisciplinario en conjunto con la prácticas de diseño**, además de la **apertura de modelos**

**productivos** que les permita la **generación de ingresos y fuentes de financiación**. Para llegar a esto, establecen objetivos claros antes de encararse a un nuevo proyecto: *“nosotros desde el principio comenzamos a trabajar con aspectos de Innovación abierta. También, manejamos una filosofía de vida bajo el esquema Maker, entonces somos Makers y trabajamos con Innovación abierta”* (P 2: 02 :66); *“nosotros tenemos en cuenta las necesidades de diseño por parte el cliente, el cliente nos da los parámetros y nosotros definimos las restricciones con base en los desarrollos que tengamos o con base en el estado del arte”* (P 2: 02 :72); *“comenzamos a perfilar esas necesidades para generar soluciones que le permiten a esas personas tener una mejor de calidad de vida”* (P 2: 02 :69); *“cada una de las entregas que nosotros hacemos nos genera información para determinar de qué manera podemos mejorar y potenciar las metodologías que estamos implementando”* (P 2: 02 :78). En segundo lugar, se reconoce un interés particular por trabajar con comunidades vulnerables, personas en condición de discapacidad y en la recuperación de espacios sociales para su aprovechamiento en términos de sostenibilidad: *“funcionamos alrededor de las comunidades vulnerables”* (P 3: 03 :35), *“una vez al año nos vamos a una población y nos quedamos allá un mes con la comunidad a solucionar problemas con ellos, la idea cocrear, entonces la gente que participa en esos eventos son los que de luego siguen el voluntariado”* (P 3: 03 :47); *“vimos que había la necesidad, aquí en Colombia, de tener un centro en donde llegaran las comunidades y pudieran desarrollar tecnologías de bajo costo”* (P 3: 03 :32); **“La reactivación de espacios sociales para la implementación de un hábitat donde los emprendimientos surjan”** (P 1: 01 :149). En último lugar, se desataca el hecho de que todas las iniciativas **coinciden en proponer un modelo de trabajo innovador desde la gestión, práctica e implementación del diseño** y con esto contribuir a la generación de empleo y mejora de la calidad de vida: *“lo que nosotros estamos buscando es diferenciarnos de alguna manera en la producción interna”* (P 4: 04 :87); *“es un soporte a las ideas que pueden triunfar o fracasar”* (P 1: 01 :77); *“como misión, mejorar la calidad de vida de las personas a partir del uso de las tecnologías, en este caso tecnología 3D”* (P 2: 02 :32).

## 4.2.2 Dimensión organizacional – Aspectos materiales (DO-AM)

### *Capital humano*

En cuanto al capital humano, se busca explorar el perfil profesional y sociocultural de los diferentes actores que conforman las iniciativas estudiadas. En este orden de ideas, se resalta **la conformación de equipos multidisciplinares que acompañan y están presentes en todas las**

**etapas de los procesos de conformación, creación y diseño, toma de decisiones y funcionamiento:** *“es el trabajo interdisciplinario y debe ser interdisciplinario porque de otra manera no podría funcionar el proyecto”* (P 2: 02 :93). En su totalidad, todas las iniciativas cuentan con diseñadores (indistintamente de su especificidad) dentro de su equipo de trabajo, además, entre otros perfiles, se encontraron equipos de trabajo conformados por ortesistas protesistas, terapeutas ocupacionales, fisioterapeutas, psicólogos, artistas plásticos, administradores de empresas, filósofos, lingüistas, ingenieros y sociólogos. Por otra parte, es importante mencionar que a estos equipos de trabajo se suman **gran cantidad de voluntarios** que apoyan y tienen una participación igual de importante a la del equipo base: *“digamos como personas que están trabajando fijas en la fundación y tenemos otros 25 voluntarios”* (P 3: 03 :38); *“entonces nos complementamos en elaboración de los productos”* (P 4: 04 :47); *“tenemos también satélites que nos ayudan en la construcción, entonces se va creando una pequeña red desde el núcleo”* (P 4: 04 :38); *“invité a amigos para que me ayudarán a ilustrar y bajo esa ola, ellos empezaron a llegar sin que yo los invitara, a su vez, se fueron sumando personas”* (P 4: 04 :48). Otro factor común es el reconocimiento del talento humano, de la persona como el *corazón* de sus iniciativas: ***“nuestra materia prima es el talento humano, pero más que su profesión, es su entrega”*** (P 1: 01 :88). Finalmente, destaca la consolidación de nuevos microemprendimientos que surgen de estos encuentros, y muchos otros casos en los que estos microemprendimientos se unen para consolidar iniciativas más robustas, y asimismo, ampliar su campo de acción: *“desde que se constituyó Fabrilab, cuatro personas unimos tres emprendimientos: uno que se llamaba Tarragona nuevas tecnologías, que fabrica máquinas de impresión 3D; Realiza 3D, que es el emprendimiento que hace todo el diseño asistido por computador, diseño 3D e impresión 3D, y Give Me Five, que es el proyecto social, el que dona las prótesis a niños y personas de escasos recursos”* (P 2: 02 :29).

#### *Recursos físicos y materiales*

Esta subcategoría explora la importancia y la influencia de los diferentes recursos espaciales, físicos y materiales en el funcionamiento de las iniciativas estudiadas. Tal vez uno de los puntos más interesantes en este sentido es la concepción que tienen del lugar en donde se desarrollan los procesos creativos y prácticas de diseño: ***“son espacios de diseño colaborativo, de hibridación, de partición, son espacios pero orientados a la innovación y a la cocreación”*** (P 5: 05 :26). Gracias a esta forma de entender el espacio, se da cabida al uso y apropiación de nuevas tecnologías que tienen como particularidad el **reconocimiento de la naturaleza del dominio público:**

*“manejamos todos los aspectos de Open Hardware y Open software, y manejamos licencia*

*Creative Commons, entonces todos esos parámetros nos dan una directriz para poder desarrollar lo que nosotros hacemos” (P 2: 02 :66). Desde esta perspectiva, se invita a todos los diseñadores y no diseñadores a ser partícipes en la construcción de soluciones que finalmente los beneficiará a todos como comunidad: “nosotros podríamos decir que estamos haciendo algo similar porque nosotros nos contactamos con distintas asociaciones y distintos profesionales para lograr un producto, no todo se desarrolla en el mismo espacio, sino en diferentes espacios, todo con el fin de poder garantizar que una prótesis esté bien adaptada y los procesos de rehabilitación se hagan bien” (P 2: 02 :93).*

### 4.2.3 Dimensión organizacional – Aspectos económicos (DO-AE)

#### *Modelo productivo*

En lo relacionado con los modelos productivos, pese a la diversidad de perspectivas y prácticas, se revelan gran cantidad de elementos comunes de un inmenso valor para el análisis que propone esta investigación. En primer lugar, es importante señalar que todas las iniciativas están legalmente constituidas no hace más tres años, sin embargo, se crearon alrededor de cuatro y cinco años atrás, tiempo desde el cual están activas. En cuanto a su funcionamiento, todas las iniciativas concuerdan en que **el diseño es el eje, tanto de los productos, como de los servicios y es el que permite que haya ingresos (P 2: 02 :84)**. La mayoría **trabajan bajo un modelo mixto**: *“el modelo mixto nos permite como corporación vender servicios y productos como escáner 3D, diseño asistido por computador e impresión 3D y productos como impresoras 3D hechas bajo las especificaciones del cliente” (P 2: 02 :81).*

Se destaca también la **entrega y recepción de donativos materiales, de servicio y en dinero**: *“esa donación es más una donación académica donde podamos ayudar a otras personas a que puedan generar lo que están buscando” (P 4: 04 :60); “como se donan prótesis, nosotros recibimos donaciones para fabricar las prótesis” (P 2: 02 :90).* Por otro lado, se reconocen servicios como el alquiler de espacios para **coworking, talleres de formación** y venta de productos de diseño, sin embargo, estas actividades pasan a un segundo plano al adentrarse al corazón de su modelo productivo. La mayoría de estas iniciativas **funcionan alrededor de comunidades vulnerables (P 3: 03 :35)**: *“vimos que había necesidad, aquí en Colombia, de tener un centro en donde llegaran las comunidades y pudieran desarrollar tecnologías de bajo costo” (P 3: 03 :32), además del “desarrollo de soluciones de bajo costo para personas con algún tipo de discapacidad” (P 2: 02 :32).* *“Todo ese tipo de ayuda sin ninguna remuneración lo podemos hacer nosotros” (P 4: 04 :90).*

A esto se suma el **interés común por mejorar la calidad de vida de todos los involucrados (P 3: 03 :35)**, el sentimiento común de **reconocerse como personas antes que como empresa (P 4: 04 :44)** y la participación voluntaria de diferentes actores sociales: “la gente que es voluntaria trabaja por proyectos. La gente es libre de entrar y salir cuando quiera de esos proyectos” (P 3: 03 :44).

En cuanto a **los proyectos, en su totalidad, nacen bajo necesidades**, en el sentido que **atienden una población que se identifica previamente (P 2: 02 :69)**: “*vemos que en esa población hay una incidencia en otro tipo de patologías, comenzamos a perfilar esas necesidades para generar soluciones que le permiten a esas personas tener una mejor de calidad de vida, y es a partir de las necesidades que nosotros nos enfocamos en los proyectos para crear la solución que en este momento tenemos*” (P 2: 02 :69). En cuanto al **impacto de estos proyectos, se mide no solamente por la cantidad, sino por los beneficios que trae a la comunidad**: “*el impacto de las prótesis que nosotros hemos entregado, se mide no solo por la cantidad, sino por como los niños, desde la perspectiva psicológica y desde la perspectiva de rehabilitación, vienen mejorando*” (P 2: 02 :78). Todas estas dinámicas se desarrollan con el fin de encontrar valores sociales que permitan evidenciar qué tanto impacto tienen los proyectos.

Por último, concuerdan en afirmar que las dinámicas productivas propuestas son completamente innovadoras: “*la integración de distintos modelos nos permite decir que sí es un modelo innovador, de innovación de trabajo*” (P 2: 02 :93), “*lo que nosotros hacemos aquí no es nada tradicional, se sale de todo*” (P 3: 03 :74), “*lo que estamos haciendo es transformar, cambiar los modelos, la forma de hacer*” (P 5: 05 :30). Cabe mencionar también que la mayoría de estas iniciativas están constituidas como fundaciones y organización sin ánimo de lucro, y por lo tanto, la mayor parte de los ingresos generados es para mantener en funcionamiento sus iniciativas.

#### *Fuentes de financiación e ingresos*

En cuanto a las fuentes de financiación se reconocen diferentes modelos. En primer lugar, está **la generación de productos y servicios de diseño**: “*podríamos decir directamente que el diseño es el que genera mayores ingresos*” (P 2: 02 :93), “*la actividad que mayores ingresos reporta es la generación de los productos*” (P 4: 04 :98); “*la transacción del producto al consumidor final*” (P 4: 04 :102). En segundo lugar, se reconocen **fuentes de financiación externa** (que no dependen de una transacción por venta) por parte de entidades del sector público y sobre todo, del sector privado: “*somos fundación, lo financia la Universidad (MIT), la ONG que nos contrata o instituciones gringas que quieren hacer cosas acá*” (P 3: 03 :95). Sin embargo, todos coinciden en

lo difícil que se torna la generación de ingresos desde la proyección social: *“el problema es que aquí en Colombia hasta ahora se está viendo esa necesidad del diseño en la parte social, entonces es complicado conseguir plata”* (P 3: 03 :101). Una última fuente de financiación que se reconoce es la **donación, ya sea de mano de obra, materia prima, dinero o infraestructura**. Algo que resulta interesante resaltar de los modelos productivos analizados es que **no se busca únicamente el lucro**, de hecho, **todos coinciden en la importancia del reconocer otro tipo de valores** y objetivos: *“no se trata de dinero ni trabajo, se trata de creatividad y pasión”* (P 4: 04 :34); *“nuestro reconocimiento más fuerte es el voz a voz, es siempre ser referidos”* (P 1: 01 :137); *“nos compran de Alemania, nos compran de España, nos compran de Lima, nos compran de varios países, adoptando [...] una cultura latina gracias a ese ADN y a ese folclor que tenemos”* (P 4: 04 :56). Entre algunos de los objetivos de estas iniciativas, en cuanto al uso de sus ingresos, **buscan regular salarios, mejorar la infraestructura existente, mantener activo y en perfecto funcionamiento su modelo productivo, ampliarse a otros lugares de la ciudad y el país y formalizar nuevos emprendimientos. Todos esos aspectos se tienen que tener en cuenta para que el proyecto pueda mantenerse como una organización sin ánimo de lucro** (P 2: 02 :41).

#### *Colaboraciones y alianzas*

Respecto a las colaboraciones y alianzas, es importante resaltar el **trabajo conjunto con el sector académico, el sector público y privado y la comunidad en general**: *“tenemos vínculos con un sin número de organizaciones y personas de distintos campos, desde el campo artístico, el campo salud, empresas, personas independientes que les gusta nuestro proyecto”* (P 2: 02 :54); *“hemos estado relacionados con la Universidad Javeriana en talleres, entrega de premios, incluso con IDARTES”* (P 1: 01 :102). *“Muchas organizaciones se han acercado porque se sienten atraídas por el proyecto y quieren aportar de alguna manera; nosotros hemos recibido donaciones, ya sea como un apoyo en eventos o con apoyos económicos permitiendo hacer la donación de las prótesis que hemos entregado”* (P 2: 02 :54). Lo anterior da cuenta del creciente interés de los diferentes actores sociales en la construcción, **apoyo y reconocimiento de nuevos escenarios de participación social y económica** *“hemos participado en ‘realities’, como el de Titanes Caracol. El canal RCN nos sacó una nota en Valientes, que también es un concurso de reconocimiento”* (P 2: 02 :44).

Quizá lo más interesante de esto es la **consolidación de nuevos canales de expansión, que incluso ha llamado la atención del mercado internacional**: *“se fueron abriendo canales de expansión donde una persona nos dice, mira quiero vender tus productos en Alemania, otra que*

*quiere vender los productos en España, Chile, Perú y Costa Rica”* (P 4: 04 :105). Cabe señalar que todas estas iniciativas no gastan dinero en publicidad, **toda su estrategia comunicativa se basa en el voz a voz** y la interacción por redes sociales: *“el mercado internacional se fue dando gracias a las redes sociales y yo creo que fue un gran salto”* (P 4: 04 :105); *“hacemos campañas: lanzamos la campaña, la campaña se mueve en medio de redes sociales, los medios interesados sacan la noticia, y ahí podemos concretar muchas donaciones y muchos convenios. Pero luego hay periodos donde ya no hay nada, no se mueve nada, se estanca y es en ese momento donde nos comenzamos a preparar para lanzar una nueva campaña”* (P 2: 02 :57). Finalmente, gracias a estos vínculos **se han consolidado redes de trabajo colaborativo que buscan multiplicar estas acciones de diseño para la innovación social y replicar sus modelos productivos en todo el país.**

#### **4.2.4 Dimensión participativa – Aspectos sociales (DP-AS)**

##### *Prácticas creativas*

En esta subcategoría se analizan aquellos factores que condicionan las prácticas de diseño para la innovación social, sus características y los elementos que las diferencian de las prácticas convencionales de diseño. Lo más importante dentro de estas prácticas es **la integración de trabajo interdisciplinario**: *“trabajo interdisciplinario y debe ser interdisciplinario porque de otra manera no podría funcionar”* (P 2: 02 : 41); a partir de estas dinámicas, **se potencializan las capacidades de todos** los integrantes: *“si yo sé modelar y alguien sabe animar, nos unimos y sacamos un proyecto; para todo lo físico tenemos arquitectos. Entonces, es como una red neuronal”* (P 1: 01 : 80). En este sentido, **a partir de la implementación de métodos que proceden del diseño** y tienen que ver con su práctica, **se implementan estrategias en otros ámbitos que tienen que ver más con la investigación científica o con la innovación tecnológica** (P 5: 05 : 25). **Estas metodologías, al involucrar directamente al usuario, propician la generación de nuevos modelos de trabajo, más simples y fáciles de replicar**: *“es una mezcla de metodologías de diseño que trabajan en sinergia y que permiten de manera interdisciplinaria encontrar soluciones”* (P 2: 02 : 75). A esto, se suma la importancia de los procesos de retroalimentación: *“como macro, cruzamos esas necesidades con lo que nosotros podamos ofrecer y encontramos la definición de alguno de los diseños, los cuales vamos mejorando a medida que obtenemos una retroalimentación directa de nuestros clientes, por así decirlo, porque realmente son pacientes”* (P 2: 02 : 72); *“desde el primer momento que se tiene un primer boceto del proceso, inmediatamente lo sometemos a la validación del usuario. Y a partir de ahí, vamos*

*iterando, o sea, a partir de ese proceso empezamos un proceso iterativo de ida y vuelta: hago una propuesta muy básica, la válido con la gente, la gente la modifica y, de tal manera, vuelvo a la validación”* (P 5: 05 : 30); **“los procesos claves de retroalimentación son necesarios para mejorar”** (P 2: 02 : 72). Estas prácticas de diseño para la innovación social, además, se caracterizan por su carácter *abierto*, es decir, no están dirigidas exclusivamente a diseñadores ni al conocimiento experto, por el contrario, funcionan de tal manera que se desarrollan nuevas capacidades, nuevos modelos de pensamiento y nuevas relaciones profesionales, con el diseño como el eje central de todos estos procesos. *“Intentamos comunicar que sí podemos hacer las cosas y que queremos hacer el trabajo que queremos hacer, trabajar con pasión, trabajar por lo que queremos, enfocados también, a la ayuda a nivel de educación”* (P 4: 04 : 90); *“intentamos trabajar a nivel de colaboración, este es un trabajo de colaboración porque nosotros intentamos que se maneje una identidad”* (P 4: 04 : 108); *“con la gente socializamos qué vamos hacer”* (P 3: 03 : 1). En cuanto a la generación de productos, tecnologías y servicios de diseño se resalta, por un lado, una preocupación por lo *funcional*: **“desde la perspectiva del diseño lo más importante es sobre todo lo funcional**, por que la idea es hacer productos que funcionen, el diseño se orienta a que sea funcional” (P 3: 03 : 76:77). Por otro lado, se encontró una preocupación latente por la **generación de productos con identidad que den cuenta del valor y el compromiso detrás de cada solución generada**: *“trascender la marca fuera de la transacción y llevar un valor de entidad a cada casa”* (P 4: 04 : 32); *“el tener cuidado en los detalles, el tener, de pronto, un folclor que se puede definir”* (P 4: 04 : 32). Finalmente, cabe mencionar que todos coinciden en que estas dinámicas de trabajo no solo son innovadores, también **han propiciado la generación de nuevos escenarios de participación social y económica** en la ciudad de Bogotá.

#### *Vínculos profesionales (internos)*

Los vínculos profesionales representan todos aquellos valores intrínsecos en las prácticas creativas. De acuerdo con el análisis realizado, se pudo determinar que en todos los casos estos vínculos no son solo laborales, por el contrario, **se crean lazos de amistad, fraternidad y compromiso, además los guía un interés común que prima sobre todas las cosas: el bienestar social**: *“nosotros compartimos el dar y el querer apoyar a las personas. Como el dar de nuestro conocimiento y el querer dar lo mejor de nosotros para mejorar la calidad de las personas, eso es lo que es, el sentimiento por el apoyar y el ayudar a las personas que más necesitan”* (P 2: 02 : 51); *“todos los integrantes comparten estos mismos valores”* (P 4: 04 : 43). Las relaciones entre los integrantes de estas iniciativas son muy estrechas y cercanas (P 1: 01 : 91): *“nosotros somos*



*socios, pero prima la amistad*” (P 1: 01 : 96); afirman algunos. Otros, por ejemplo, aseguran no tener jerarquías de mando: *“nosotros, dentro de nuestra institución no tenemos un organigrama, tenemos una estructura plana en donde todos tenemos la misma jerarquía”* (P 2: 02 : 63). **“Ese nivel de colaboración hace que nosotros nos sintamos más reconfortados por el enriquecimiento que podamos tener”** (P 4: 04 : 108). Asimismo, bajo estos valores tan característicos de estas iniciativas, se invita a las comunidades a que compartan y trabajen de acuerdo con estos principios: *“bajo esos valores que tenemos como personas, invitamos a cada integrante a compartir esos valores para que puedan aportar valor a la empresa”* (P 4: 04 : 44). Por último, este **sentido de pertenencia hacia su labor y su organización** deja claro que lo mal visto dentro de estas iniciativas es el individualismo (P 1: 01 : 99), puesto que un factor importante que enmarca estas dinámicas es la calidad humana: *“se humaniza al profesional”* (P 1: 01 : 146). Esto ha contribuido a que las personas que hacen parte de estos proyectos cambien su forma de pensar, *sobre todo en lo que significa su profesión* (P 3: 03 : 101); *“han llegado personas, que lo único que quieren es ascender en la pirámide salarial, ese chip aquí se les trata de sacar y ese mismo espíritu da pie a muchas más cosas”* (P 1: 01 : 77).

#### *Quehacer profesional*

En cuanto al quehacer profesional se tienen en cuenta aquellos elementos que definen su labor profesional (lo que está bien visto en el marco de estas iniciativas). En este sentido, es muy clara la labor de cada integrante dentro de la organización: *“cada uno tiene unas tareas tácitas qué es lo que, sí o sí, se hace durante el mes, y nos vamos evaluando con tareas paralelo”* (P 1: 01 : 71); **“todos somos amigos, pero vemos muy claras nuestras tareas”** (P 2: 02 : 63). Por otro lado, en lo relacionado con lo que está bien visto dentro de estas iniciativas se resalta: *“cualquier iniciativa que tenga que ver con cualquier comunidad que lo necesite”* (P 3: 03 : 53); *“apostarle a la generación de nuevos contenidos”* (P 4: 04 : 56) y finalmente, extender estos valores cada vez a más personas: *“contagiar, porque miles seremos uno”* (P 1: 01 : 56).

### **4.2.5 Dimensión participativa – Aspectos materiales (DP-AM)**

#### *Condiciones de actuación*

En esta subcategoría el foco de atención se centra en las condiciones de actuación en relación con el entorno cercano, las relaciones vecinales y el desarrollo de actividades alternas que refuerzan la labor desarrollada en el marco de estas iniciativas. Lo primero a destacar es **el reconocimiento de sus respectivas localidades como los escenarios idóneos de emplazamiento y actuación:**

*“pensamos que un lugar como esta zona (Chapinero) iba a tener mayor impacto y en realidad, sí”* (P 4: 04 :96); *“creemos que la zona nos da un 10% del público que tenemos”* (P 4: 04 :53); *“tenemos este centro de innovación aquí en La Soledad porque es céntrico y tenemos muchas universidades”* (P 3: 03 :50); ***“es vital que pasen muchas cosas alrededor del espacio”*** (P 1: 01 :91). Por otro lado, se reconoce el valor de trabajar de la mano de las comunidades cercanas para el progreso y mejoramiento de sus localidades: ***“compartimos con la comunidad a la cual pertenecemos. Los desarrollos que hacemos son para que se enriquezca a partir del desarrollo en conjunto y así, estos diseños evolucionen mucho más rápido y puedan beneficiar a muchas más personas”*** (P 2: 02 :66). Otro factor importante a tener en cuenta son las diferentes actividades que se realizan con la comunidad, independientemente de su actividad principal. **Este tipo de actividades se caracterizan por su carácter formativo, participativo e incluyente** y, normalmente se realizan con el objetivo de integrar a las comunidades en un mismo espacio, **capacitar a las personas en el desarrollo de habilidades para el trabajo y la formación de multiplicadores que lleven el conocimiento aprendido a otros lugares que demanden atención y respuestas desde el trabajo social y productivo vinculado a las prácticas del diseño.** También, participan en actividades que conciernen a la comunidad en general: *“somos partícipes de reuniones que se hacen para encontrar los espacios de reunión y de charla para enfocar proyectos que beneficien a la localidad”* (P 2: 02 :60); *“tenemos relación con ellos porque hay concejales y ediles que trabajan en la casa del lado y les interesa mucho que el sector de Teusaquillo, donde está ubicado casa LAB1, tengan una buena relación con su sector, con los vecinos y con la comunidad (P 2: 02 :60)”*; *“intentamos hacer talleres más que todo para el barrio, como cafés para arreglar sus electrodomésticos, o con niños, y funcionó, sobre todo con niños”* (P 3: 03 :62). Finalmente, gracias a estas labores se ha extendido su reconocimiento a otras esferas como la academia: *“sobre todo en las universidades, los profesores de la Nacional saben y son conscientes de la importancia de lo que estamos haciendo”* (P 3: 03 :83).

#### *Productos generados*

En cuanto a los productos y servicios generados, el análisis se centra en el impacto medible que han tenido sus desarrollos y su carácter diferenciador. En el caso de FABRILAB, en los últimos nueve meses han donado más de ochenta y tres prótesis, cincuenta y cuatro para niños y nueve para adultos: *“se han desarrollado investigaciones con base en todas y cada una de las entregas que se han realizado de las prótesis al grupo de más de cincuenta y tres niños con los cuales hemos venido trabajando”* (P 2: 02 :38); no solamente los niños, sino también las familias. *“Todo esto se está recopilando en un estudio para poder ser publicado en un paper científico en una revista*

*indexada*” (P 2: 02 :78). En el caso de C-INNOVA, los desarrollos reciben el nombre de tecnologías: “por cada uno de los talleres que trabajamos con las comunidades, generalmente salen cuatro o cinco tecnologías” (P 3: 03 :92). Hoy en día se suman a sus cuentas más de cincuenta tecnologías en lo que va corrido del año. Por otro lado, *LABI* ha impulsado más de cincuenta y cinco emprendimientos, de los cuales funcionan quince actualmente en sus instalaciones: *“han salido más, teníamos acá una disquera, la cual creció mucho, le dio para hacer giras por Argentina y por Sudamérica”* (P 1: 01 :61). Finalmente, *DiCreem* tiene un objetivo muy particular: **“diseño con identidad latina con calidad de exportación”** (P 4: 04 :29); *“queremos crear productos que le quiten la etiqueta de importado como calidad y que le ponga una de producto nacional y sea sinónimo de calidad”* (P 4: 04 :35); **“trascender la marca fuera de la transacción y llevar un valor de entidad a cada casa”** (P 4: 04 :32), y **que lo nacional sea algo sobresaliente** (P 4: 04 :35). En cuanto a los nodos comunes se encontró, por una parte, el reconocimiento de todos y cada uno de los actores involucrados en los procesos de creación y, por otro, el reconocimiento de los procesos de retroalimentación con profesionales y la comunidad en general como un factor determinante en el desarrollo e implementación de un nuevo producto o servicio: **“es un proceso siempre de ida y vuelta, del laboratorio a la realidad y de la realidad laboratorio, hasta que la realidad y el laboratorio se confunden y se crea un laboratorio vivo de participación”** (P 5: 05 :30).

#### 4.2.6 Dimensión participativa – Aspectos económicos (DP-AE)

##### *Calidad de vida*

Esta subcategoría se refiere a las condiciones de trabajo, beneficios y posibilidades actuación de los diferentes participantes. En primer lugar, quizá el elemento común en todas las iniciativas es su **orientación de carácter formativo**. Todos los participantes de los proyectos están dispuestos, en todo momento, a unir esfuerzos para apoyar, completar y reforzar el trabajo del otro, en otras palabras, se orientan al **bien común**: *“no solo enseñamos a manejar herramientas, sino también metodología del diseño, todo está basado en metodología del diseño para que ellos identifiquen el problema que tienen y lo solucionen a través de tecnologías de bajo costo, pero les enseñamos todo el proceso de diseño”* (P 3: 03 :89); *“vienen chicos de alguna parte interesados en mercadeo o alguna cuestión gráfica a hacer prácticas, pequeñas conferencias, charlas con nosotros y nosotros ayudamos en lo que podemos”* (P 4: 04 :60); *“si nosotros podemos brindar información, si podemos **alimentar esa parte creativa** como alimentar empresas a nivel nacional, estamos*

*abiertos a que la gente venga y nos haga preguntas” (P 4: 04 :90); “todo ese tipo de ayuda sin ninguna remuneración la podemos hacer nosotros” (P 4: 04 :90).*

En segundo lugar, se encontró un **interés común por el constante mejoramiento de sus condiciones de trabajo, ya sea desde la optimización de procesos, recursos físicos y materiales, infraestructura o desde la imagen que proyectan ante la sociedad**: *“nosotros tenemos una pequeña filosofía que siempre se la proyectamos a la empresa donde dividimos nuestra vida en tres secciones: la primera, es **capitalizar nuestro trabajo**, la otra es **invertir en lo que capitalizamos o en un nuevo proyecto** y la otra, es **donación**, esa donación es más una donación académica donde podamos ayudar a otras personas a que puedan generarse lo que están buscando” (P 4: 04 :60); “mejorar la casa, es decir, **tener siempre un lugar mejor [...]**, un lugar donde los estudiantes puedan venir a trabajar y puedan hacer realidad sus trabajos” (P 1: 01 :155).*

Finalmente, estas iniciativas también son **plataformas de emprendimiento para jóvenes profesionales que aún no han tenido la posibilidad dar a conocer su trabajo o carecen de experiencia laboral**. No solo se busca alimentar el trabajo al interior de estas iniciativas, sino también, **crear nuevas redes de trabajo colaborativo que puedan propagarse y más adelante, ser independientes y crear sus propias redes**: *“lo que nosotros hacemos es reunir esa información y se lo pasamos a ellos para que hagamos un círculo de trabajo con el que ellos se puedan alimentar día a día” (P 4: 04 :50); “buscamos exaltar el trabajo de ellos” (P 4: 04 :50).*

#### *Participación en la cadena productiva*

En esta subcategoría, se explora, por una parte, el reconocimiento obtenido gracias a la labor que desempeñan las iniciativas analizadas, por otro lado, la forma en que se vinculan a los diferentes sectores productivos en la ciudad. En cuanto al tema del reconocimiento, se torna complejo precisar su alcance fuera del gremio de sector del diseño a nivel local —Bogotá—. Si bien las dinámicas de trabajo de estas iniciativas toman como punto de partida el contacto directo con las comunidades, aún son muy reducidos y aislados estos espacios, y su impacto es muy focalizado. En este punto son muchos los aspectos que pueden considerarse para tratar de entender esta situación: tiempo de funcionamiento, recursos, el interés de las comunidades, el apoyo del Estado, etc. Sin embargo, no todo el panorama es desalentador. Debido al constante esfuerzo de estas iniciativas por consolidar programas de formación, son cada vez más los escenarios de actuación, que junto con las universidades del país, se abren para estas iniciativas: *“es una tarea que se viene*

*haciendo desde hace tres años. Hace dos años no nos conocían en las universidades, ahorita ya saben quién es de LAB1 o quién ha sido de LAB1” (P 1: 01 :158).*

En cuanto a la forma en que se vinculan a los diferentes sectores productivos de la ciudad, son diversos los canales que usan: *“tenemos una parte comercial de venta de productos y servicios y una parte social en donaciones” (P 2: 02 :81); “en el tema educativo nosotros nos enfocamos con un producto que se llama Enable, vamos a cada ciudad y encontramos casas ortopédicas conversamos con las casas ortopédicas, capacitamos a los artesistas para fabricar las prótesis y para manejar las máquinas de impresión 3D y de esta manera, garantizamos que las personas que viven en esas ciudades pueden ser atendidas con base en nuestros conocimientos y puedan desarrollarse mas prótesis impresas en 3D” (P 2: 02 :90).* Estos espacios se extienden desde la participación en convocatorias del distrito hasta el montaje de *showrooms* para la venta directa de productos y servicios.

### **4.3 Discusión de resultados**

Desde la perspectiva que orienta la investigación, conocer las características que adopta el diseño para la innovación social alrededor de iniciativas que demandan un reconocimiento en los sectores productivos en la ciudad de Bogotá es un requisito indispensable para formular un marco conceptual que permita explicar cómo el diseño para la innovación social ha propiciado la configuración de nuevas dinámicas productivas en la ciudad de Bogotá, específicamente en las localidades de *Teusaquillo* y *Chapinero*. Como se describió en el diseño metodológico de la investigación, las categorías orientan los procesos de análisis y resultados de la investigación. A continuación se presentan las discusiones de cada una de ellas.

#### **4.3.1 Dimensión organizacional – Aspectos sociales (DO-AS)**

Las intervenciones de los gestores de cada uno de los casos de estudio referenciados revelaron muchos rasgos comunes y valiosos para el análisis que se quiere presentar en este proyecto. En primer lugar, el hecho de que todas estas iniciativas se reconozcan como espacios de diseño colaborativo, de hibridación y partición orientados a la innovación y a la *cocreación* (en los que prima un componente moral y ético), de acuerdo con Manzini (2016, s.p.), es el resultado de la consolidación de escenarios más prometedores de innovación social en los cuales el diseño tiene una participación más activa, tanto desde sus ideas como desde sus prácticas, como motor positivo

de cambio y transformación social y como el vehículo mediante el cual se legitimen los métodos de la innovación social como generadores de la verdad científica. Para Elizabeth Sanders (2006, s.p.), avanzar hacia un proceso *cocreativo* es un gran cambio para los diseñadores que han sido entrenados en el espacio de diseño tradicional, porque la *cocreación* “requiere de nuevas herramientas, métodos y un nuevo lenguaje de diseño”.

En segundo lugar, algo que caracteriza al diseño para la innovación social en marco actual bogotano es el trabajo que converge entre la academia, la industria, el gobierno y la comunidad. Esta mirada se aleja de la idea “tradicional” de entender lo social en el diseño como algo complementario, y no desde su propia significación, puesto que el diseño para la innovación social enfatiza en el cambio generado a través de procesos colaborativos de diseño (Nicolás, 2016, p. 15). Mirando esto más de cerca, tal premisa involucra diferentes factores relacionados con “ideas y visiones originales de la cultura del diseño, herramientas prácticas tomadas de diferentes disciplinas y la creatividad como un enfoque de participación social (Manzini, 2015, p. 63).

Finalmente, en el contexto actual bogotano, estas iniciativas encuentran valores de carácter social que toman como punto de partida el trabajo interdisciplinario y la apertura de modelos productivos que les permiten la generación de ingresos y fuentes de financiación. Coinciden entonces en proponer un modelo de trabajo innovador desde la gestión, la práctica y la implementación del diseño y la reactivación de espacios sociales para la implementación de un hábitat donde los emprendimientos surjan. De acuerdo con esto, afirma Manzini (2012, s.p.), estamos en presencia de la generación de un nuevo *conjunto de calidades* que los diseñadores están desarrollando sobre un modelo de diseño orientado a las necesidades sociales. En este sentido, el diseño para la innovación social en el panorama actual de Bogotá está impulsando nuevos modelos de desarrollo social y económico más eficaces, accesibles y replicables.

### **4.3.2 Dimensión organizacional – Aspectos materiales (DO-AM)**

La conformación de equipos multidisciplinarios que acompañan y están presentes en todas las etapas de los procesos de conformación, creación y diseño, toma de decisiones y funcionamiento se plantea como una de las principales diferencias con respecto a los métodos de diseño tradicionales, en los que generalmente todos estos aspectos son llevados a cabo únicamente por expertos. Desde la perspectiva del trabajo colaborativo, se pone en crisis el concepto de autoría del

diseñador y su tradicional superioridad jerárquica respecto del usuario (Rispoli, 2015, p. 33), lo que permite que hoy en día los diseñadores se acerquen más a las personas para las que diseñan. Y es que el diseño para la innovación social *debe ser interdisciplinario porque de otra manera no podría funcionar*, aseguran los gestores de estas iniciativas.

Mediante el reconocimiento de estas dinámicas, se invita a todos los diseñadores y *no diseñadores* a ser partícipes en la construcción de soluciones que finalmente beneficiará a unos y otros, a sus gestores y a la comunidad, así como a optar por modos de vida sostenible y proponer soluciones viables a problemas complejos del presente, como por ejemplo, la cohesión social, la regeneración urbana, la participación ciudadana, el desempleo, el agua y la gestión sostenible del medio ambiente, entre otros. Es entonces el talento humano la materia prima de estas iniciativas que buscan en el diseño para la innovación social una alternativa a los modelos tradicionales de transformación social y modernización socioeconómica. De acuerdo con Murray *et al*, (2011, p. 4) estos cambios implican la adopción de ideas del sector social que se orienten hacia *lo humano, lo personal y lo colectivo*. Ideas como la colaboración, la cooperación, las redes basadas en la confianza, el trabajo con comunidades, entre otras, hoy día se ven a la vanguardia de los nuevos modelos económicos alrededor del mundo. A causa de esto, se ha dado paso a los llamados escenarios de cultura libre como el *open design*, que toma como punto de partida el reconocimiento de la naturaleza ‘de dominio público’, del trabajo intelectual y creativo y el cuestionamiento radical del concepto de *copyright* tradicional” (Rispoli, 2015, p.37). Gracias a esto, se ha evitado que muchas de estas iniciativas de diseño para la innovación social corren el riesgo de desaparecer por falta de apoyo, recursos y visibilidad.

### **4.3.3 Dimensión organizacional – Aspectos económicos (DO-AE)**

El diseño y su relación con nuevos procesos y modelos de producción tiene muchos puntos de convergencia con las tendencias actuales de la innovación, en especial, es interesante considerar los procesos de producción que proponen las iniciativas analizadas en términos de sostenibilidad, el desarrollo de nuevos productos y servicios y las salidas comerciales hacia otros dominios distintos al campo del diseño. Al analizar y entender estos casos de estudio (como escenarios prometedores de innovación social), en sus peculiaridades y la demanda que potencialmente expresan, pueden convertirse en el estímulo para la innovación de sistemas y un eficaz modelo de pruebas para el desarrollo de una nueva generación de productos y servicios.

De acuerdo con el análisis realizado, se confirman algunos aspectos clave en esta nueva propuesta de dinámicas productivas. En primer lugar, el reconocimiento del diseño como eje central, tanto de los productos como de los servicios, y así mismo, como la principal actividad generadora de ingresos. Es importante también resaltar que los proyectos que afrontan estas iniciativas nacen bajo necesidades, en el sentido que atienden una población, público o comunidad que ha sido identificada previamente y que por lo general, es considerada vulnerable. El impacto de sus proyectos se mide no solo por la cantidad, sino por los beneficios que trae a la comunidad; en otras palabras, el interés común por mejorar la calidad de vida de todos los involucrados es, en principio, el objetivo primordial de estos modelos productivos.

Por otra parte, según afirman los gestores de estas iniciativas, existe un problema común alrededor de estas nuevas dinámicas productivas: el hecho de que aquí en Colombia hasta ahora se está reconociendo la necesidad del diseño social y cómo este puede convertirse en una fuente generadora de ingresos y beneficios que trascienda la dimensión social. Por esta razón, las iniciativas consultadas recurren a diferentes fuentes de financiación para sus proyectos, es decir, funcionan bajo un modelo mixto, que les permite, por una parte funcionar como organizaciones sin ánimo de lucro y por otra parte, generar ingresos para regular salarios, mejorar la infraestructura existente, ampliar su modelo productivo, extenderse a otros sectores de la ciudad y formalizar nuevos emprendimientos. A lo anterior añade Correa (2013):

[p]ensamos entonces esta modalidad de trabajador cultural en tanto una articulación de instancias laborales, económicas, productivas y culturales que atraviesan la conformación de sus creaciones, volviéndolas el resultado creativo de un despliegue y de un corpus de recursos subjetivos plasmados en la propia producción, que busca alcanzar un reconocimiento en el mercado local. Este reconocimiento se ensambla a su vez con la búsqueda distintiva de creaciones orientadas a un público que apela a la subjetividad, a la singularidad. (p. 18)

Todos esos aspectos, en gran medida, dependen del trabajo conjunto con el sector académico, el sector público y privado y la comunidad en general, su apoyo en el reconocimiento de estas actividades como nuevos escenarios de participación social y económica, y que a partir de la consolidación de redes de trabajo colaborativo, se puedan multiplicar estas acciones de diseño para la innovación social, así como replicar sus modelos productivos en todo el país.



#### 4.3.4 Dimensión participativa – Aspectos sociales (DP-AS)

Desde la perspectiva del diseño para la innovación social, la integración de trabajo interdisciplinario es fundamental para el desarrollo de nuevas dinámicas de trabajo que potencialicen las capacidades de todos los actores involucrados en estos procesos. Estos métodos que proceden del diseño han demostrado tal nivel de efectividad que incluso han trascendido a otros ámbitos que tienen que ver más con la investigación científica y la innovación tecnológica, esto se debe, en gran medida, a los recursos que utiliza para lograr una visión más democrática de la profesión.

Un denominador común para los gestores de estas iniciativas es orientar la práctica del diseño hacia una actividad más compleja, reflexiva y humana que dé lugar a una participación más activa de los usuarios en las diferentes etapas de los procesos de diseño. De acuerdo con Rispoli (2015, p. 33), los usuarios pasan de ser meros informadores pasivos a ser participantes legitimados del proceso de diseño, mientras que los diseñadores se convierten en facilitadores de procesos complejos de *cocreación*, capaces de compartir sus herramientas y métodos. El involucramiento directo del usuario propicia entonces la generación de nuevos modelos de trabajo, más simples y fáciles de replicar. A esto, se suma la importancia de los procesos de retroalimentación, los cuales dan paso a prácticas iterativas (de ida y vuelta) que permiten que una propuesta muy básica sea validada y modificada por la gente hasta el punto que, como solución, responda cabalmente a su propósito.

En síntesis, las prácticas de diseño para la innovación social implementadas por estas iniciativas se caracterizan por su carácter abierto, es decir no están dirigidas exclusivamente a diseñadores, ni al conocimiento experto, por el contrario, funcionan de tal manera que se desarrollan nuevas capacidades, nuevos modelos de pensamiento y nuevas relaciones profesionales, y el diseño se constituye como el eje central de todos estos procesos.

Otro común denominador para estas iniciativas son los vínculos profesionales que se crean al interior. Lazos de amistad, fraternidad y compromiso son algunos calificativos que responden a las relaciones que allí se dan, además del sentido de pertenencia por su labor y el interés común que prima sobre todas las cosas: el *bienestar social*, el dar su conocimiento para mejorar la calidad de las personas, el sentimiento por apoyar y ayudar a las personas que más lo necesitan. Todos estos nodos comunes convergen en estructuras administrativas *horizontales* en las que no existen las

jerarquías, pero sí tareas y funciones definidas. Ese nivel de colaboración se enfoca de modo especial en las relaciones entre las personas, que son basadas principalmente en la confianza y el trabajo, en calidad de lo bien hecho como un nuevo escenario de actuación en el que priman la responsabilidad y la motivación por el cambio.

#### **4.3.5 Dimensión participativa – Aspectos materiales (DP-AM)**

Quizá el punto que más llama la atención respecto al análisis de esta categoría es el reconocimiento de sus respectivas localidades como los escenarios idóneos de emplazamiento y actuación. De acuerdo con Zarlenga (2015, p. 2), el lugar remite a un sitio concreto cargado de significados y contenidos sociales: una dimensión configurada por interacciones sociales. En este sentido, los gestores de los casos de estudio referidos reiteran la importancia de que sucedan cosas alrededor del espacio ya que esto les permite reconocer el valor de trabajar de la mano de las comunidades cercanas para el progreso y mejoramiento de sus localidades. También, compartir con la comunidad a la cual pertenecen los desarrollos que producen ayuda a que estos evolucionen mucho más rápido y puedan beneficiar a muchas más personas; estas actividades se destacan por su carácter formativo, participativo e incluyente. La posibilidad de capacitar a las personas en el desarrollo de habilidades para el trabajo da lugar a la formación de multiplicadores que llevan el conocimiento aprendido a otros lugares que demandan atención y respuestas desde el trabajo social y productivo vinculado a las prácticas del diseño.

#### **4.3.6 Dimensión participativa – Aspectos económicos (DP-AE)**

Un primer factor determinante para el desarrollo de estas iniciativas es el interés común por el constante mejoramiento de sus condiciones de trabajo, ya sea desde la optimización de procesos, la infraestructura, los recursos físicos y materiales, o desde la imagen que proyectan ante la sociedad. Es desde esa perspectiva que se abre la posibilidad de capitalizar su labor, ampliar las plataformas de emprendimiento para jóvenes profesionales y crear nuevas redes de trabajo colaborativo que puedan propagarse, y más adelante, ser independientes. Un segundo factor, que en cierto punto se torna complejo determinar, es el relacionado al reconocimiento. Si bien las dinámicas de trabajo de estas iniciativas toman como punto de partida el contacto directo con las comunidades, aún son muy reducidos y aislados estos espacios y su impacto es muy focalizado. En este punto son muchos los aspectos que pueden considerarse para tratar de entender esta situación: tiempo de

---

funcionamiento, recursos, el interés de las comunidades, apoyo del estado, etc. Sin embargo, no todo el panorama es desalentador. Debido al constante esfuerzo de estas iniciativas por consolidar programas de formación son cada vez más los escenarios donde se trabaja para promover el intercambio de conocimientos relacionados con prácticas buenas y sostenibles en el campo de los nuevos procesos y modelos productivos con el fin último de promover programas sostenibles en el campo de la producción abierta, generar nuevas visiones de comunidad y definir nuevas herramientas de prácticas colaborativas. Todas estas acciones, por pequeñas que parezcan, pueden crecer en importancia y convertirse en puntos de referencia para nuevas formas de pensar y nuevas maneras de vivir, que a su vez, podrían conducir a nuevas ideas más generales de bienestar, economía y sociedad.



# Conclusiones y recomendaciones

## Conclusiones

El objetivo principal de esta investigación ha sido elaborar un marco conceptual que permita comprender cómo el diseño para la innovación social ha propiciado la configuración de nuevas dinámicas productivas en las localidades de Teusaquillo y Chapinero de la ciudad de Bogotá. Frente a esto, la investigación propuso un acercamiento a las características que adopta el diseño orientado al desarrollo de nuevos escenarios de participación social y al reconocimiento de nuevas dinámicas productivas que suscitan la creación de espacios de trabajo colaborativo, así como nuevas oportunidades de negocio en la ciudad.

En este sentido, el marco conceptual responde al intento por determinar cómo el diseño puede facilitar soluciones novedosas, impulsadas, a la vez, por una nueva conciencia individual y por nuevos modelos de comportamiento y de organización social que benefician directamente a las comunidades. De acuerdo con lo anterior, se identificaron las siguientes características, a través de las cuales, es posible comprender cómo el diseño para la innovación social ha propiciado la configuración de nuevas dinámicas productivas en la ciudad de Bogotá:

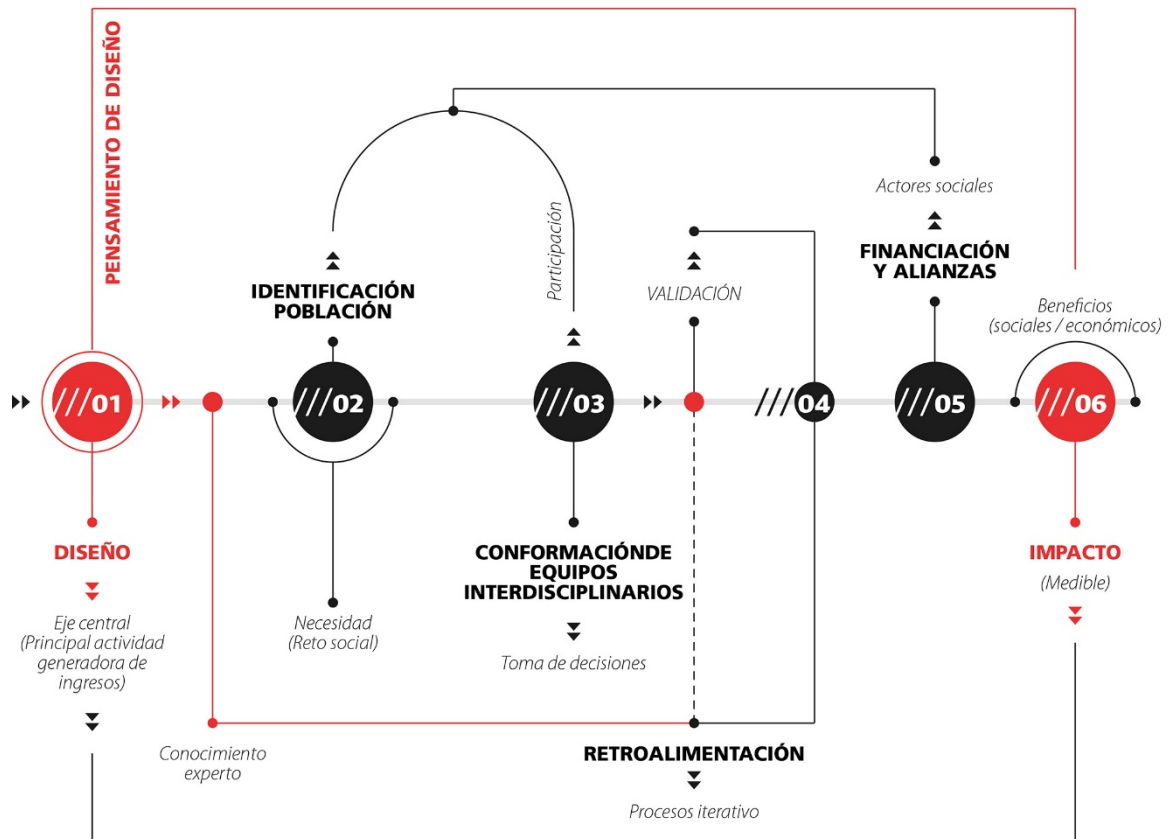
- *Carácter formativo, participativo e incluyente:* la posibilidad de capacitar a las personas en el desarrollo de habilidades para el trabajo en aras de multiplicar el conocimiento e impacto de las iniciativas de diseño para la innovación social en otros contextos que presentan necesidades similares.
- *Carácter abierto (Democratización de la profesión):* la posibilidad de orientar la práctica del diseño hacia proyectos con una participación más activa de parte de los usuarios en las diferentes etapas de su puesta en marcha.
- *Trabajo colaborativo:* desde esta perspectiva, se pone en crisis el concepto de autoría del diseñador y su tradicional superioridad jerárquica respecto del usuario.

- *Prácticas iterativas*: procesos de retroalimentación que permiten validar prácticas y resultados a partir del trabajo conjunto entre los directamente afectados (usuarios) y el profesional (experto) ejecutor y proponente de determinada iniciativa o producto.
- *Vínculos profesionales*: se enfoca en las relaciones de confianza y trabajo entre las personas involucradas en aras de la calidad de lo que se hace. Prima la responsabilidad y la motivación por el cambio, además, se potencializan las capacidades de todos los involucrados.
- *Bien común*: tiene que ver con la posibilidad de que los diseñadores y *no diseñadores* sean partícipes en la construcción de soluciones bajo la filosofía de optar por modos de vida sostenible y proponer soluciones viables a problemas complejos del presente.
- *Talento humano*: implica la adopción de ideas del sector social, como la colaboración, la cooperación, las redes basadas en la confianza y el trabajo con comunidades, que orientan la práctica del diseño hacia *lo humano, lo personal y lo colectivo*.
- *Alianzas*: hacen referencia al trabajo que converge entre la academia, la industria, el gobierno y la comunidad.
- *Nuevas cualidades*: se refiere a la generación de un nuevo *conjunto de cualidades* que los diseñadores deben desarrollar para hacer frente a los retos sociales.
- *Emprendimiento*: la consolidación de plataformas de apoyo financiero y productivo, ecosistemas de trabajo colaborativo y escenarios de reactivación social.

Es posible afirmar entonces que, las iniciativas de diseño para la innovación comparten una particular insistencia en la naturaleza colectiva de los procesos creativos y se enfocan en usuarios concretos y en sus necesidades reales. Asumen ciertas necesidades de la cotidianidad como oportunidades para el surgimiento de espacios de diseño colaborativo, de hibridación y partición, orientados a la innovación y a la *cocreación*. Con ello, a través de la puesta en marcha de proyectos de distinta índole, se demuestra que el diseño para la innovación social, en la ciudad de Bogotá, es una alternativa que hace frente a problemáticas complejas de la actualidad (la sostenibilidad ambiental, el desempleo, las responsabilidades ético-sociales, la inclusión y la participación ciudadana, el acceso a la educación, etc.). Mediante la transformación de los modelos tradicionales de producción y de la forma de hacer las cosas, el diseño para la innovación social proponen una praxis del diseño más integral, interdisciplinaria y participativa, que verdaderamente atiende y da prioridad a los retos sociales.

A continuación, la Figura 5-1 resume cómo el diseño para la innovación social propicia el surgimiento de nuevas dinámicas productivas dentro del marco conceptual propuesto.

**Figura 5-1:** Configuración de dinámicas productivas a través de procesos de diseño para la innovación social



Fuente: elaboración propia.

Desde esta perspectiva, se proponen las siguientes características que complementan este modelo:

- Enfoque en la creación de valor.
- Modelo de ingresos adaptado a la creación de valor.
- Modelos híbridos (público, privado, comunitario).
- Innovación abierta (colaboración y creación de comunidad).
- Evidencia sólida y creíble de los resultados.
- Facilidad para la transferencia (modelos replicables).
- Alianzas eficaces y sostenidas con otros agentes clave.
- Comunicación.

- Capacidad de incidir en el cambio sistémico.
- Carácter abierto (cuando se trata de intercambio de conocimientos).
- Carácter Participativo (se potencian las capacidades de todos los actores involucrados).
- Soluciones a medida (en lugar de soluciones masivas, las soluciones tienen que ser adaptadas a las circunstancias locales y personalizadas a los beneficiarios).

Así pues, el anterior modelo toma como punto de partida el pensamiento de diseño para desencadenar, habilitar y ampliar la innovación social, a la vez que permite facilitar su transferibilidad mediante el desarrollo de procesos iterativos que hace más eficaces, accesibles y replicables las iniciativas existentes en diferentes contextos. En cuanto a esto, se puede concluir que es desde la práctica misma que deben generarse los modelos y las condiciones de trabajo necesarias para la construcción de acciones colectivas que impacten positivamente a la sociedad. Esta mirada hace que la práctica del diseño se pruebe continuamente a sí misma en relación con aquellos a quienes pretende servir, y que continuamente proponga opciones a futuros deseables que puedan motivar a comunidades de posibles usuarios y personas interesadas en considerar cambios en su cotidianidad.

Teniendo en cuenta lo expuesto anteriormente, es posible afirmar que la contribución de los diseñadores no solo se limita a la implementación de la innovación social, por el contrario, radica en facilitar, identificar, promover y generar soluciones a través de espacios, objetos y servicios que cumplan una meta social específica.

En síntesis, las principales características del diseño en torno a proyectos de innovación social que suscitan la creación de nuevos escenarios de participación económica en la ciudad de Bogotá son:

- Propone prácticas integrales de diseño con enfoques que se centran en las necesidades de las comunidades para identificar oportunidades que pueden ajustarse a futuras experiencias.
- Promueve el uso de nuevos métodos holísticos, inclusivos y participativos en todas las etapas de los procesos de innovación social.
- Fuera de todo aspecto meramente operativo (materiales, técnicas y procesos), establece una postura crítica acerca de las premisas y objetivos de los proyectos y de sus posibles repercusiones a nivel individual, colectivo, social y cultural.



- No se trata de la generación de un producto o servicio, sino de un sistema de integración que busca generar oportunidades para que la misma comunidad lo desarrolle.
- Se opone a la idea de concentrar los medios de producción solo a sectores especializados.
- Invita a usuarios y diseñadores a la construcción colectiva de nuevos escenarios de actuación profesional, así como a desarrollar nuevas capacidades para el trabajo autónomo.
- La asociación con los usuarios garantiza su inclusión en el desarrollo del conocimiento, la creación de la idea conceptual y el desarrollo de productos cuyo objetivo final es servir mejor a los propios usuarios.
- Propone la idea del diseño como un medio social de retroalimentación entre prácticas y objetos que fortalece el vínculo social.
- Es tan importante la manera en que se desarrollan los procesos (dinámicas sociales), como los resultados de diseño.
- En las prácticas de diseño para la innovación social convergen tres componentes muy importantes: un componente de tipo *pragmático*, que permite rapidez en los procesos de construcción y validación; un componente *moral y ético*, que se refiere a darle el derecho al usuario para participar en la solución del problema que afronta, y un componente de *carácter político*, pues se genera un proceso crítico a través del cual se transforman los modelos y prácticas convencionales.
- Las relaciones son muy estrechas y cercanas, se crean lazos de amistad, fraternidad y compromiso.

En definitiva, la contribución del diseño a la innovación social no se limita a la implementación de métodos de diseño, por el contrario, como hecho novedoso y transformador, promueve procesos de organización, desarrollo y protección colectiva, genera progreso y permite utilizar mejor los recursos existentes, a la vez que busca dar respuestas más eficaces y eficientes a pequeños y grandes problemas sociales y estimula el debate social acerca de cómo el diseño puede contribuir a construir un mundo mejor para todos.

En cuanto a la forma en que las dinámicas productivas encontradas se vinculan a los sectores productivos de la ciudad de Bogotá, gracias al auge que en años recientes ha ganado la innovación social como una alternativa a los modelos tradicionales de transformación social y modernización socioeconómica, se ha dado paso a cambios que implican la adopción de ideas del sector social que se extienden a la promoción de programas sostenibles, a partir de acciones colectivas que legitiman los intereses de la comunidad.

Hoy en día en la ciudad de Bogotá existe un número importante de procesos organizativos que fortalecen y visibilizan la oferta de las prácticas de innovación social de la población a través de proyectos artísticos y culturales que giran en torno al reconocimiento del desarrollo económico de las industrias emergentes. Estas iniciativas asumen la creatividad como principal insumo para la generación de valor social y el reconocimiento de nuevas capacidades de trabajo. De igual forma, el surgimiento de este tipo de dinámicas productivas promueve la relación entre las capacidades humanas y las nuevas tecnologías. Dichas experiencias demuestran la necesidad de fomentar modelos de vida y de producción sostenibles, redes de producción y servicios de baja demanda de materiales y modelos de negocio basados en asociaciones complejas que sean capaces de generar beneficios tanto para la sociedad, como para el medio ambiente.

Desde este punto de vista, las iniciativas de diseño para la innovación social encontradas en el marco de las industrias creativas, generan nuevo conocimiento, promueven experiencias estéticas, desarrollos tecnológicos, emprendimientos sociales y fortalecen nuevos escenarios de participación social y económica. Estas industrias proponen un modelo de desarrollo en el que el sector creativo se articula con la esfera económica para generar empleo y crecimiento económico, además de beneficios como la promoción de la diversidad de expresiones creativas y culturales y la reconstrucción del tejido social.

En lo que respecta a Bogotá, este tipo de iniciativas está tomando cada vez más fuerza debido al importante crecimiento que han tenido en las últimas dos décadas y a la significativa participación que ha representado en el Producto Interno Bruto (PIB) del país. Es destacable que todas las iniciativas coinciden en proponer un modelo de trabajo innovador desde la gestión, práctica e implementación del diseño al tiempo que generan empleo y mejoran de la calidad de vida.

De este modo, nuevas instancias de participación, así como de nuevos espacios de producción e inserción económica comienzan a dar cuenta de la puesta en escena de una configuración social que apela al reconocimiento de un campo de acción que presenta, dispone y genera sus propios modelos. En otras palabras, se instala en la escena económica local, un nuevo actor: *el diseñador para la innovación social*, con características y atributos propios que demandan ser analizados y puestos en debate. De la misma manera, al estudiar y entender los casos prometedores de innovación social en sus peculiaridades, y la demanda que potencialmente expresan, pueden

convertirse en el estímulo para la innovación de sistemas y un eficaz modelo de pruebas para el desarrollo de nuevos productos y servicios.

## **Recomendaciones**

El marco conceptual y la estrategia metodológica propuesta en esta investigación permitió dar respuesta al interrogante central sobre cómo el diseño para la innovación social a propiciado la configuración de nuevas dinámicas productivas en las localidades de Teusaquillo y Chapinero de la ciudad de Bogotá. Sin embargo, esta perspectiva de análisis podría ampliarse a nuevos territorios dentro de un marco cultural y político, permitiendo así dar paso a nuevas líneas de investigación.

De este modo, se podría ampliar la dimensión social que enmarca esta investigación y abarcar terrenos como el científico y el tecnológico en relación con los procesos de creación y producción desde el diseño. Los nodos comunes podrían dar paso a nuevas perspectivas de producción, experimentación, procesos, prácticas y resultados.

Por otra parte, podría ampliarse el alcance de esta investigación en relación con la selección de casos de estudio y las localidades elegidas en el marco de este estudio. Esto permitiría explorar un panorama más complejo sobre las prácticas del diseño para la innovación social en sectores, en principio, desestimados en este proyecto.

Finalmente, cabe resaltar que el marco conceptual y los criterios definidos en esta investigación son lo suficientemente flexibles como para poder analizar otros casos de estudio. No obstante, es importante considerar su pertinencia en contextos diferentes al aquí expuesto. Un mayor entendimiento de estas características y criterios podría lograrse a través de casos de mayor escala imbricados en proyectos culturales o que trasciendan las fronteras de lo local.

- A. Anexo: Ficha de registro internacional**
- B. Anexo: Ficha de registro Bogotá**
- C. Anexo: Matriz de categorización internacional**
- D. Anexo: Matriz de categorización Bogotá**
- E. Anexo: Guion general de entrevista**
- F. Anexo: Entrevistas**
- G. Anexo: Codificación de entrevistas**

## Bibliografía

- Abreu, J. L. (2011). Innovación social: conceptos y etapas. *Daena: International journal of good conscience*, 6(2), 134-138.
- Acosta, W. y Carreño, C. (2013). Modo 3 de producción de conocimiento: implicaciones para la universidad de hoy. *Revista de la Universidad de la Salle*, (61), 67-87.
- Agencia de Noticias UN. (2015). Diseños sociales para combatir la pobreza extrema. En: <http://agenciadenoticias.unal.edu.co/detalle/article/disenos-sociales-para-combatir-la-pobreza-extrema.html>
- Aguas, F. (2016). *¿Qué es el co-design?* Recuperado de: <http://www.unibarcelona.com/int/actualidad/artes-graficas/co-design>
- Alberto, C., & Salinas, R. (2011). *Plan Local de Cultura Localidad Chapinero*. Secretaría de Cultura, Educación y Deporte. Disponible en: <http://siscred.scrd.gov.co:8080/biblioteca/handle/123456789/189>
- Augé, M. (2000). El diseño y el antropólogo. *Revista Experimenta*, (32). Barcelona.
- Bredies, K., Chow, R., & Joost, G. (2010). Addressing use as design: a comparison of constructivist design approaches. *The Design Journal*, 13(2), 156-179.
- Buchanan, R. (2001). Design research and the new learning. *Design issues*, 17(4), 3-23.
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2015). *Fuentes de financiación para proyectos y empresas creativas. Cluster de industrias creativas y contenidos de Bogotá*. Disponible en: <http://bibliotecadigital.ccb.org.co/handle/11520/14392>

- Cardona, M. y Escobar, S. (2012). Innovación en la transformación productiva industrial: aportes a la discusión. *Semestre económico*, 15(31).
- Cartelurbano. (2015). *Mini Maker Faire*. Recuperado de: <http://cartelurbano.com/noticias/mini-maker-faire-activa-la-movida-do-it-yourself-de-bogota>
- Conejero P., & Redondo, J. C. (2016). La innovación social desde el ámbito público: Conceptos, experiencias y obstáculos. *Gestión y análisis de políticas públicas*, (15).
- Córdoba-Cely, C., Bonilla, H., & Villamarín Martínez, F. J. (2014). Innovación social: aproximación a un marco teórico desde las disciplinas creativas del diseño y las ciencias sociales. *Tendencias: Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas*, 15(2), 30-44.
- Correa, M. (2010). El diseño y su intervención en la cultura local: aportes de los diseñadores a la construcción simbólica de la vida cotidiana. En *VI Jornadas de Sociología de la UNLP*. Buenos Aires: Universidad de la Plata.
- — —. (2011). Estética local en un escenario global: análisis de la intervención del diseño en la construcción de la vida cotidiana. *Actas de Diseño. Facultad de Diseño y Comunicación*. Buenos Aires: Universidad de Palermo.
- — —. (2013). Diseñadores independientes como nuevos trabajadores culturales. Viejas y nuevas configuraciones laborales de la cultura contemporánea. *VII Jornadas de Jóvenes Investigadores. Instituto de Investigaciones Gino Germani*. Buenos Aires: Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.
- Design Matters. (2013). Safe Agua Colombia. Tomado de: <http://designmattersatartcenter.org/proj/safe-agua-colombia/>
- Desisnetwork. (2016). *Scaling-up social innovation*. Recuperado de: <http://www.desisnetwork.org/about/>
- Dinero. (2016). *¿Cómo va la economía naranja en Bogotá?*
- Disponible en: <http://www.dinero.com/edicion-impresa/negocios/articulo/como-va-la-economia-naranja-en-bogota/232375>

- Dondis, D. A. (2006). *La sintaxis de la imagen: introducción al alfabeto visual*. Gustavo Gili.
- Echevarría, J. (2008). El manual de Oslo y la innovación social. *Arbor*, 184(732), 609-618.
- Echeverría, J. & Gurrutxaga, A. (2012). *La luz de la luciérnaga: Diálogos de innovación social*. Plaza y Váldes. Madrid.
- Estany, M. L. (2006). La creatividad social frente a la sociedad del riesgo. *Acciones e investigaciones sociales*, (1), 456.
- Frascara, J. (1997). Diseño gráfico para la gente. *Comunicaciones de masa y cambio social*. 2ª Edición (2000). Ediciones Infinito Buenos Aires. Argentina.
- . (2015). Design as Culture Builder. *Visible Language*, 49(1/2), 9.
- Gamonal, R. (2011). La disciplina del diseño desde la perspectiva de las Ciencias sociales. *Prisma Social: Revista de Ciencias sociales*, 351-368.
- González, F. (2016). Los modos de producción de conocimiento y la investigación en la universidad. *Hojas de El Bosque*, (2), 15-16.
- Howkins, J. (2001), *The creative Economy. How People Make Money from Ideas*. New York: Penguin Books.
- Hernández-Ascanio, J., Tirado Valencia, P. & Ariza-Montes, A. (2016): El concepto de innovación social: ámbitos, definiciones y alcances. CIRIEC-España, *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 88, 165-199.
- Hillier, J., Moulaert, F. & Nussbaumer, J. (2004): “Trois essais sur le rôle de l’innovation sociale dans le développement territorial”, *Géographie, Économie, Société*, 2(6), 129-152.
- Huerta, E. (2010). *La Co-Creación y el Diseño Colaborativo*. Recuperado de: <http://www.esdi.url.edu/content/pdf/articulowebedi-4ehuerta180913.pdf>
- Hurtado, J. (2010). *Metodología de la investigación holística*. (pp. 690-732). Caracas: Ediciones Quirón S.A.
- Julier, G. (2000). *La cultura del diseño*. Barcelona: Gustavo Gili.

- Julieta, V. Q. (2011). *Plan Local de Cultura Localidad Teusaquillo*. Secretaría de Cultura, Educación y Deporte. Disponible en: <http://siscred.scrd.gov.co/biblioteca/handle/123456789/196>
- Krippendorff, K. (2005). *The semantic turn: A new foundation for design*. New York: Taylor & Francis Group.
- Lessig, L. (2005). *Por una cultura libre: cómo los grandes grupos de comunicación utilizan la tecnología y la ley para clausurar la cultura y controlar la creatividad*. Recuperado de: <http://www.worcel.com/archivos/6/CulturalibreLessig.pdf>
- Maldonado, T. (1993). *El Diseño Industrial reconsiderado*. Barcelona. Gustavo Gili.
- Manzini, E. (2009). Viewpoint: New design knowledge. *Design Studies*, 30(1), 4-12.
- — —. (2015). *Design, when everybody designs: An introduction to design for social innovation*. Cambridge MA: The MIT Press.
- — —. (2016). *Design as everyday life politics*. Recuperado de: <http://www.desisnetwork.org/about/>
- Margolin, V.Y. y Margolin, S. (2012). Un “modelo social” de diseño: cuestiones de practica e investigación. *Revista KEPES*, 9(8), 61-71. Colombia: Universidad de Caldas.
- Martin-Iglesias, R. (2011). Hacia un nuevo paradigma de diseño colaborativo. En: *Cultura Aumentada: XV SIGraDi Conference Proceedings*. Santa fe: Universidad Nacional del Litoral, Santa Fe. pp. 123-126.
- Max-Neef, M. (1991). El acto creativo. En: *Primer Congreso Internacional de Creatividad*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana-COLCIENCIAS.
- Morató, A. (2007). La perspectiva de la sociedad de la cultura. En: *La sociedad de la cultura*. Ariel, Barcelona.
- Moulaert, F., Maccallum, D., Mehmood, A., & Hamdouch, A. (2010): *Social Innovation: Collective action, social learning and transdisciplinary research*, Katarsis, EU's Framework Program 6, Final Report.



- Murray, R.; Mulgan, G. y Caulier Grice, J. (2011) *How to Innovate: The tools for social innovation*. Londres: The Young Foundation and Nesta.
- Nicolás, J. O. (2016). Diseñando el cambio. La innovación social y sus retos. *Economía Creativa*, 6(3), 9-34.
- OECD/European Communities (2005): Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data, 3d. ed., OECD/EC.
- Papanek, V. (1971). *Design for the Real World. Human Ecology and Social Change*. London: Thames and Hudson.
- . (1985) *Design for the real world (Second Ed.)*. New York: Thames and Hudson.
- Perkins, D. N., & Quebbemann, F. J. (1989). *Conocimiento como diseño*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- PLAN. (2016). *Iniciativas sociales que están transformando la ciudad*. Disponible en: <https://plan.org.co/news/2016-12-12-iniciativas-sociales-que-estan-transformando-la-ciudad>
- Presidencia de la República. (2017). *Ley No. 1834 del 23 de mayo de 2017*. Disponible en: <http://es.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%201834%20DEL%2023%20DE%20MAYO%20DE%202017.pdf>
- ProBogotá. (2017). Aprobación por parte de la Cámara de la Ley Naranja. Disponible en: <http://www.probogota.org/n/noticias/noticias-comunicados/probogota-celebra-la-aprobacion-por-parte-de-la-camara-de-la-ley-naranja/>
- RADCOLOMBIA. (2004). Asociación. Disponible en: <http://www.radcolombia.org/asociación>
- Rispoli, E. R. (2015). El diseñador como productor. Reflexiones en torno a la idea de responsabilidad social en el diseño contemporáneo. *Obra digital*, (9), 28-41.
- Rodríguez, L. (2012). *El diseño y sus debates*. México: Universidad Autónoma de México.
- Rothwell, R. (1994). Towards the fifth-generation innovation process. *International Marketing Review*, 11(1), 7-31.

- Sanders, E. B. N., & Stappers, P. J. (2008). *Co-creation and the new landscapes of design*. *Co-design*, 4(1), 5-18.
- Schumpeter, J. A., & GARCÍA, J. D. (1952). *Capitalismo, socialismo y democracia*. Traducido por José Díaz García. México.
- Sicard, A. (2015) *El diseño implica un acto poético*. Colección *Acto Cumplido-Acto 4*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Sparke, P. (2010). *Diseño y cultura: una introducción: desde 1900 hasta la actualidad*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Stephanidis, C. (2001). Adaptive techniques for universal access. *User modeling and user-adapted interaction*, 11(1). Recuperado de: <https://link.springer.com/article/10.1023%2FA%3A1011144232235?LI=true>.
- Sustainable-everyday-project.net. (2017). A digital magazine for the creative communities. Recuperado de: <http://www.sustainable-everyday-project.net/emude/2013/04/03/a-digital-magazine-for-the-creative-communities/>
- Toledano, L. A. M. (2015). *Complejidad, Transdisciplinariedad y Proyecto: Alcances y Estrategias para el Diseño en el siglo XXI*. [Tesis Doctoral].
- Torres, E. (2014) “Aproximación a los discursos en torno a la dimensión social del Diseño” En: *Actas De Diseño*. (Vol.18). Bogotá.
- Torre S., Violant, V. (2003). La creatividad es social. En: *creatividad aplicada*. Barcelona: PPU.
- UNCTAD. (2008). Creative Economy: Report 2008. Disponible en: [http://unctad.org/en/Docs/ditc20082cer\\_en.pdf](http://unctad.org/en/Docs/ditc20082cer_en.pdf)
- – –. (2013). Creative Economy: Report 2013. Disponible en: <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf>
- Urbina, I. (Abril 11 de 2012). Ezio Manzini: la innovación social propone un nuevo territorio para el diseño. En: *Di-conexiones*. Disponible en: <http://www.di-conexiones.com/ezio-manzini-la-innovacion-social-propone-un-nuevo-territorio-para-el-diseno/>

Unesco. (2002). Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural – Identidad, Diversidad y Pluralismo. Perú. Disponible en: <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001271/127162s.pdf>

Zarlenga, M. (2015). *Lugar y creatividad. Hacia una sociología de los procesos de creatividad cultural urbana*. [Tesis Doctoral].

(s.a.). (s.f.) Design Matters. Tomado de: <http://www.revistaexclama.com/disenio/design-matters/>