

De la innovación a la provocación: un abordaje interdisciplinar

El caso de la Maestría en diseño Estratégico e Innovación

Autora

Dra. María Eugenia Rojas Morales, maru.rojas@ibero.mx
Universidad Iberoamericana, México

RESUMEN

La complejidad de situaciones que enfrentan los diseñadores actualmente, difícilmente puede abordarse sin la participación de profesionales provenientes de diversas disciplinas, nos encontramos ante un cambio de paradigma en el que como señalan Dunne and Raby (2013), tenemos que pasar de resolver problemas a encontrar problemas; de un diseño al servicio de la industria, a un diseño al servicio de la sociedad; de analizar cómo es el mundo, a imaginar cómo podría ser; de adaptar el mundo a nosotros, a adaptarnos a él; de pensar en usuarios, a enfocarnos a las personas; de innovar a provocar.

En la Maestría en Diseño Estratégico e Innovación programa que nació en la Ibero Ciudad de México, nos hemos enfocado a formar profesionales que provienen de disciplinas como Administración, Mercadotecnia, Ingenierías, Psicología, Nutrición, Historia, Ciencias Políticas, Comunicación, Arquitectura y Diseño entre las más frecuentes. Este hecho está siendo crucial en la forma en la que abordamos los diversos proyectos y en la manera en la que nuestros egresados están impactando en el campo profesional.

INTRODUCCIÓN

Es un discurso muy escuchado, decir que todo está cambiando cada vez más rápido. No obstante, los efectos de dicho avance son evidentes. El mundo actualmente está enfrentando un escenario cambiante, antes los problemas eran simples e independientes, ahora son complejos, confusos e implican fuertes retos. En el pasado, la sociedad trabajaba de manera individual enfocándose a problemas aislados unos de otros, pero el reto actual requiere trabajar en la intersección de las diferentes partes del conocimiento de manera trans e interdisciplinar.

No podemos enfocarnos a una sola parte de un determinado problema, es necesario ver el panorama global y la manera en que las distintas partes se interrelacionan unas con otras para plantear las preguntas correctas. Las herramientas sofisticadas que la nueva ingeniería nos brinda, muchas veces son incapaces de identificar el problema real que está en frente de nosotros, y no importa cuán eficiente, cuán perfecto y cuán estupendas sean las soluciones si responden a las preguntas incorrectas.

Por tanto, es necesario reinventarnos, crear nuevos modelos y procesos que nos permitan descubrir y afrontar los problemas de manera interdisciplinar para generar innovación y proponer soluciones estratégicas.

La Maestría en Diseño Estratégico e Innovación es un programa que surgió en la Ibero, Ciudad de México en el 2006, nuestro plan de estudios se ha transferido a la Universidad Rafael Landívar en Guatemala y el programa está también por impartirse en la Universidad Católica de Nicaragua y muy probablemente en la Pontificia Universidad Católica de Ecuador.

El posgrado está enfocado a tres aspectos fundamentales: la innovación, utilizando procesos de co-creación, estudiando la oferta de valor de productos, servicios o experiencias, visualizando nuevos escenarios o cualquier aspecto que implique la generación de valor; el emprendimiento y la creación de startups con base en un análisis de tendencias y la identificación de brechas de oportunidad; y la investigación etnográfica, ya que proveemos a

los estudiantes de herramientas de investigación que les permitan entender a las distintas audiencias involucradas en procesos de innovación.

Dentro del plan de estudios del posgrado se contempla un cambio en el enfoque a través del cual se han abordado los proyectos de diseño tradicionalmente, se trata de generar soluciones a problemas complejos que no son evidentes, sino que tenemos que descubrir, se busca desarrollar generar innovación pensando en el mundo que queremos que exista y que podría existir.

Dunne & Raby (2013) argumentan la relevancia de lo que denominan “diseño especulativo”, el cual, si bien no es a lo que nos enfocamos en la Maestría, es un referente respecto al modo a través del cual buscamos ejercer el diseño estratégico y que de alguna manera favorece uno de nuestros principales objetivos: la innovación.

Los autores enuncian un listado de conceptos que implican “darle la vuelta” a la manera en la que pensamos tradicionalmente, de ahí el título, de la innovación a la provocación. ¿Qué pasaría si?, esta es una de las preguntas que guía una parte de nuestra metodología y que han llevado a nuestros alumnos a generar proyectos diversos.

Algunos casos de estudio

Considero que vale la pena hacer referencia a algunos casos de estudio para explicar mejor el tipo de proyectos que se desarrollan en la maestría y el por qué se considera que estamos buscando darle la vuelta al pensamiento tradicional, enfocado a soluciones puntuales la mayoría de las cuales, responden a las demandas del mercado capitalista.

A continuación, se resumen seis proyectos de titulación representativos de lo que estamos haciendo en nuestro posgrado, en todos ellos se inicia con el título y el nombre del estudiante y posteriormente se da una breve síntesis de la problemática identificada.

1. Migración de retorno. El reto de la reinserción.

Autora: Yunyuney Martínez

No es desconocida la magnitud del fenómeno migratorio que se desarrolla en nuestro país, círculos de salida y entrada que tienen como consecuencia importantes impactos económicos, sociales y culturales. Si bien, el proceso de salida constituye un aspecto en el que comúnmente se ha puesto foco, el desarrollo inverso de dicho proceso también es un elemento de gran importancia y más aún después de las recientes disposiciones del presidente Trump en los Estados Unidos.

El retorno de nuestros migrantes representa un reto para la adopción de alternativas que permitan aprovechar el potencial, herramientas y habilidades adquiridas durante su estancia fuera de México. Un estudio realizado por *Mexicans and Americans Thinking Together* (MATT) en 2014 muestra que cerca de 1.3 millones de personas entre 2005 y 2010 entraron desde Estados Unidos hacia nuestro país; de ese total, 985 mil fueron migrantes de retorno y, 405 mil, eran hijos de éstos nacidos en aquel país.

Si bien no en la magnitud que tiene el fenómeno de salida, el retorno también constituye un aspecto importante a puntualizar, sobre todo por las repercusiones positivas y negativas que conlleva. La capacidad de nuestro país para recibirlos y generar alternativas que permitan su desarrollo y el de las comunidades en donde se insertan es un reto por demás relevante que, sin embargo, aún no ha sido explorado extensamente ni de forma propositiva.

Existen pocos estudios dedicados a explorar el fenómeno migratorio de retorno y, aunque el tema va cobrando cada vez mayor relevancia, aún son insuficientes los

planteamientos que permitan abordar alternativas de reinserción social y atención a este grupo desde una propuesta de solución aplicable. Las variantes y ángulos de análisis respecto al tema son diversos, algunos de ellos oscilan entre los siguientes factores: motivos de retorno, orígenes de la decisión, trayecto migratorio, elementos de inserción, aspectos de interrelación, consecuencias sociales, económicas y culturales, aspectos demográficos, grupos específicos, entre otros.

2. Modelo de diseño estratégico para generar educación financiera en el sector C y C+. Autor: Christian Maya Mackenzie.

La inquietud que guía a este alumno es el terrible endeudamiento y la falta de previsión económica de la clase media mexicana, lo cual provoca su estancamiento obstaculizando o impidiendo su crecimiento y desarrollo.

Cuando pensamos en educación financiera, nos viene a la mente el tema de los bancos lo cual es una limitación. Las crisis financieras han demostrado qué tan peligrosa puede resultar la falta de conocimiento y comprensión de los consumidores de productos financieros. Educar conforme al correcto uso del dinero es impensable sin un modelo de diseño estratégico.

A lo largo y ancho del planeta se ha retomado el tema de una nueva economía que atienda la correcta distribución de los mercados, la producción y el consumo, así como un fuerte rol por los valores. La educación financiera tiene que permear todas las capas de la sociedad generando un cambio en los consumidores de servicios financieros. El método no necesita de alquimia o magia negra, hay algunas llaves que se tienen que gestionar para crear productos realmente consientes que permitan generar innovación en la práctica financiera.

Este proyecto busca encontrar más y mejores alternativas para defender al mexicano del sector C y C+ de una posible bancarrota, ayudándole a administrar sus ingresos, convirtiéndolo en ahorrador, deudor o inversionista responsable, con el fin de mejorar su bienestar.

3. Perspectiva de Integración Laboral para la Población de Adultos Mayores en Ciudad de México.

Autora: Paloma Rosas.

El problema a resolver se basa en lo siguiente: el sector de población de adultos mayores de 60 años, ha sido y es un target subestimado en diferentes aspectos comerciales. En el caso de México y específicamente en la ciudad de México, esta población se encuentra en aumento y se prevé que para el año 2050, aproximadamente un 25% de la población formará parte del segmento de adultos mayores (60 años)¹.

El empoderamiento de las personas mayores mediante la atención de sus necesidades y aspiraciones incluye esfuerzos políticos para integrar sus preocupaciones de manera transversal en las agendas nacionales de desarrollo. Este tipo de política es importante tanto para los países desarrollados como para aquellos en vías de desarrollo, ya que tiene como objetivo movilizar a las personas mayores como recursos adicionales para el desarrollo y, al mismo tiempo, mejorar su bienestar. Por lo tanto, los esfuerzos para integrar el envejecimiento podrían garantizar un escenario en que todos ganen, tanto las personas mayores como la sociedad en general.

El objetivo del proyecto es desarrollar una propuesta de integración y/o reintegración laboral digna para la población de adultos mayores en la ciudad de México, desde una perspectiva de diseño estratégico.

Garantizar los derechos de las personas mayores y la satisfacción de sus necesidades y aspiraciones constituye el contenido central de las políticas sobre el envejecimiento y es el requisito más importante para lograr su empoderamiento. Sin embargo, para que este proceso pueda ser consistente, es necesario asegurar que las personas mayores sean reconocidas y apreciadas como miembros valiosos y bienvenidos de la sociedad.

4. “Estrategias para crear conciencia social sobre la importancia y los beneficios de la donación de órganos en México”.

Alumno: Alberto Mateo.

En México generalmente ignoramos la posibilidad de una donación de órganos, aún después de morir. En la mayoría de los casos se desconocen los requerimientos que pueden hacer que una donación sea posible, el impacto benéfico en la sociedad si existiera una mayor cultura sobre este tipo de donaciones; las regulaciones, implicaciones, procedimientos, trámites y demás cuestiones relacionadas con la donación de órganos en nuestro país.

Miles de personas están en listas de espera en hospitales de todo el país esperando un órgano que pueda salvar su vida o de algún familiar. Al 2017 existen 21,298 personas en espera de un trasplanteⁱⁱ según datos del Centro Nacional de Trasplantes (CENATRA).

Al mismo tiempo, miles de personas mueren, y sus órganos podrían ser utilizados por estos enfermos que los necesitan. Sin embargo, es un tema desconocido y poco explorado en nuestra sociedad, por lo que muchos de estos órganos totalmente funcionales son desperdiciados debido a la ignorancia respecto al tema.

Este proyecto busca un cambio en el enfoque de las personas a partir de la provocación y el cuestionamiento.

5. “Diseño de estrategia para la optimización de cuidados autónomos en niños con diabetes”. Nancy Garduño.

México ocupa uno de los primeros lugares en la prevalencia de diabetes a nivel mundial, las proyecciones de especialistas señalan que para el 2025 el país ocupará el sexto o el séptimo lugarⁱⁱⁱ.

En los últimos años la obesidad infantil ha aumentado desfavorablemente, los niños cada vez son más propensos a comidas industrializadas y a una vida sedentaria sobre todo en zonas urbanas. La oferta de múltiples productos alimenticios con altas cantidades de carbohidratos y azúcares refinados, ha impactado un crecimiento extraordinario de las tasas de sobrepeso y obesidad, que a la fecha afecta a 7 de cada 10 mexicanos^{iv}. Como consecuencia, se han registrado varios casos de enfermedades como diabetes tipo II o hipertensión arterial, así como bajo rendimiento escolar y pocos hábitos saludables.

La importancia de llevar una buena alimentación y hacer ejercicio constante mejora la calidad de vida infantil sin embargo la población parece no ser consciente de lo que es una comida adecuada para un niño; por ejemplo, en restaurantes de cadenas comerciales, los menús de niños tienen una serie de ingredientes con bajos valores nutritivos, tales como hamburguesas, *hotdogs*, *nuggets*, papas fritas, refrescos, pizzas, spaghetti, entre otros, pero sobre todo vemos la deficiencia de alimentos ricos en fibra como hortalizas, frutas, legumbres, oleaginosos, cereales, entre otros.

A muy temprana edad, los niños con diabetes deben tomar decisiones en cómo llevar su estilo de vida adecuándolo a las exigencias de la enfermedad (dieta, ejercicio, ajuste de dosis de insulina, etc.) además de cumplir con las propias de cada niño en su crecimiento integral humano, lo cual muchas veces causa tensión en ellos.

Este proyecto busca desarrollar una plataforma lúdica a través de la cual los niños con diabetes puedan conectarse entre sí, aprender respecto a los cuidados que deben llevar a cabo para vivir con diabetes, proponer retos entre ellos y sentirse parte de un grupo que comparte sus experiencias, con la supervisión de sus padres.

6. Plataforma de moda colaborativa enfocada a impulsar el diseño local y responsable

La industria de la moda tiene muchos retos que considerar para que llegar a convertirse en una industria sostenible que no dañe al medio ambiente ni que perjudique a la sociedad. Nuestro país tiene una oferta muy rica en diseño de producción local y valores éticos (medio ambiente y sociedad); sin embargo, para los diseñadores emergentes es difícil hacer crecer un negocio que pueda ser redituable y que a su vez apoye la economía del país.

Vestirnos es algo que hacemos todos los días. Si conocemos de dónde proviene nuestra ropa y logramos involucrarnos en el proceso, podremos como sociedad, tomar mejores decisiones y así, generar un impacto positivo en nuestro planeta y en las personas que laboran en esta industria. Si la ropa es un reflejo de nuestra identidad, ¿qué queremos proyectar? ¿Algo barato, dañino y poco ético? Somos lo que vestimos. Este proyecto pretende crear conciencia y herramientas para que nuestros valores sean reflejo de lo que vestimos, y no lo contrario.

Las condiciones laborales en muchos países en vías de desarrollo son deplorables, desde los agricultores que cosechan el algodón hasta las personas que fabrican las prendas. Del total de una prenda, solo el 1 o 2% termina en manos de quien realizó la confección. Entre el 2006 y el 2013 han muerto más de 1,100 trabajadores de la industria textil a causa de malas condiciones en sus espacios de trabajo, contacto con químicos y poca seguridad.^v

¿Cómo podemos conectar con los usuarios para impulsar propuestas de diseño de moda lento, aportar herramientas para contribuir a generar un cambio de conciencia en el consumidor y promover un cambio positivo dentro de la industria de la moda y el diseño local?

El proyecto se enfoca a difundir y promover la compra y el desarrollo de moda lenta en nuestro país desde una perspectiva de colaboración entre diseñadores y consumidores; generar conexiones y espacios entre marcas de diseño y usuarios, creando un apoyo a la industria local y a aquellas marcas que busquen hacer productos diferentes, éticos e innovadores; motivar a más diseñadores a desarrollar productos de impacto positivo para la sociedad y el medio ambiente; y divulgar información y ofrecer herramientas, productos atractivos e inspiración a los consumidores con el objetivo de generar cambios en los hábitos de consumo a mediano y largo plazo.

Como puede apreciarse a través de los seis casos presentados, hay un cambio fundamental del diseño tradicional al diseño estratégico. Cuando los diseñadores abandonan el terreno “seguro” de la producción de objetos en respuesta a las demandas del mercado, entran al mundo de la provocación y de la especulación, imaginando otras maneras de interactuar con el mundo.

Se trata de partir no de ideas utópicas sino de soluciones tangibles provocativas, buscamos evolucionar pasando de un pensamiento de diseño enfocado a la innovación, a un pensar el diseño desde la provocación.

¿Qué pasaría sí?

Dunne & Raby (2013) en su libro *Speculative everything. Design Fiction, and social dreaming* proponen un tipo de diseño que es utilizado para crear no sólo objetos sino ideas y sugieren considerar la pregunta ¿qué pasaría sí?...

Su libro inicia con una lista a la que denominan A/B, una especie de manifiesto en el que proponen una serie de frases yuxtapuestas, de modo que los conceptos de la columna B no son opuestos a los de la columna A sino que añaden otra dimensión buscando generar la discusión, de hecho los autores sugieren que debería haber una columna C, D, E...

A	B
Afirmativo	Crítico
Soluciona problemas	Encuentra problemas
Provee respuestas	Busca preguntas
Diseño para la producción	Diseño para el debate
Diseño como solución	Diseño como medio
Al servicio de la industria	Al servicio de la sociedad
Funciones ficticias	Ficciones funcionales
Para cómo es el mundo	Para cómo podría ser el mundo
Cambiar el mundo para adaptarlo a nosotros	Cambiar para adaptarnos al mundo
Ciencia ficción	Ficción social
Futuros	Mundos paralelos
Lo "real" real	Lo "irreal" real
Narrativas de producción	Narrativas de consumo
Aplicaciones	Implicaciones
Diversión	Humor
Innovación	Provocación
Diseño de conceptos	Diseño conceptual
Consumidor	Ciudadano

Tabla 1. Tomada de Dunne & Raby (2013)

Con base en estas dimensiones propuestas por los autores, es posible plantear cuestionamientos que hagan evidente el cambio de paradigma al que le estamos apostando en la Maestría en Diseño Estratégico e Innovación. De este modo, surgen las siguientes preguntas, cada una de las cuales surge de los casos presentados anteriormente:

1. ¿Qué pasaría si vemos a los migrantes como uno mismo y nos preocupamos por reincorporarlos a nuestra sociedad mostrando al mundo una postura crítica?

De diseñar para la producción a diseñar para el debate...

2. ¿Qué pasaría si en lugar de seguir dándole a la gente opciones de créditos y facilidades para adquirir productos, se le educa a favor de su economía y bienestar? Si dejamos de ver al otro como consumidor y lo vemos como ciudadano...

3. ¿Qué pasaría si dejamos de ver a los adultos mayores como "inservibles" y los empoderamos para que se vuelvan una alternativa única tipo "outsourcing" que les permita gestionar de manera libre su tiempo y tener calidad de vida?

De cómo es el mundo a cómo podría ser el mundo...

4. ¿Qué pasaría si la cultura de la donación de órganos se convierte en una costumbre entre los habitantes de un país?

De ciencia ficción a ficción social...

5. ¿Qué pasaría si los niños con diabetes se empoderan a través del juego para cuidar su salud y construir una red de apoyo que se convierta en un referente para otro tipo de iniciativas?

De modo que el diseño sea un medio y no una solución...

6. ¿Qué pasaría si evitamos quedar atrapados por el discurso de la moda rápida y desechable y generamos otra forma de adquirir ropa que exprese una postura crítica ante el deterioro del medio ambiente?

Es decir, cambiamos para adaptarnos al mundo..

En síntesis, transitar de la innovación a la provocación, lo cual por supuesto requiere necesariamente de un abordaje interdisciplinar, ya que no es posible proponer soluciones la a migrantes sin contar con antropólogos, seguramente psicólogos y expertos en políticas públicas.

Comprender las necesidades y requerimiento de niños con diabetes implica trabajar con médicos, nutriólogos psicólogos y así podríamos seguir analizando la importancia de abordar los proyectos presentados de manera interdisciplinar.

Conclusiones.

Hay cada vez más conciencia en la sociedad de la importancia de trabajar juntos para enfrentar los retos actuales a través de soluciones pertinentes. Conceptos como libertad, igualdad de oportunidades, inclusión y justicia social, son ideales que no han podido alcanzarse entre otras cosas, porque el modelo económico actual está al servicio de ciertos grupos de interés.

El diseño como disciplina se ha caracterizado por su trabajo con distintas temáticas con las que interactúa diariamente, ya no se trata de un diseño tradicional, si bien el diseño en sí es creativo e innovador, esta creatividad se puede implementar en otras áreas del conocimiento que buscan soluciones en distintos espacios: comerciales, de desarrollo tecnológico, personales, sociales, entre otros.

Tenemos que pasar de resolver problemas a encontrar problemas; de un diseño al servicio de la industria, a un diseño al servicio de la sociedad; de analizar cómo es el mundo, a imaginar cómo podría ser; de adaptar el mundo a nosotros, a adaptarnos a él; de pensar en usuarios, a enfocarnos a las personas; de innovar a provocar.

En la Maestría en Diseño Estratégico e Innovación buscamos provocar al estudiante a que desafíe preconcepciones y suposiciones que tienden a reforzar el status quo, y lo estamos logrando. Sabemos que el reto es difícil, no obstante, consideramos que es una manera de contribuir a la Misión de nuestra Universidad, como lo ha señalado el P. Adolfo Nicolás, "La docencia debe orientarse a la formación de buenos profesionales... una profesionalidad que

no sólo se adapta el mundo tal como es, sino que aspira a transformarlo, haciéndolo más humano...No formar los mejores *del* mundo, sino formar los mejores *para* el mundo”.

ⁱ Consejo Nacional de Población (2002). Proyecciones de Población 2000-2050. Ciudad de México, CONAPO

ⁱⁱ Centro Nacional de Trasplantes. Datos estadísticos. En línea. Disponible en:
http://www.cenatra.salud.gob.mx/interior/trasplante_estadisticas.html

ⁱⁱⁱ Armando Arredondo, Esteban De Icaza. (2011). Costos de la Diabetes en América Latina: Evidencias del Caso Mexicano. Elsevier

^{iv} López Espinoza, Martínez Moreno, López Uriarte. (2015). México Obeso: Actualidades y perspectivas. México: Universitaria

^{iv} Fashion Revolution. (n.d.). <http://fashionrevolution.org/>

Referencias

Dunne, A, & Raby, F. (2013) Speculative everything. Design, fiction and social dreaming. USA: MIT Press

MATT. (2014) The US/Mexico cycle. The end of an era, Mexicans and Americans Thinking Together (MATT), disponible en: <http://www.wilsoncenter.org/event/mexican-immigrants-returning-to-mexico>, consultado el 01 de julio de 2016.

Nicolás, A. (2008), Conferencia Misión y Universidad ¿Qué futuro queremos?. Barcelona: ESADE