

Edición 01-Año 1

Agosto 2015

MATICES

Publicación de Carácter Académico

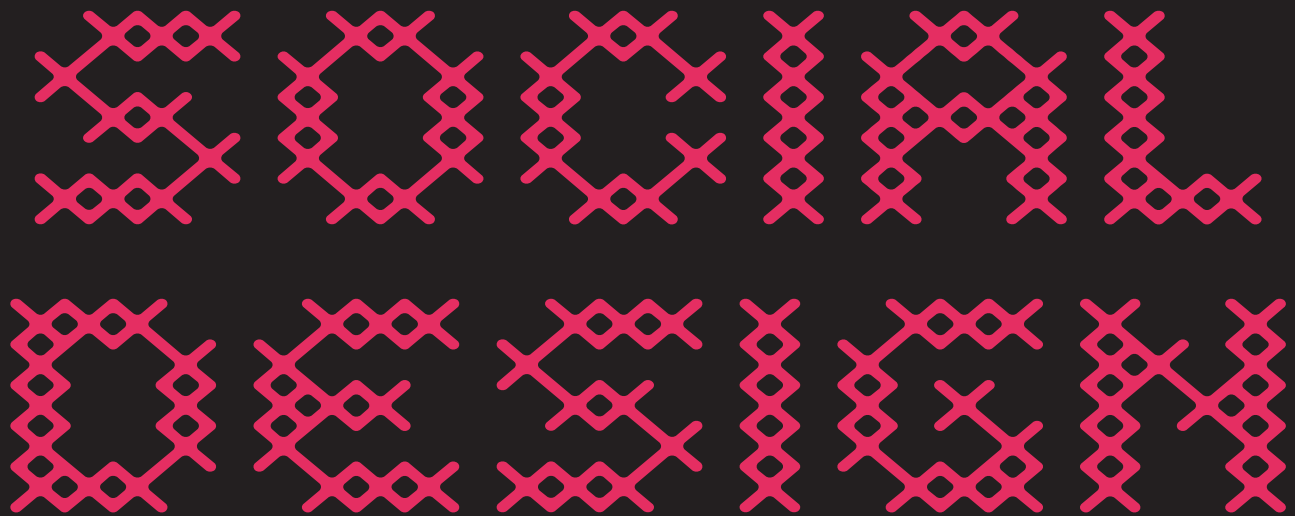
¿DÓNDE QUEDA
el diseño social?

ANDRÉS ROLDÁN
y el sentido social del
CO-DISEÑO

narrativa del seminario con
MARÍA DEL VALLE
LEDESMA
desnudando el diseño social



8 50006 00001 2



Desde tierras gauchas y al son del tango y bandoneón, al sabor del bife de chorizo y milanesa de pollo, al calor del mate y con acento porteño arriba a Manizales una caminante de ojos cristalinos y cabello rizado que ha trasegado por senderos de activismo gráfico, de iniciativas colaborativas, de independencia del diseño, de trascendencia en su actuar y de sentido social como **profesión transformadora**.

Convencida del carácter social del actuar humano en todas sus dimensiones, comparte con un grupo de aprendices del Diseño sus provocaciones frente a la responsabilidad social que implica el existir en un mundo y ser existente mediante la actividad modificadora del Diseño.

Con sus pasos de charol acromático, anteojos de sol en la cabeza y grises corceles en su blusa cabalgó por pisos de madera durante 4 días incansables, removiendo pensamientos, haciendo provocaciones y promoviendo una postura crítica frente al hacer del Diseño, el escenario de lo social como una posibilidad transformativa y la postura política que implica el **acto de Diseño**¹.

¹Termino acuñado por Aurelio Horta Mesa (PhD) en su libro Trazos Poéticos sobre el Diseño, Universidad de Caldas, Manizales -2012.



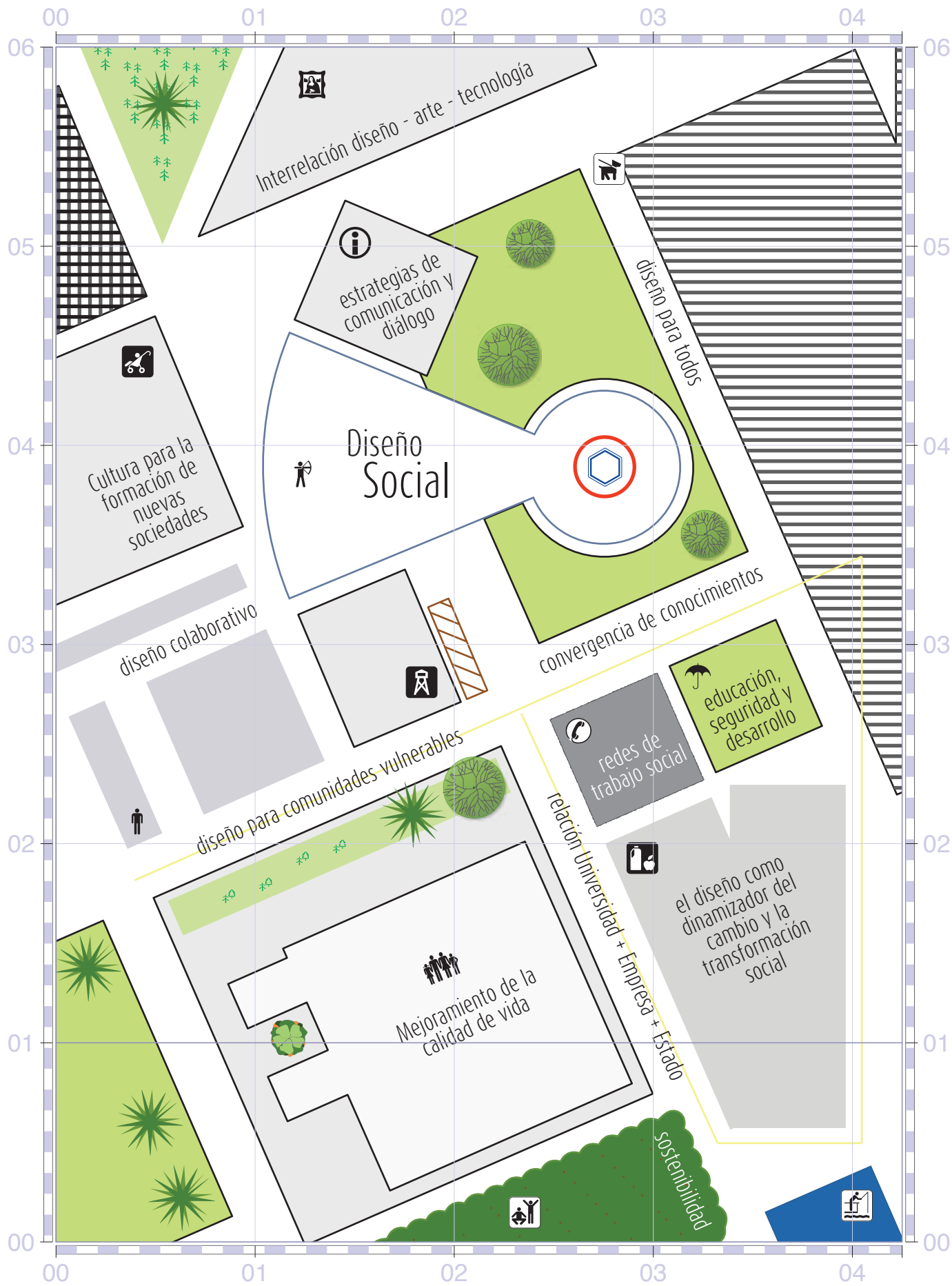
¿Dónde Queda?



UBICANDO

el diseño social

Apuntes del seminario



Mapeo del Diseño Social - Elaboración propia

Aproximarse al concepto de Diseño Social implica establecer un panorama de relaciones articuladas en el ejercicio del Diseño y que responden a los requerimientos del entorno y los sujetos que hacen parte de la sociedad. Para esclarecer dicho concepto se hace necesario repensar el diseño desde su origen epistémico y entender el mundo como un escenario de acción para el mismo.

Toda actividad humana estará determinada como una actividad social, por tanto, toda actividad de Diseño corresponde a una manifestación social; Partiendo de ésta premisa cabe preguntarse ¿Qué es lo que hace social al diseño? y ¿Qué tan social es el ejercicio del Diseño?

Para dar respuesta parcial a estos interrogantes se abordará el diseño social en las siguientes reflexiones, dando pie a la discusión por encima de la claridad, relacionando posturas diversas del diseño y suscitando espacios de diálogo que faciliten la convergencia de saberes. El Diseño comprendido una vez más desde sus despliegues de espacio de diálogo interdisciplinar y de pertinencia social.



El Diseño Social, dada su naturaleza compleja y su estrecha relación con las variables que constituyen la sociedad, es un concepto difícil de ubicar dentro de un marco determinado de conocimiento del Diseño.

Sí bien podría entenderse toda actividad de Diseño como un ejercicio de intervención social donde una comunidad específica se beneficia de las estrategias y resultados del acto de diseñar es necesario que el impacto social que de allí se deriva **se obtenga de un proceso intencional**, previsto y planeado, coherente con los principios del diseño y su aplicación en contexto.

“El diseño social se hace por y para la gente”

Encontrar una posición exacta para el diseño social invita a inmiscuirse en asuntos que trascienden la práctica del oficio y se dinamizan en aspectos culturales, comerciales, económicos, de convivencia y respeto ante la adversidad y en pro a la generación de desarrollo y progreso.

Algunos países en vía de desarrollo como Colombia se ven afligidos por situaciones adversas en su economía que derivan en deficiencias en los sistemas de educación, transporte, organización, crecimiento urbano, emprendimiento y fortalecimiento de sus capacidades comerciales. Un espacio propicio para la aparición del DISEÑO SOCIAL.

EL DISEÑO SOCIAL

“Son todas las actividades que de forma **intencional** buscan influir en diversos sectores de la sociedad para mejorar la Calidad de Vida”

El concepto de Diseño sostiene una estrecha relación con el concepto de Proyecto, en tanto que no es posible el ejercicio inmediato del Diseño como actividad espontánea carente de prospectiva y la naturaleza del mismo implica una puesta en marcha, ejecución e implementación direccionada a un momento futuro.

“Diseñamos el mañana desde hoy”

Ese pensamiento proyectual del que nos habla Tomás Maldonado, recoge en sí mismo un modelo divergente de abordar la realidad de mundo y el rol con el que se afronta la existencia en él. Permite estructurar intervenciones objetuales, gráficas, de vestuario, de interiorismo, audiovisuales, entre otras, previendo el futuro y adecuándose a ese “sujeto - público- interactuante” del mañana.

La actividad proyectiva no solo refiere al ejercicio minucioso de planear, organizar, prever y ejecutar recursos para la obtención de un producto final, sino que implica -como ejercicio de pensamiento- el desarrollo de cualidades suspicaces para responder a lógicas racionales futuras, con lenguajes que no han sido escritos y en entornos que no han sido constituidos aún.

Es así como el proyectista también es un visionario, se adelanta en su ejercicio profesional a los sucesos que aún no han sido contados, vinculándose a la historia como protagonista de la cultura material de la humanidad.

Cabe entonces preguntarse por las competencias que tiene un proyectista y ¿de qué forma los modelos de formación actual propenden por el desarrollo de dichas competencias?

Algunos autores han mencionado los componentes de la formación en diseño y su posible impacto en la consolidación de competencias proyectuales (Archer, 1995), (Fallman, 2008), donde el pensamiento de Diseño más allá de ser un dominio profesional de un campo del saber implica una manera de abordar el mundo en relación al beneficio de muchos y por tanto, concebido como una actividad social de relevancia para todos los campos del saber.

Tal vez muchas de estas razones hayan impulsado a Filósofos como Vilem Flusser a afirmar que el futuro (el destino de la humanidad) depende del Diseño.

Pensar el Diseño como una disciplina fundante invita a definir la razón social que le atañe al Diseño como campo de estudio, al diseñador como profesional del mismo y al acto de Diseño como ejercicio práctico que interviene en el consumo.

Cuando Victor Papanek estableció el término Diseño Social se refería inicialmente a una actitud de los diseñadores contraria al enfoque de consumo, lo cual suena paradójico en tanto la actividad del diseño es legitimada por un público



objetivo, también llamado mercado o consumidores. Sin embargo, logró establecer una brecha significativa entre el Diseño como actividad que dinamiza comercialmente la economía y el Diseño repensado como una actividad que promueve el consumo responsable, la aparición material justificada y la optimización en el uso de los recursos.

Nace con el Diseño Social una nueva mirada del existir material en la cultura, una idea con trasfondo político que reprocha el escenario de lo superficial promoviendo valores profundos muy por encima de los intercambios económicos.

3 formas de involucrar lo SOCIAL EN EL DISEÑO

- Acciones en beneficio de la humanidad, Estrategias, campañas, proyectos y actuaciones que sin discriminación alguna beneficien las personas, los entornos y mejoren la calidad de vida.
- Acciones a favor de grupos o minorías desprotegidas por la humanidad. Atención de las necesidades de grupos vulnerables o grupos marginales.
- Ideas de Desarrollo - generalmente económico - que favorezcan situaciones de sustentabilidad y que contribuyen al mejoramiento de la calidad de vida.

Los problemas perversos (Buchanan, 1992), son las situaciones de índole sistémica entre las cuales se encuentran los problemas que aborda la profesión de diseño. Algunas de las cualidades a las que se refiere atienden a que soluciones parciales, por tanto, resurgirán del problema inicial nuevas necesidades y así mismo se atenderá permanentemente los síntomas.

La problemática social es un conjunto de variables que se ven reflejadas en las dinámicas sociales pero que provienen de diferentes ejes problemáticos y por tanto las soluciones de Diseño atenderán parcialmente y nunca ofrecerán una solución totalizadora.

“Ningún problema social se puede solucionar únicamente con una intervención del Diseño”

El diseño como artefacto (Krippendorff, 2006) hace parte de la naturaleza proyectiva del ser humano y aporta desde su singularidad a la construcción de la cultura y la sociedad. Es de resaltar que las herramientas con las que se cuenta al realizar una intervención de Diseño son limitadas en su alcance y en el afán de delimitar una población sujeto de estudio, limitan a los involucrados al proceso. Una lectura parcializada de la realidad.

Entre los recursos vinculados a las actividades de Diseño se encuentran los Mapeos como estrategia para la visibilización de la transferencia de Diseño en entornos emergentes (Galán, 2007), dichos rastreos identifican casos de estudio que fortalecen y contrastan las teorías mientras se consolida un corpus teórico que fundamenta al Diseño Social como un enfoque establecido y multiplicador.

“La cartografía como un rasgo característico de disposición colectiva del conocimiento”

Los recursos de seguimiento expuestos en relación al contexto Argentino esbozan un panorama claro de influencia del Diseño como dinamizador social y suscita un momento de aplicación práctica sin precedentes en la historia del vecino país.

“Todo mapa es un mapa ideológico, incluso aquellos que no lo parecen”

Iniciativas como las del colectivo Iconoclasistas, el grupo Onaire, Chernobyl, Mujeres Públicas, Ezepeleta, 132 voltios, el caso Brukman, Estilos Poderosos, entre otros, son la muestra que el Diseño Social es una realidad actual en la República Argentina y por tanto constituyen un modelo a seguir para los demás países en desarrollo de la región.

“Toda teoría de Intervención Social parte de que en la sociedad hay algo que es necesario cambiar”

Seguramente atender las problemáticas sociales desde el Diseño ofrezca una solución parcial, pero significativa cuando se suman esfuerzos en diferentes líneas, desde distintos enfoques y con diversos actores.

Al referirse al “Diseño para Todos” Jorge Frascara aborda al diseño como una actividad que cubre las necesidades comunicacionales de la sociedad, pero en este escenario la publicidad puede surgir como una necesidad declarada de las empresas capitalistas.

Es así como resulta claro que atender a todas las necesidades sociales puede resultar imposible, debido a que la situación que a algunos favorece, tendrá por consiguiente que desfavorecer a otros.

Al Diseño Social se le ha llamado con todos los nombres: Diseño Universal, diseño para todos, diseño para la inclusión socio-laboral, diseño para el desarrollo, diseño colectivo, activismo gráfico, defensa del medio ambiente y ecodiseño. Realmente estamos hablando del mismo diseño con sentido social pero abordado dentro de los paradigmas:

- + INTEGRACIONISTA
- + COMPETITIVO
- + REVOLUCIONARIO
- + DE CONFLICTO

Una mirada que evidencia la multiplicidad de enfoques para el abordaje de los problemas sociales y la pertinencia de todas las disciplinas.

Los diferentes modos de concebir el Diseño forman parte del concepto de Diseño Social, un espacio para la construcción colectiva y el mejoramiento de la calidad de vida donde TODOS somos partícipes.







Sentido social del ~
CO-DISEÑO
una aproximación conceptual



COMUNITARIO + COLABORATIVO + COOPERATIVO

diseño -Diseño -DISEÑO

Pensar el Diseño implica necesariamente alinear las capacidades del ser humano al servicio de los demás. Los diseños (entendidos como los productos del acto de diseñar), son configurados por personas para ser usados por otras personas; el Diseño (entendido como el acto de diseñar), se hace por personas contemplando las necesidades de otras personas; el DISEÑO (entendido como campo disciplinar) asume la existencia del sujeto como delimitador de la cultura material, se centra en las relaciones entre las personas y su mundo fáctico.

No es posible concebir el diseño sin personas y por consiguiente, no existe bajo mi perspectiva el Diseño Social, en tanto TODO EL DISEÑO ES SOCIAL.

Después de realizar una aproximación conceptual al diseño social bajo la óptica de algunos autores citados por la profesora María del Valle Ledesma (PhD), pretendo acercarme a la temática abordándola desde los intereses personales de investigación: El diseño colaborativo (CO-DISEÑO) en las fases de -Fuzzy front end²- procesos exploratorios para el diseño de productos y servicios, entendiendo el **sentido social del diseño** como una estrategia **para el abordaje del diseño social.**

²Termino acuñado por Elizabeth Sanders para referirse a los procesos exploratorios difusos del Diseño, 2008.

El ejercicio del diseño tradicional ha sido concebido durante décadas como una actividad delimitada a los profesionales del área, quienes con sus conocimientos despliegan los aspectos conceptuales, técnicos, productivos y comerciales relacionados a productos y servicios de diseño.

Hoy en día existen escenarios complejos relacionados con la actividad de Diseño, se habla en muchos países sobre el diseño colaborativo, el diseño participativo, el diseño cooperativo, la co-creación en diseño, para referirse en una actividad denominada CO-DISEÑO.

En 1972 el teórico de Diseño Nigel Cross introdujo el término diseño participativo para referirse a los giros epistemológicos que el diseño debía realizar en torno a las dinámicas en las que los usuarios podrían aportarle al proceso, sin embargo, tres décadas tuvieron que pasar para que las estructuras comerciales y productivas se volcaran a permitirle participación al usuario en sus procesos de Diseño.

En las últimas décadas algunos fenómenos tecnológicos como la masificación del internet, la producción de contenidos on-line y gratuitos, los bajos costos de los equipos de impresión 3d, los software de libre acceso, manuales y tutoriales disponibles para el uso de herramientas gráficas, entre otros, han diluido muchas de las competencias operativas del Diseño en una gran masa de público con pretensiones de exteriorizar su existencia mediante la participación en la configuración de la cultura material. No es de extrañarse que muchos usuarios hayan utilizado los recursos disponibles en crear animaciones y producciones audiovisuales propias, trabajar retoques fotográficos, dibujar o modelar en 3d la casa de sus sueños y hasta imprimir en casa su propio modelo de calzado. Tal como lo mencionan Sanders & Simons:

“la democratización de la creatividad y de la participación en Diseño”

A partir de este planteamiento se ha establecido un escenario donde los usuarios mutaron de una posición pasiva y receptora a ser productores de sus propios productos y contenidos, a dinamizar y participar activamente en procesos de Diseño a ser prosumidores, y desde mi perspectiva un poco más allá, a ser Disumidores (consumidores que diseñan).

El acto de Diseño resulta compartido entre los usuarios y los diseñadores en una mezcla de saberes que se despliegan entre la experiencia y el conocimiento técnico-productivo. Entre el vivir en primera persona las necesidades y hacer parte de la solución.

Sanders (2008) alude al concepto de creatividad colectiva para referirse a la invitación que aceptan varios sujetos de compartir y reunir sus capacidades creativas y en este caso sus competencias configuradoras.

“EL DISEÑO SOMOS TODOS”



Pero el ejercicio del CO-DISEÑO implica más que un saber compartido y un diálogo consensual en miras definir las características de los productos y servicios. Establece una jerarquía en los roles que cada uno debe cumplir en miras de sobreponer el beneficio colectivo sobre el interés individual.

Hoyer y otros (2010) lograron identificar las variables que influyen en la participación de los usuarios que se vinculan en diferentes momentos del proceso de diseño desde sus limitaciones y ventajas, planteando riesgos y beneficios de permitir a los usuarios participar activamente en el co-diseño.

“No se trata de dar voz a cualquiera, se trata de saber estructurar sus voces en un discurso coherente y beneficioso para todos”

Así pues, el ejercicio colaborativo del Diseño dispone en una misma perspectiva a configuradores y usuarios como proyectistas; involucra en la planeación y desarrollo a todos los interesados y establece un diálogo con miras a solucionar las problemáticas identificadas.

El aspecto social del Diseño tiene su procedencia en la definición epistemológica en la que se enmarca, distanciado de las bellas artes y categorizado entre las artes aplicadas el diseño se vincula directamente a un aspecto práctico (en lo útil) donde responde a los requerimientos de un usuario, consumidor o comprador.

Podría considerarse el Diseño como una actividad multidisciplinar que se enmarca en el carácter de proyecto y que modifica el entorno, desde la cultura material en la búsqueda del beneficio de un grupo sobre el interés individual.³

³Definición propia del Diseño como actividad social.

Ligado a esa primera definición social del Diseño se encuentran los despliegues que tiene como disciplina, como actividad de configuración y como resultado.

La disciplina del DISEÑO implica el estudio de las condiciones sociales en las que se presenta una problemática en miras a proponer soluciones parciales de la misma. En dicha situación el sujeto se vincula en dos frentes: como configurador y como beneficiario, en la mirada tradicional del Diseño estos dos son sujetos distintos.

Al abordar el Diseño como actividad de configuración, nos referimos al desarrollo metodológico que tiene a lugar en la configuración de un producto o servicio. Una actividad que desde el Diseño tradicional involucra profesionales de diferentes áreas y que es liderada por ingenieros y diseñadores. Sin duda, una actividad de articulación de saberes, por tanto, una actividad social.

Por último, al tomar el diseño como un resultado, nos estamos refiriendo a todo producto o servicio derivado de un Acto de Diseñar, es decir, que proviene del Diseño como actividad. El sentido social en el producto o servicio de diseño se enfatiza en que se dispone en un escenario de lo social, todo resultado de diseño tendrá lugar en la aplicación práctica y por tanto en la utilización por parte de sujetos.

Pensar el Diseño en estas tres dimensiones obliga a entender que tanto su concepción disciplinar, su práctica metodológica y su resultado implican un despliegue social, por ideología, por vinculación o por beneficio.

Es desde este punto donde resulta impensable un Diseño que no sea social, en tanto involucre personas, dinamice relaciones, medie comunicaciones y configure entornos. Lo Social resulta una cualidad sin ecuéñime al concepto de DISEÑO -Diseño - diseño.

Para vincular el enfoque social a prácticas de CO-DISEÑO, empezaremos por definirlo como diseño colaborativo, compartido, participativo, o cooperativo, donde se beneficia una comunidad o un colectivo.

Aproximarse a la idea de compartir la actividad configuradora de la cultura material con personas del común obliga a aplanar la mirada del conocedor como un experto formado en la academia y se involucra al consumidor como un experimentado en el uso. Un cambio de roles en el que se propician la multiplicidad de miradas y la creatividad colectiva.

“El Diseño es ese lugar de Negociación de todos los saberes”

Sí el DISEÑO - Diseño - diseño, en su mirada tradicional es una disciplina, actividad y resultado de carácter social, el ejercicio colaborativo del mismo es una dimensión social transversal que articula la ciencia, la tecnología y el arte.

El sentido Social es un abordaje del Diseño que tiene como eje central el sujeto, su interacción y su dimensión colectiva en las diferentes fases que contempla la actividad de Diseñar, el uso de los productos y servicios y la fundamentación teórica del campo de estudio.

El sentido Social del CO-DISEÑO parte de la colectividad que lo compone, el pensar, el hacer y el usar juntos, en lo más profundo del concepto de comunidad (Común - Unidad), donde todos hacen parte importante e indispensable para ofrecer resultados satisfactorios.

Sí las actividades relacionadas con el diseño colaborativo son aquellas en las que 1. se realizan acciones en beneficio de la humanidad, 2. se trabaja a favor de un grupo desprotegido por la humanidad, 3. se idea un desarrollo de sustentabilidad que contribuye a mejorar la

calidad de vida, podría considerarse un enfoque reducido del componente social del CO-DISEÑO cuando existen dimensiones del hacer que no se basan necesariamente en los beneficiarios sino en los involucrados.

Algunos componentes sociales del Diseño Colaborativo que vale la pena revisar son:

- + El ejercicio y la responsabilidad compartida de Diseñar y construir un mundo mejor desde la cultura material.
 - + La transferencia de saberes al permitir al consumidor cumplir roles específicos de Diseño.
 - + La homologación conceptual y universalización del lenguaje de Diseño, que permitiría una conciencia colectiva y un uso adecuado en todos los contextos.
 - + Las metodologías incluyentes de Diseño, donde todos aportan y a todos se les escucha.
 - + Las transformaciones culturales de la comunidad que se apropia del modelo pensar, hacer, probar, y se reconoce como transformadora.
 - + Los roles que se deben cumplir en los procesos de Diseño colaborativo, la relevancia de las intervenciones y el uso de las competencias previas.
 - + La formación de nuevas competencias para los diseñadores que facilitan el Diseño colaborativo, su relevancia y implicaciones en los planes de estudio universitarios.
- Para concluir, existen nuevos escenarios para el ejercicio del Diseño, por tanto, nuevos actores y nuevos retos. Si bien desde mi perspectiva no es convincente el argumento que justifica la aparición del concepto Diseño Social, tampoco lo es el de su ausencia.

Tal como lo mencionó la Profesora María del Valle Ledesma (PhD) la existencia de la palabra implica

que hay quienes aún no la han apropiado y depende de la comunidad de Diseño que logremos invisibilizarla, así pues, habrémos logrado que el Diseño en sí mismo sea una actividad social por excelencia y que quienes conformamos ese motor dinamizador de reflexión en la academia sembramos la semilla que condensa su carácter social en cada una de las prácticas que el Diseño implica.

No podemos esperar que las respuestas estén a la orden día sí somos nosotros quienes debemos buscarlas, en tanto las respuestas no estarán al final del camino sino en el recorrido mismo, se construirán y transformarán tantas veces como sea necesario y todas las veces que la sociedad se redefina.

“Lo Social del Diseño está en lo transformador que puede ser, de contextos, de culturas y de civilizaciones”

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Archer, B. (1995). The nature of research. *Co-Design Journal*, 2(11), 6-13.

Buchanan, R. (1992). Wicked problems in design thinking. *Design issues*, 5-21.

Cross, N. (1979). An introduction to design methods. *Information Design Journal*, 1(4), 242-253.

Devalle, V. (2012). Lenguaje, comunicación y Diseño. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos*, (39), 241-254.

Galán, B. (2007). Transferencia de Diseño en Comunidades Productivas Emergentes, *Diseño y Territorio – ACUNAR*. Universidad Nacional de Colombia.

Fallman, D. (2008). The interaction design research triangle of design practice, design studies, and design exploration. *Design Issues*, 24(3), 4-18.

Flusser, V. (2013). *Shape of things: A philosophy of design*. Reaktion Books.

Frascara, J. (2002). People-centered design. *Design and the social sciences: making connections*, 33.

Horta A. *Trazos Poéticos sobre el diseño. Pensamiento y teoría*. Manizales : Universidad de Caldas, 2012. 286 p.

Hoyer, W. D., Chandy, R., Dorotic, M., Krafft, M., & Singh, S. S. (2010). Consumer cocreation in new product development. *Journal of Service Research*, 13(3), 283-296.

Krippendorff, K. (2007). An exploration of artificiality. *Artifact*, 1(1), 17-22.

Papanek, V., & Fuller, R. B. (1972). *Design for the real world* (p. 22). London: Thames and Hudson.

Sanders, E. B. N., & Stappers, P. J. (2008). Co-creation and the new landscapes of design. *Co-design*, 4(1), 5-18.





Acerca de María del Valle Ledesma

Doctora en Diseño. En el ámbito académico es profesora- investigadora en el grado y en posgrado en varias universidades nacionales con orientación hacia el Diseño social.

Actualmente se desempeña como Profesora Titular Regular en la materia Comunicación I y II en la Carrera de Diseño Gráfico en la Universidad de Buenos Aires; Profesora de la Carrera de Especialización 'Diseño y Comunicación' y en el Doctorado de la misma universidad; Profesora Regular de Teoría y Práctica del Diseño en la Universidad Nacional del Litoral. Integra la Comisión de Doctorado de la FADU-UBA, de la FADU UNL y de la Carrera de Comunicación de la UNER. Dirige la Maestría en Estrategia y Gestión en el Área del Diseño de la UNNOBA y es Profesora Honoraria del Taller Libre de Diseño Social en la FADU UBA. Ha sido Vicedirectora de la Carrera de Diseño Gráfico y de la Carrera de Especialización Docente en la FADU UBA.

Sobre el Autor

Andrés Felipe Roldán García

Diseñador Industrial de la Universidad Nacional de Colombia, especialista en Gestión de la Innovación Tecnológica de la Universidad del Valle, Magister en Ingeniería Industrial de la Universidad del Valle, Magister en Estética y Creación de la Universidad Tecnológica de Pereira y Doctorando en Diseño y Creación en la Universidad de Caldas, Manizales.

A sus 31 años ha sido docente universitario en diferentes instituciones, durante 11 años se ha desempeñado en programas de Diseño Gráfico, Diseño Industrial, Diseño de Modas y Diseño de Interiores. Su paso por la Universidad Nacional de Colombia y la Universidad del Valle lo aproximó al ejercicio docente a nivel de postgrado.

Es director y fundador del grupo de Investigación EIDON reconocido por colciencias y categorizado en D.

Su experiencia académico administrativa incluye experiencia como vice-rector académico y jefe de Investigación en la Fundación Academia de Dibujo Profesional.

Ha publicado artículos relacionados con temas de estética de los objetos, redes de gestión del conocimiento y procesos de innovación.

Los principales intereses de Investigación se centran en el Diseño Colaborativo en las fases difusas del proceso de Diseño.

www.andresroldan.weebly.com
roldaman@gmail.com
roldaman@hotmail.com

2015.





Doctorado en
DISEÑO
+ Creación

Narrativa del Seminario de DISEÑO SOCIAL
a cargo de María del Valle Ledesma (PhD)
Todos los derechos reservados

2015