



Facultad de Diseño, Imagen y Comunicación
Universidad El Bosque

Investigación MasD

Diseño y calidad de vida
Design and quality of life
Fabio Andrés Vinasco Nustes
2-3

Morfología, marginalidad y gentrificación urbana.
Una ciudad con calidad de vida para todos.
Morphology, marginality and urban gentrification.
A city with life quality for all.
Dayana Higuera
6-19

Sistemas modernos y eficaces.
Iconografía publicitaria de la oficina moderna.
1918-1924.
Modern and effective systems.
Publicity iconography of the Modern office.
1918-1924.
Juan José Lozano Arango
20-37

Calidad de vida personalizada.
Customized life quality.
Óscar Carrasco, Pedro Medina
38-59

Repetición y diferencia. Un modo de vida
en Bogotá, el caso de las residencias
BCH (1961 – 1964).
Repetition and Difference. A way of life in Bogotá,
the study case of Residences BCH (1961 - 1964).
Liliana Andrea Clavijo García
60-37

Projeto Espacios: El espacio público discutido
desde la visión del diseño gráfico.
Projeto Espaços: O espaço público discutido
sob o viés do design gráfico.
Espaços project: public space discussed
under the graphic design.
Eduardo Palazzo, Juliana Soares
74-93

Diseño sostenible versus *greenwashing*.
Sustainable design versus greenwashing.
Javier Orlando Benavides González
94-101

Desambiguando el Diseño.
Descriptorios Disciplinarios.
Un-ambiguous design. Disciplinary descriptors.
Rómulo Polo Flórez, Dolly Viviana Polo Flórez
102-119

Diseño U. El Bosque

¡Mamá! El juguete quiere jugar conmigo.
Mom! The toy wants to play with me.
Cristian Gómez Rodríguez
122-127

La doble moral del diseño industrial
en la protección y enriquecimiento
de la identidad cultural
Industrial design double standards
at the protection and enrichment
of cultural identity.
Sebastián Escudero Macías
128-133

Tribuna

Diseño Accesible: Diseño para todos.
Accessible design: Design for all.
Ana María Cárdenas Cano.
136-141

Es posible que el usuario tenga que instalar Acrobat en sus diferentes dispositivos para disfrutar al máximo de la interactividad del PDF. Para instalar Adobe Reader, visita la página oficial de [Adobe](#).

[Contenido](#) [Ver Más](#) [Enlaces](#) [Video](#)

Rev. MasD, ISSN: 2027-095X (En línea),
Vol. 10, N.º18, Ene. - Jun. 2016
Bogotá, D.C., Colombia



UNIVERSIDAD EL BOSQUE
FACULTAD DE DISEÑO, IMAGEN Y COMUNICACIÓN





mas D

Revista Digital de Diseño

MasD, ISSN: 2027-095X (En línea)

Vol. 10, N.º 18,
Ene. - Jun. 2016

Bogotá, D.C., Colombia, [pp. 1 - 141]



UNIVERSIDAD
EL BOSQUE

FACULTAD DE DISEÑO, IMAGEN
Y COMUNICACIÓN

Es posible que el usuario tenga que instalar Acrobat en sus diferentes dispositivos para disfrutar al máximo de la interactividad del PDF. Para instalar Adobe Reader, visita la página oficial de [Adobe](#).



Investigación MasD



En esta sección se publican artículos referidos a investigaciones, indagaciones, problemas en el ámbito del diseño, la imagen, la comunicación, las Industrias Culturales y Creativas, así como procesos de enseñanza / aprendizaje en dichas áreas, siendo su énfasis la publicación de resultados originales de investigación e innovación en la disciplina del diseño en general, donde se problematice, analicen, sistematicen e integren conocimientos específicos del diseño con problemas de nuestro contexto, promoviendo el trabajo interdisciplinar, transdisciplinar y las repercusiones directas que estos tienen en la vida de las comunidades.

MasD, Revista Digital de Diseño,
ISSN 2027-095X, Vol. 10, N.º 18, Ene. - Jun., 2016





Usuario de Flickr Eflon.
Crippled Education System.

Calidad de vida personalizada.

Customized life quality.

Carrasco, Ó. & Medina, P. (2016). *Calidad de vida personalizada*. MasD, Revista Digital de Diseño. Vol. 10, Edición N° 18 Ene - Dic 2015. 38-59
DOI: <http://dx.doi.org/10.18270/masd.v10i18.1721>

Recibido: 13-10-2015
Aprobado: 21-11-2015

Resumen

Este texto es resultado de la investigación para el proyecto El valor estético y otros valores en arte: el lugar de la expresión (FFI2011-23362) que tiene como objetivo analizar, frente a modelos basados en la industrialización, entendida como linealidad y estandarización, nuestras formas de consumo, su personalización y apertura a procesos en red, en los que la participación y experiencia del usuario son factores básicos. En este texto se muestra esta realidad a partir del estudio de varios proyectos que indican vías para una efectiva innovación.

Palabras clave. Diseño, calidad de vida, cultura del proyecto, red, postindustrial, personalización, usuario, diseño de servicios

Abstract

This text is product of the investigation made for the project: Aesthetic value and other values on art: the place of expression (FFI2011-23362), that has as objective to analyze, our paths of consume, its customization and openness to network processes, as opposed to models based on industrialization assumed as linearity and standardization. On this paper this reality is approached from the study of several projects that indicate paths for an effective innovation.

Key words. Design, life quality, Project culture, net, postindustrial, customizing, user, service design.



El diseño es una actividad creativa cuyo propósito es establecer las cualidades multifacéticas de los objetos, procesos o servicios en su ciclo completo de vida. Por lo tanto, el diseño es el factor principal de la humanización innovadora de las tecnologías y el factor crítico del intercambio cultural y económico.

International Council of Societies of Industrial Design (2004).

1. Contexto global

1.1. Personalización

Si intentamos definir el mundo en el que vivimos debemos tener en cuenta que la transformación de los sistemas productivos es un fenómeno que muchas economías han identificado como la consecuencia de una sociedad “postindustrial”, algo que se ha visto enfatizado por un momento de desequilibrios económicos, sociales y ambientales. En efecto, nos hallamos ante un complejo escenario socio-económico en el que se está constatando un cambio de paradigma en el que resultan fundamentales análisis más allá de un campo de saber específico y donde ámbitos como el cultural o el creativo, tradicionalmente secundarios en muchos estudios económicos, se revelan como estratégicamente relevantes para una nueva política de la innovación, la calidad, el bienestar y la sostenibilidad.

La forma de experimentar estos fenómenos también se ha visto modificada, siendo cada vez más frecuente que todos ellos sean percibidos bajo el signo de una creciente aceleración, interconexión, discontinuidad... en un presente en fuga, estableciendo un contexto a cuyos cambios es difícil responder de forma unívoca. Adicionalmente, y cuando aún no hemos entrado en la Tercera Revolución Industrial (como llamó *The Economist* en abril de 2012 a las transformaciones derivadas de la difusión de las impresoras 3D) Luciano Floridi (2014) anuncia la Cuarta al observar cómo la infoesfera está remodelando nuestras relaciones y realidad. En resumen, vivimos tiempos exponenciales cada vez más complejos.

Esta es una realidad que condicionará los procesos futuros. Sin embargo, en este texto vamos a concentrarnos en un fenómeno actual que puede entenderse –desde su formulación en nuestro presente– como la deriva de otros conceptos que van desde el Diseño para Todos a las consecuencias de la tecnologización de nuestra sociedad y a nuestros hábitos de consumo.

En efecto, hoy en día vemos productos audiovisuales cuando y donde queremos; la *customización* alcanza multitud de productos y servicios más allá de temporadas, tallas o dinámicas tradicionales; la publicidad online pasa por análisis que prevén nuestros gustos y hábitos, quedando también bajo el signo de la personalización.

Podemos encontrar nociones similares en corrientes de diseño muy presentes en los últimos años. Tal es el caso del llamado Diseño para Todos, desde que en Estocolmo se definiera –tras los pasos de Ronald L. Mace– como:

(...) hacer posible que todas las personas dispongan de igualdad de oportunidades para participar en cada aspecto de la sociedad (...) [para lo cual] el entorno construido, los objetos cotidianos, los servicios, la cultura y la información (...) deben ser accesibles y útiles para todos los miembros de la sociedad y consecuente con la continua evolución de la diversidad humana.

Anon, 2014.

Este principio se ha relacionado sobre todo con la eliminación de barreras para minusválidos psíquicos o mentales, pero se ha ido ampliando también a un diseño que sea para cualquier persona en cualquier momento, bien porque no se adapta a los estándares, existan circunstancias cambiantes o pueda tener una dificultad temporal. Esto puede situarnos en una situación aparentemente paradójica, ya que el Diseño para Todos es, por definición, “universal”, es decir, lo contrario de “individual”. Sin embargo, como veremos en el primer caso de estudio, se puede llegar a esta universalidad precisamente propiciando la personalización del producto.

En este sentido, podemos afirmar que la personalización actual es una evolución de esta tendencia unida a factores de tipo emocional que surge como rechazo a productos en una sociedad industrial, aunque ahora se aplique también a otras formas de consumo. De hecho, hoy en día se está yendo más allá y constatamos procesos de individualización frente a las habituales conductas masivas, fenómeno que se une a la sensación de tener todo “a mano” en este mundo interconectado y global, como explica Mary Meeker (2015) bajo el concepto de “economía *on-demand*” en sus habituales informes sobre el estado de Internet.

Las nuevas formas están inevitablemente ligadas a procesos digitales, aparecen nuevas figuras, como el “prosumidor” (productor-consumidor), y se anuncian economías tendentes a lo local y lo individual que enfrentan una cultura de consumo a una de participación donde la “co-creación” no es mera retórica. Esta cultura colaborativa, basada en la creciente democratización de nuevas técnicas de producción y creación que tiene los *fab labs* como epicentros y la “cultura abierta digital” como filosofía, tal como explicaba Isabel Valdés Marín (2014), es lo que se conoce como el movimiento *Maker*; con un optimismo sin límites, esta aproximación lleva a Jeremy Rifkin (2014) a proclamar el eclipse del capitalismo gracias al “procomún”.

Sin embargo, está claro que no todo son ventajas y que todo proceso conlleva adaptaciones difíciles y resistencias varias; además, un sistema como el capitalista no se disolverá como la nieve frente al sol de los *commons*. No obstante, la open-culture es una tendencia indudable que enfatiza nuestro “estar conectados” tanto como la creación libre y colaborativa de conocimiento.

Ezio Manzini (2015) en su libro *Design, When Everybody Designs: An Introduction to Design for Social Innovation* confirma esta visión. Debido a las numerosas herramientas disponibles y a la conexión internacional de diferentes comunidades a través de Internet, todos pueden idear soluciones a los problemas que las sociedades afrontan actualmente, implementarlas y compartirlas con otros que puede estar pasando por lo mismo en la otra punta del planeta. La resolución de problemas y el diseño de objetos, estructuras y sistemas han dejado de ser monopolio de los profesionales del diseño para pasar al dominio común. El diseño actual se caracteriza, entonces, por la democratización del proceso de diseño, los diseñadores ya no poseen la exclusividad del proceso creativo ni de la generación e implementación de la innovación. La pregunta es ¿cuál es el papel del diseñador entonces?

1.2. Design thinking y diseño como proceso

Todos estos factores configuran un campo de acción realmente privilegiado para el diseño, sobre todo si lo entendemos como proceso y no únicamente como producto físico; de ser así, entramos en lo que hoy se entiende por *design thinking*, cuya definición parte de lo expuesto por Tim Brown (2009) en el artículo *Change by Design*, con el que presenta el uso de este proceso por la firma IDEO para expandir la forma de pensar utilizada en el diseño.

En el centro de esta nueva definición del proceso de diseño como *design thinking* se halla el término "*user-centered design*", que se generó en el laboratorio de Don Norman en la University of California, San Diego, y que se empezó a usar de manera extendida en la industria después de la publicación de *User-Centered System Design: New Perspectives on Human-Computer Interaction* (Norman & Draper, 1986). Este concepto describe un modelo donde el usuario final de lo que se esté diseñando, ya sea un objeto o un servicio, participa en diversas etapas del diseño, lo cual nos asegura que el producto final sea adecuado para sus usuarios finales. Con la expansión de las tecnologías, el acceso a la programación y la presencia global de la Internet, el método *user centered design* ha dado lugar a que los usuarios hayan pasado de estar en el centro del proceso de diseño a ser diseñadores (Díaz, 2016).

Para profundizar un poco más, sirvan las palabras de Eduardo Beotas, socio fundador de Soulsight:

[el desing thinking] es un enfoque metodológico basado en la forma de crear de los diseñadores o disciplinas más humanistas, aprovechando sus capacidades y herramientas, para aplicarlo en la estrategia y la innovación, dando paso a nuevos modelos de organización, modelos de negocio, servicios o productos desde las personas y para las personas. Una disciplina vital en este momento donde los cambios se dan muy rápido y lo único constante es la incertidumbre

(Medina, 2015, p. 237).

Esta forma de ver el diseño es particularmente útil en este momento socioeconómico ya que se trata de una metodología viva que no aplica un conocimiento fijo sino que instruye en habilidades y ejercicios para afrontar una situación dentro de unos parámetros que contemplan la evolución, el cambio y la adaptación, lo que la hace ideal para organizaciones de cualquier tamaño que se estén enfrentando a un proceso de transformación y que necesiten, precisamente, evolucionar y adaptarse muy rápidamente.

De aquí son muchas las estrategias y metodologías derivadas: *business design*, *service design*, investigación de usuario, co-creación, *storytelling*. En todas ellas permanecen ejes como la conexión con las personas en el plano emocional, generando a través del diseño un servicio y un ecosistema donde se desarrollarán las acciones; ello es fruto de remitirse a los principios del *design thinking* que aplican en sus procesos, observando a los usuarios para darles un mejor servicio.

En tal dirección, dependiendo de la empresa que se consulte varían las fases metodológicas pero, a grandes rasgos, podemos decir que son: contexto (insights)/inspiración, ideación y concepto/implementación. Se trata de entender el entorno para en función de ello generar ideas, soluciones, y a partir de ahí se les da forma con herramientas de prototipado rápido. En todo el proceso es siempre importante aprender de los errores y mantener una visión compartida de todos los stakeholders implicados (Medina, 2015, p. 112-124 y 236-248.).

Por ello mismo, este marco general sirve para desarrollar lo que comúnmente se conoce como *service design*, que tiene en cuenta una concepción sistémica del proceso y la centralidad de la experiencia del usuario. La creciente importancia del *service design* es proporcional al incremento de la complejidad de la gestión de servicios. Pensemos, por ejemplo, en el número de servicios reclamados por tipologías distintas de personas que pasan cada día por un aeropuerto; la innovación que se debe dar en todas las interacciones entre compañía, clientes, usuarios y resto de *stakeholders* se vuelve también exponencialmente más compleja.

Un buen diseño de los servicios implicados en cualquier contexto es lo que suele marcar la diferencia y lo que posiciona mejor a una marca en un momento de máxima competencia. Esto no solo por una cuestión de imagen visual, sino porque un servicio bien diseñado garantiza tener en cuenta todos los factores que intervienen en el proceso y que todo funcione correctamente, favoreciendo la buena experiencia del usuario.

Para no extendernos demasiado, la adaptación de este conocimiento facilita la clasificación de la disciplina del diseño para poder generar una legislación adecuada que sustente y fomente la innovación y la colaboración con otras disciplinas, así como el desarrollo de las industrias creativas y la economía social basada en la innovación. En efecto, el diseño está adquiriendo progresivamente un papel más protagónico como plataforma de conexión entre distintas realidades sociales y empresariales.

Esta es una realidad que se debe potenciar y a la que prestar atención, que plantea el panorama profesional en otros términos. Se ha de ser conscientes –como comentábamos– de la dimensión procesual por encima de la objetual, modificando las premisas y prácticas de la profesión de diseñador ya que actualmente los diseñadores trabajan en la estructura organizativa y en problemas sociales, interacción, servicios y diseño de experiencias (Norman, 2010). En efecto, el diseñador, más que constructor, se convierte en un creador de estrategias adaptables a diversos contextos y circunstancias que aborden campos y sistemas de servicios que hasta hace poco no existían.

Así, podríamos entender la transición experimentada en los últimos años como el paso de un modelo de diseño caracterizado por un conocimiento especializado, desconocido por un cliente que pide medidas concretas, a un sistema donde se trabaja con un equipo de proyecto multidisciplinar y donde, además de resolver las necesidades del modelo anterior, se observa el comportamiento del usuario, aunque quede fuera del proceso creativo; en la actualidad se está tendiendo a un paradigma donde los equipos multidisciplinarios no sólo realizan aquello en lo que están especializados, sino que participan en todas las fases de elaboración del diseño dentro de una red colaborativa, en la que acaba siendo cada vez más importante el usuario como co-creador participativo.

Planteado de otra manera, podemos decir que el diseño tradicional estaría caracterizado por dar forma (crear cosas), por una exclusividad y por ser un ámbito donde las habilidades se enfocan según un qué y, en segundo término, según un cómo, para arreglar problemas a través de un trabajo en solitario o de equipos de trabajo según disciplinas individuales. El diseño actual, en cambio, tiende a concebir el trabajo como proceso, es inclusivo, su qué y cómo se orientan a resolver problemas generando nuevas dinámicas y otras formas de plantear las cosas a través de equipos de trabajo en redes que potencian las disciplinas transversales y colaborativas.

Se abre entonces un interesante campo de experimentación donde realidades locales y globales se encuentren en intersecciones abiertas dando lugar a voces hasta hace poco silenciadas en la cultura del proyecto. Es así como el diseño se está convirtiendo en instrumento fundamental del cambio social, aportando un valor diferencial en el mercado actual.

El diseño, una disciplina siempre volcada hacia el futuro, aparece pues como efectivo transformador de nuestro entorno y como generador de dinámicas orientadas a relacionar convenientemente los ámbitos de investigación y negocio.

2. Casos de estudio

Como resultados del proceso de investigación, presentamos brevemente el análisis de varios casos de estudio para observar la evolución de proyectos realizados en el IED Madrid en la última década, cuyas premisas van desde criterios de Diseño para Todos a las actuales redes y procesos de participación que plantean otras aproximaciones y abren otro tipo de posibilidades.

2.1. Un cajero automático accesible, 2004

Andrés Sánchez y Lucía Marcano.

El proyecto de final de carrera en IED Design Madrid de Andrés Sánchez y Lucía Marcano se creó como respuesta a las distintas barreras que pueden encontrar diversos usuarios a la hora de desarrollar una acción cotidiana como sacar dinero de un cajero automático. No obstante, cabe señalar que si bien se piensa para usuarios discapacitados, finalmente el proyecto se plantea para todo tipo de usuarios, facilitando varias soluciones que permiten personalizar el terminal público para quien lo utiliza.

Desde el principio se detectó la necesidad de ir más allá de los estándares convencionales de diseño, atendiendo así a las distintas tipologías de usuario que no suelen ser consideradas: ciegos o débiles visuales, personas en silla de ruedas o con necesidad de ayudas técnicas para caminar, personas con algún miembro inutilizado, personas con coordinación y resistencia reducida, y personas de edad avanzada. Respecto a estas personas, el análisis inicial detectó varias carencias:

- Las pantallas suelen verse bien solamente con cierta inclinación y desde un ángulo superior a la altura de los ojos; se hace intencionalmente para proteger la privacidad de la información, pero dificulta la utilización del cajero.
- Las teclas tienen poco relieve, son muy planas y hay poca separación entre ellas, lo que dificulta que el usuario sienta si ha presionado correctamente el botón.
- En muchos cajeros no existe el “bip” de pulsación u otro tipo de señales de respuesta alternativas a las ofrecidas a través de la pantalla.
- Las tipografías utilizadas en pantalla no suelen ser lo suficientemente claras para todos los tipos de usuarios, debido también al cuerpo de letra demasiado pequeño. Además, los recibos son poco legibles y la letra es demasiado pequeña.
- Existen muchas opciones de operación del cajero y están mal expresadas, lo que confunde al usuario a la hora de seleccionar qué hacer.
- Los mensajes de texto de la pantalla están mal alineados con su tecla correspondiente, lo que vuelve casi imposible hacer selecciones rápidas y precisas.
- Las pantallas están orientadas verticalmente con alguna inclinación, pero no son aptas para personas que utilicen sillas de ruedas o gente pequeña.
- No existen sistemas alternativos al teclado para acceder a la interface.
- Se necesita una considerable destreza manual y agudeza visual para su uso en general, pero en particular para insertar la tarjeta.

Todos estos problemas detectados empiezan a ser tratados desde las opciones de configuración del cajero: selección de idioma, ajuste de volumen, selección de tamaño de tipografía, ajuste de altura de la pantalla y teclado, y selección del ángulo de inclinación deseado para pantalla y teclado.

En la secuencia de uso, cada etapa del proceso va diferenciada por una viñeta ubicada en el borde superior de la pantalla, allí se encuentra un texto que ubica al usuario dentro de la jerarquía de la operación que realiza. Además, cada fase tiene asignado un color, remarcando así de una forma más intuitiva las distintas etapas.

Si seguimos lo que podría ser una operación normal:

1. Introducción de la tarjeta. El usuario es guiado por mensaje de voz (en 4 idiomas), activado por un sensor que detecta una persona frente la máquina. El mensaje de voz va acompañado por luces intermitentes que indican el camino a seguir para llevar la tarjeta hacia la ranura. Al introducirse una tarjeta correctamente, se abre la persiana y la pantalla se encuentra ubicada en su posición inferior.
2. Configuración de las opciones de cada usuario. La primera característica que se aprecia es su posición exterior, al no estar imbuido en la pared se puede acceder también con silla de ruedas cómodamente y el propio cajero te da la posibilidad de alzarle o bajarle, adecuándose así a la altura del usuario. También se puede inclinar la pantalla, fundamental para la altura, pero también en otras condiciones, como evitar el reflejo del sol, de ahí que sirva para todo tipo de usuario. Y además de idioma u otras selecciones, también se personaliza el cuerpo del texto, pudiendo agrandarlo en caso de dificultad visiva.



3. Introducción del PIN: por voz y texto, recibiendo una confirmación audible y gráfica de la pulsación de cada tecla del número.
4. Selección de operación a realizar. Debe aparecer un menú muy claro con las operaciones permitidas, por voz y texto.
5. Retirada de dinero y recibo. Luces intermitentes para indicar los lugares pertinentes.
6. Retirada de la tarjeta y cierre del cajero. Se facilita la recogida de la tarjeta (se piensa sobre todo en manos con artrosis) y el cajero se cierra por seguridad y mantenimiento; estructura que sirve para la personalización del mismo cajero.

Como vemos, tras unos principios sensibles a la discapacidad, se consigue un producto personalizable para cualquier persona en cualquier circunstancia.



2.2. MedFE, 2012

Óscar Carrasco.

Este proyecto dentro del IED Visual Madrid se sirve de un momento histórico en el desarrollo de tecnologías y avances en tiempo en busca de eficacia. Uno de los sectores donde se observan mayores posibilidades de mejora, y que hasta ahora no ha sido suficientemente explotado, es el médico, más aún si consideramos que se trata de un sector que viene sufriendo en los últimos años un progresivo aumento de la carga de trabajo, lo que se traduce en una menor cantidad de tiempo por paciente. En efecto, se calcula que la falta de una gestión más eficiente implica aproximadamente el desaprovechamiento del 38% del tiempo.

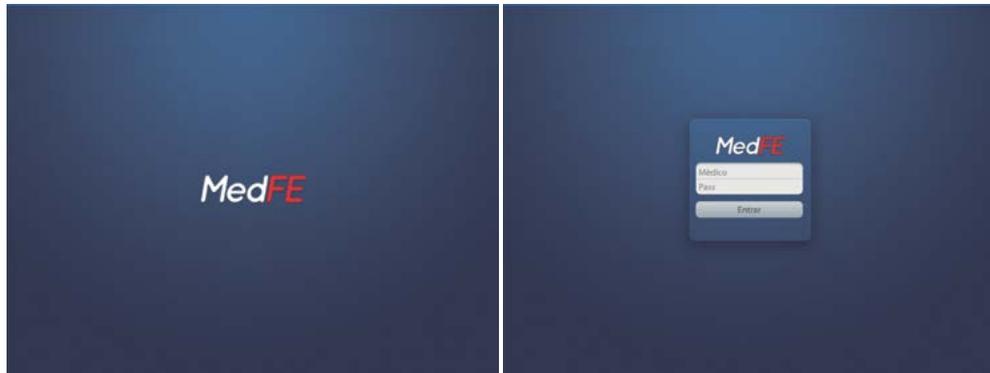
Este proyecto es concebido como una aplicación digital encaminada a lograr un mayor rendimiento de la jornada laboral del doctor, habiéndose analizado en un primer momento el campo específico de la pediatría.

Se presenta así como un servicio a utilizar en tablets, aprovechando su difusión y la posibilidad de realizar tareas de cierto grado de complejidad sin la necesidad de un ordenador, facilitando así su transporte por parte del doctor.

En concreto, esta aplicación está destinada al monitoreo de pacientes, incidiendo principalmente en el diseño de la interface, ya que debe ser estructurado de manera tal que cualquier usuario sea capaz de utilizarla sin ayuda, además de ser lo bastante cómoda y atractiva para sentirse a gusto utilizando la aplicación como herramienta principal en su jornada laboral. Se busca su fácil manejo y que el producto resulte cercano e intuitivo para el colectivo médico.

Desde la propia identidad corporativa se ha elegido una gama cromática que adopta una simbología de los tonos habitual en el ámbito médico. Pero lo principal es el desarrollo de la interface, sus principales características son simplicidad y concreción. Investigando sobre UX (experiencia de usuario), se creó una interface que sirva para navegar con un número de "clicks" bastante reducido y que fuera usable, teniendo en cuenta que la edad de los pediatras está comprendida entre los 27 y 60 años.

MedFE



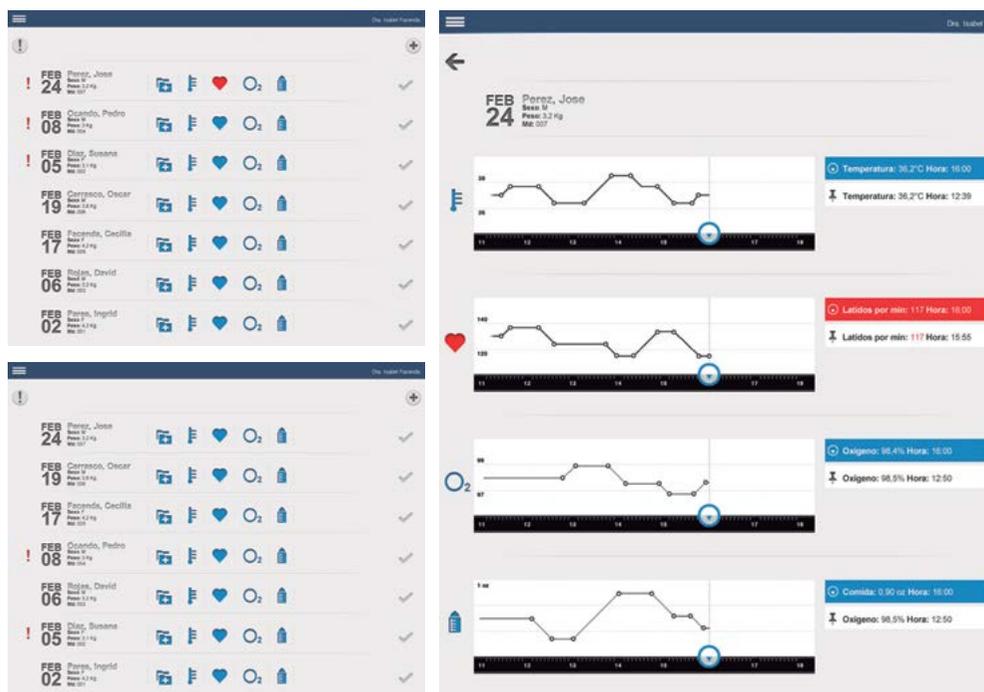
Para la creación de la interface, desde el punto de vista gráfico y de la creación de un historial médico, se tuvo como principal referencia la creada por Alex Bystrov, dada su capacidad para resolver los contenidos de forma simple, distribuyéndolos con pocos recursos. Adicionalmente se consideró la interface creada por Alexander Zhestkov, por su capacidad para mostrar cómo archivar diferentes perfiles de una manera compacta y sencilla, haciendo visibles datos de interés a lo largo del espacio designado a cada perfil. Asimismo, también se reconocen como inspiraciones para el proyecto la página web Event & Music de Martin Oberhäuser, Facebook Facelift de Barton Smith y la aplicación para iPhone Kindara de Elena Galitsky.

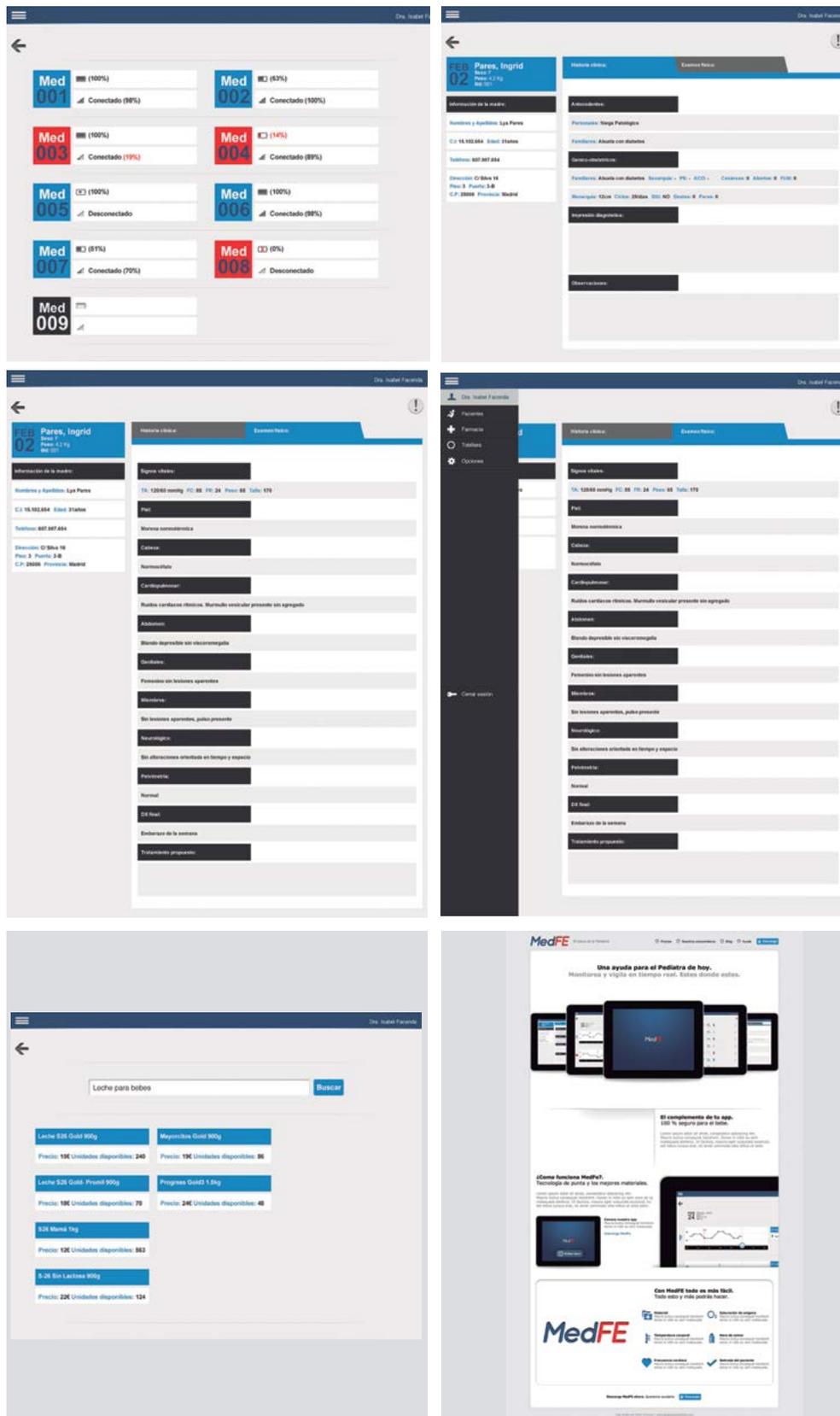
El resultado es una interface que maneja distintos perfiles con varios datos de interés de forma muy intuitiva y completa, fundamental para el tratamiento de cada paciente. En este caso se aplica al monitoreo de pacientes cuyo tiempo estimado en el hospital después de nacer es de 4 días (si el bebé nace sin complicaciones), y teniendo en cuenta que la capacidad de las maternidades en un hospital es de una media de 20 bebés, aproximadamente.

De esta forma, se necesita que los perfiles sean comprimidos para evitar los largos scrolls en la aplicación. Se opta pues por un menú desplegable, lo cual es bastante efectivo para poder sacarle mayor provecho al espacio y dejar ver al usuario solamente lo que necesita ver.

Todo esto se completa con una tobillera para cada paciente, conectada por wi-fi con la tablet para enviar en tiempo real los datos sobre los parámetros establecidos (saturación de oxígeno, temperatura corporal, horario de comidas, etc.).

En conclusión, MedFE (en inglés, Medicine: medicina, Far: lejanía, Eye: ojo) es una aplicación pensada para el monitoreo de los pacientes, que permite la gestión eficaz de varios de ellos y el tratamiento personalizado de cada uno.





2.3. Welcome Bike, 2012

Pierandrea Vasi, Paola Andrea Antezana, Ana Baselga Eisen, Óscar Carrasco, Isabel Collado, Marta Contreras, Jorge de la Cruz, Carmen Delgado, Ajelandra Franchina, Carlos Gala, Ignacio García, Enrique Mellado, Marta Moreno, María Palomo, Andrea Salinas y Diana Vernaza, dirigido por Paul Heredia.

Hasta ahora hemos mostrado brevemente dos buenos proyectos donde los diseñadores identifican unos problemas y crean soluciones a los mismos. A partir de ahora se plantea un paso más, aún desde el diseñador como ejecutor del proyecto, pero en el que el carácter procesual y adaptativo adquiere un peso mayor.

Welcome Bike es el resultado de un *workshop* realizado dentro de MéxicoDesignNet, segunda etapa de *workshops* internacionales desarrollados simultáneamente para mejorar la vida en las ciudades, tras su inicio en MadridDesignNet, proyecto del que hablaremos más adelante.



Este proyecto es concebido inicialmente como un sistema integral de servicios para los usuarios de bicicletas, presentes y futuros, de la ciudad de Madrid, aprovechando los recursos existentes para apoyar a los ciclistas mientras se solucionan sus problemáticas cotidianas sin necesidad de grandes inversiones en infraestructura.

El objetivo es fomentar el uso de la bicicleta, teniendo en cuenta características propias del lugar tales como una orografía difícil para usuarios incapaces de afrontar desniveles bruscos, y las diversas necesidades en el almacenamiento, aparcamiento y uso de los diversos tipos de usuarios.

Para encontrar soluciones a este panorama, se plantean diversas soluciones interrelacionadas, actuando en 4 niveles diferentes: Movilidad, Almacenamiento, Mantenimiento y Formación ciudadana.

Movilidad: servicio de información a través de web y aplicación móvil para mejorar la movilidad en bicicleta y fomentar el uso de ésta como medio de transporte habitual, una web en la que se puede obtener información específica para trayectos en bicicleta en el centro de Madrid. Es importante señalar que estos trayectos se pueden personalizar en función de orografía, tráfico y tiempo empleado, entre otras variables, para que el usuario encuentre la mejor ruta en función de sus gustos y capacidades. Se completa el servicio con aplicaciones para *smartphones*, que incluyen rutas personalizadas para trayectos en bicicleta con información sobre distintos puntos de interés como rutas más seguras, zonas de obras, rutas específicas en función de las necesidades del usuario, etc. Los propios usuarios podrán participar en el proyecto aportando información.

Area: San Bernardo - Malasaña- Chueca



Almacenamiento: instalaciones urbanas para el almacenamiento de bicicletas en las zonas más céntricas de Madrid para mejorar las soluciones actuales, que resultan ineficientes y casi inexistentes, implementando instalaciones adecuadas y ubicadas estratégicamente en la ciudad. De manera que el usuario pueda desempeñar sus actividades y almacenar con tranquilidad su bicicleta.



Mantenimiento: es un servicio destinado al cuidado de la bicicleta y al usuario. Compuesto por una serie de elementos que ayudan al ciclista a mantener su vehículo en perfectas condiciones en cualquier momento y en cualquier lugar. Se ponen a disposición del usuario una serie de elementos de reparación, mantenimiento de la bicicleta y amparo del ciclista. Por un lado, el servicio lo puede gestionar el propio usuario, ayudándose de una serie de herramientas (kit de supervivencia) en kioscos 24h o mediante un tercero (un taller). El Kit de supervivencia ciclista está compuesto por un botiquín para la bicicleta con herramientas básicas, un seguro ciclista y un registro por matriculación.



“Kit de supervivencia ciclista”

1. Botiquín de tu bici:



Formación ciudadana: soporte de difusión con el objetivo de incentivar el uso de la bicicleta como medio de transporte alternativo. Además de informar sobre normativas y beneficios del uso de la bicicleta y los servicios de Movilidad, Almacenamiento y Mantenimiento que ofrece *Welcome Bike*. La comunicación se realizará a través de aplicaciones físicas (como carteles), página web y aplicaciones para iPhone e iPad. Asimismo, se realizarán con acciones en la ciudad tales como *happenings* o *performances*.

En su conjunto, todas estas acciones resuelven las dificultades de un lugar específico y posibilitan que cada usuario encuentre soluciones a sus características y necesidades concretas. Todo ello, fomentando el uso de la bicicleta, generando servicios eficientes que incentiven a los no usuarios y faciliten su uso a los usuarios ya existentes.



¿Quiénes somos?

Phasellus non egestas lorem. Morbi diam odio, tempus in pretium et, rhoncus ac tortor. Vivamus et leo id libero sagittis consequat. Proin gravida, tortor id porta elementum, mi tortor aliquet turpis, accumsan elementum urna magna sed lorem.

Vestibulum pulvinar consectetur nisi, sit amet tempus turpis varius dapibus. Vestibulum magna arcu, molestie a dignissim sit amet, luctus id lectus. Quisque id elit nulla, quis tempus erat. Praesent sed enim venenatis nibh placerat sodales non ut nunc.

ALMACENAMIENTO

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Duis eu purus tortor. Integer ipsum mi, suscipit et molestie quis, ultrices vel quam.

Ut vehicula sem a ipsum varius sit amet posuere nibh commodo.

MANTENIMIENTO

Sed felis neque, consequat non dignissim in, semper eget nisi. Mauris placerat erat vel odio facilisis vitae ultrices magna tristique.

MOVILIDAD

Quisque id elit nulla, quis tempus erat. Praesent sed enim venenatis nibh placerat sodales non ut nunc. Sed sollicitudin rutrum odio, tincidunt aliquet est facilisis sed.

FORMACIÓN CIUDADANA

Vestibulum pulvinar consectetur nisi, sit amet tempus turpis varius dapibus. Vestibulum magna arcu, molestie a dignissim sit amet, luctus id lectus. Quisque id elit nulla, quis tempus erat. Praesent sed enim venenatis nibh placerat sodales non ut nunc.

Contacto

0034 913 606 157
contacto@welcomebike.com



1 BiciSeguro Básico		*¿Por qué elegir este seguro? Porque es el más barato de la BiciSeguro	
<input checked="" type="checkbox"/> Asistencia en caso de avería (2.000 €)	<input checked="" type="checkbox"/> Reparación y traslado de la bicicleta	<input checked="" type="checkbox"/> Seguro robo	<input checked="" type="checkbox"/> Protección de la bicicleta
			37,35 €
2 BiciSeguro Amplio		*¿Por qué elegir este seguro? Porque es el más completo de la BiciSeguro	
<input checked="" type="checkbox"/> Asistencia en caso de avería (2.000 €)	<input checked="" type="checkbox"/> Reparación y traslado de la bicicleta	<input checked="" type="checkbox"/> Seguro robo	<input checked="" type="checkbox"/> Seguro robo y traslado de la bicicleta
<input checked="" type="checkbox"/> Reparación y traslado de la bicicleta	<input checked="" type="checkbox"/> Asistencia en caso de accidente (1.000 €)	<input checked="" type="checkbox"/> Seguro robo	<input checked="" type="checkbox"/> Seguro robo y traslado de la bicicleta
<input checked="" type="checkbox"/> Protección de la bicicleta	<input checked="" type="checkbox"/> Reparación y traslado de la bicicleta		
			52,95 €
3 BiciSeguro Todo Riesgo		*¿Por qué elegir este seguro? Porque es el más completo de la BiciSeguro	
<input checked="" type="checkbox"/> Asistencia en caso de avería (2.000 €)	<input checked="" type="checkbox"/> Reparación y traslado de la bicicleta	<input checked="" type="checkbox"/> Seguro robo	<input checked="" type="checkbox"/> Seguro robo y traslado de la bicicleta
<input checked="" type="checkbox"/> Reparación y traslado de la bicicleta	<input checked="" type="checkbox"/> Asistencia en caso de accidente (1.000 €)	<input checked="" type="checkbox"/> Seguro robo	<input checked="" type="checkbox"/> Seguro robo y traslado de la bicicleta
<input checked="" type="checkbox"/> Protección de la bicicleta	<input checked="" type="checkbox"/> Reparación y traslado de la bicicleta		
			83,52 €



2.4. DesignNet, 2010

El IED Madrid es un agente activo de transformación social, cultural y económica. Su actividad formativa y cultural invita a instituciones, universidades, empresas y comunidades a participar en proyectos de diverso tipo y escala, generando procesos de cambio que inciden en la vida de la ciudad desde nuevas formas de colaboración, nuevas formas de trabajar, nuevas formas de pensar y construir.

Dentro de esta filosofía, han sido fundamentales los proyectos DesignNet, orientados a construir soluciones para los contextos de estudio, aprovechando las posibilidades de acción colaborativa que los avances tecnológicos ofrecen en los últimos años.

A partir de las experiencias de los tres proyectos DesignNet, desarrollados por el IED en Madrid, México y Perú, se abre la posibilidad de pensar en formas de colaboración donde la industrialización, de paso a prácticas laborales y formativas más personalizadas y en red, con el cambio de jerarquías y roles que ello supone.

No obstante, por encima de filias tecnológicas, es importante pensar el sistema completo en el que se desarrollan estas prácticas, enfatizando las nuevas metodologías y las dinámicas (abiertas y cerradas) que se generan entre los distintos agentes, tanto en un ámbito empresarial como en uno pedagógico, en un contexto en incesante cambio, global y con una creciente complejidad. Un proceso como el propuesto sirve para dar respuesta a esta realidad y para apuntar nuevos modelos de acción.

Operativamente, estos proyectos se han llevado a cabo a través de *workshops* internacionales simultáneos, buscando una creatividad diversa para las ciudades, en los dos primeros casos, y por medio de un concurso internacional en el último. Acciones que vienen acompañadas por una serie de actividades culturales y por el reforzamiento de vínculos entre diversas instituciones docentes en varios países del mundo.

El desarrollo *in progress* de este proyecto expone la elaboración y aplicación de estrategias de innovación en la gestión empresarial y en los modelos didácticos, promoviendo aquellas iniciativas que han sabido conjugar mejor el análisis de su contexto de social y tecnológico con la invención de procesos creativos y funcionales. En efecto, se torna fundamental el uso de metodologías específicas para el desarrollo de estos proyectos en red, que garantizan unos resultados en una línea de tiempo concreta y que permiten la comparación entre los proyectos llevados a cabo en distintos grupos de trabajo.

Se trata del *IED ToolKit*, una herramienta creada para los participantes en los workshops de MadridDesignNet, pensada para las personas involucradas en la innovación, la gestión horizontal del conocimiento y la evaluación de los productos

en el contexto real, tanto global como local. Potencia así la creatividad colectiva y el lado lúdico del diseño, focalizando las necesidades reales de los usuarios y receptores de la innovación. Incluye en su método distintas actividades que fomentan la investigación práctica y social, además de varias tácticas ya conocidas en el mundo de la creatividad.



Estos grupos de trabajo son el campo de análisis empírico y sus resultados son interpretados como parte de un sistema, es decir, entendiendo el modelo en su conjunto para extraer aquellos resultados que permitan entender los procedimientos y las dinámicas propuestas. De ahí que se muestren aquellos elementos que diferencian cada caso particular y los que pueden ser universalizados con más facilidad. Por tanto, si bien la metodología está orientada a extraer conclusiones estructurales que puedan ser aplicables a otros casos, también se atienden elementos contextuales, ya que todo proceso creativo se halla supeditado a unas necesidades objetivas, sociales y temporales.

Entre los objetivos de este proyecto se encuentra establecer nuevas formas de colaboración profesional, fomentando la investigación y procesos creativos, desarrollar el tejido urbano y empresarial de distintas ciudades y, tras todo ello, activar procesos didácticos y metodológicos que aprovechen las nuevas tecnologías y sus posibilidades de colaboración dentro de un nuevo modelo que favorezca el análisis y la interpretación de contextos cambiantes.

Precisamente con este objetivo, el Project manager de *DesignPass*, la nueva plataforma online para el desarrollo de los *DesignNet*, enfatiza la especificidad de cada miembro a través de la definición de su perfil según unos parámetros establecidos, además de otras variables como su nivel de ocupación en un calendario. Esto permite identificar los miembros más pertinentes para cada proyecto, disponiendo las herramientas para construir grupos multidisciplinares en red y la posibilidad de responder simultáneamente desde distintas partes del mundo a cada reto.

A día de hoy se han realizado ya las 3 primeras etapas, siendo el reto principal de futuro convertir todo el proceso en una red de colaboración de larga duración. Todo esto ya va teniendo sus consecuencias, como la creación de colaboraciones estables con otras instituciones, siempre dentro de la misión central que mueve estas iniciativas: ser un agente de cambio que trascienda los actuales procesos de educación e innovación, señalando un espacio de relaciones donde la interacción con el conocimiento y el lenguaje del diseño propicien y construyan nuevos modos de vida.

Perú Design Net

Trayectoria



Madrid Design Net

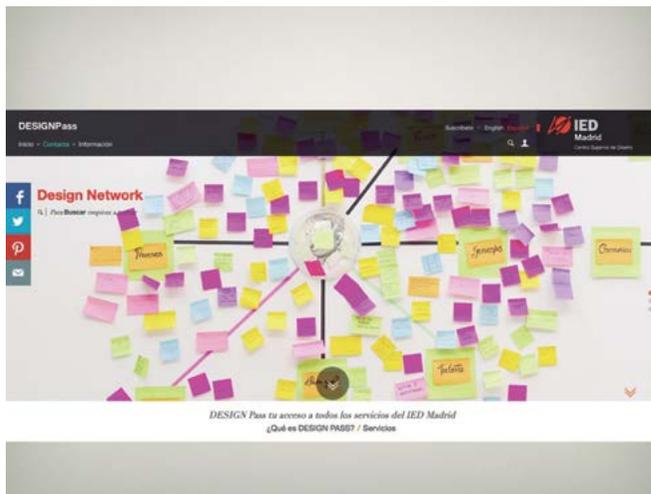
¿Cómo mejorar la ciudad?
Proyectar el concepto de ciudad

México Design Net
mexicodesignnet.com

¿Cómo mejoramos los servicios en la ciudad?
Entender cómo vivimos en la ciudad

Perú Design Net
perudesignnet.com

¿Cómo activar una economía basada en innovación y diseño?
Generar un ecosistema de innovación



3. Últimas consideraciones

Proyectos como el que acabamos de exponer indican una vía posible de efectiva innovación, a la que se están ya incorporando muchos de los avances sociales y tecnológicos descritos al inicio, y que mostrará la exposición *New Craft* en Milán. Esta transición, a través del breve recorrido por varios proyectos de diseño, nos enseña una evolución donde las fórmulas industriales no logran ya satisfacer las necesidades de un usuario que reclama soluciones a medida y la participación en el propio proceso, factor ya presente en los DesignNet.

Esta situación reclama una innovación disruptiva, que obliga a pensar la sociedad con parámetros diferentes a los de la Segunda Revolución Industrial. Evidentemente esto nos sitúa en un marco de transición entre formas industriales y un nuevo tipo de sociedad-red, que hace de este momento un laboratorio extraordinario.

En ese sentido se mueven las nuevas tendencias descritas al inicio, dentro de un espacio de experimentación y colaboración donde el diseño como disciplina y plataforma que conecta diversos espacios de acción social, económica y formal, acaba cobrando cada vez mayor centralidad a la hora de construir sociedad.

En efecto, como dice Bruce Nussbaum (2014): “cuando las personas hablan de innovación en estos tiempos realmente hablan de diseño”. Al respecto, podemos encontrar muchísimos comentarios similares en otros autores como Sarah Diamond y Linda Lewis (2011), todos orientados a la conveniencia y actualidad de llegar a la innovación a través del diseño.

Herbert Simon, el Premio Nobel de Economía, afirmaba: “Diseñar es cambiar las situaciones existentes en otras más deseables”. El diseño se convierte entonces en un generador de cambio, siendo el buen diseño el que puede mejorar nuestro mundo y aportar un valor diferencial.

De esta forma, entendemos el diseño como algo orientado directamente a la construcción de realidad, para producir unas condiciones de vida mejores. Esta dimensión hoy se completa con un diseño sensible al gusto del usuario, recordando que un buen diseño debe ser fácil de utilizar, ha de ser accesible y ha de potenciar la ecoeficiencia, el uso de energías alternativas y materiales sostenibles.

Por tanto, ser diseñador en la actualidad implica provocar acciones que motiven un cambio significativo, incluso en la forma de usar lo que tenemos, no necesariamente produciendo objetos nuevos. El diseño tiene que ver con la transformación del mundo y, por ello, es una disciplina esencialmente en continua renovación.

4. Referencias

- Anderson, C. (2012). *Makers. The New Industrial Revolution*. Nueva York. Crown Business.
- Anon, (2014). [online] Available at: <http://www.diseñoparatodos.es/Paginas/default.aspx> [Accessed 12 Ene. 2015].
- Brown, T. (2009). *Change by Design, How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation*. Nueva York. Harper Collins.
- Diamond, S. & Lewis, L. (2011). *Innovation by design: differentiator in the digital age*. Options Politiques.
- Díaz, A. (2016). *El nuevo perfil del diseñador*. En Jarauta, Francisco y Medina, Pedro, Cuadernos de Diseño 5: Pedagogías. Madrid. IED Madrid.
- Floridi, L. (2014). *The fourth revolution. How the infosphere is reshaping human reality*. Oxford. Oxford University Press.
- Manzini, E. (2015). *Design, When Everybody Designs. An Introduction to Design for Social Innovation*. Cambridge (Massachusetts). MIT Press.
- Medina, P. (ed.) (2015). Nueva economía 20+20. *Economía del Diseño*. Madrid. Fundación EOI.
- Meeker, M. (2015). *Internet Trends 2015 – Code Conference*, en Kleiner Perkins Caufield Byers, 27/05/2015. <http://www.kpcb.com/internet-trends> [accedido el 01/06/2015].
- Norman, D. & Draper, S. (1986). *User Centered System Design*. Nueva York. Hillsdale.
- Norman, D. (2010). *Why Design Education Must Change*. En Core77, nº 26.
- Nussbaum, B. (2014). *Creative Intelligence*. Harper Collins y creativeintelligence-book.com
- Rifkin, J. (2014). *La sociedad de coste marginal cero*. Barcelona. Paidós.
- Valdés, I. (2014). Consumir diseño en la era digital. En Jarauta, Francisco y Medina, Pedro (eds.), *Cuadernos de Diseño*, nº 4. Madrid. Editorial IED Madrid.
- VV.AA. (2012). *A third industrial revolution*. Special report: manufacturing and innovation. En The Economist. 21/04/2012.

Periodicidad semestral
Info. general editormasd@unbosque.edu.co
Correspondencia editormasd@unbosque.edu.co
Dirección postal Universidad El Bosque,
Facultad de Diseño, Imagen y Comunicación
Tél.: (+57 1) 648 90 00 ext.: 1133
Av. Cra. 9 N.º 131 A - 02, Bloque F, 3er piso,
Bogotá D.C., Colombia

Miembros en



International Council
of Societies of Industrial Design
A Partner of the International
Design Alliance



MasD Revista Digital de Diseño es una publicación seriada semestral, editada por la Facultad de Diseño, Imagen y Comunicación de la Universidad El Bosque. Las opiniones expresadas por los autores no corresponden necesariamente con las de la revista, Facultad o Universidad.



Los contenidos de la revista pueden reproducirse y distribuirse con las restricciones definidas por la Licencia **CREATIVE COMMONS** Atribución-NoComercial-CompartirIgual 2.5 Colombia (CC BY-NC-SA 2.5 CO).

Universidad El Bosque

Directivas **Dr. Rafael Sánchez París**
Rector
Dra. María Clara Rangel Galvis
Vicerrectora Académica
Dr. Francisco José Falla Carrasco
Vicerrector Administrativo
Dr. Miguel Otero Cadena
Vicerrector de Investigaciones
Dr. Luis Arturo Rodríguez B.
Secretario General

MasD, Revista Digital de Diseño

Dirección General **Juan Pablo Salcedo Obregón**, D.I., M.A.
Decano, Facultad de Diseño, Imagen y Comunicación

Comité Editorial **Tania Delgado Barón**, D.I./Ph.D.
(Colombia), Universidad El Bosque.

Adriana Gómez López, Ph.D.
(Colombia), Universidad de Caldas.

Mauricio Mejía, D.I./Ph.D.
(Colombia), Universidad de Caldas.

Raúl Domínguez, Ph.D.
(Colombia), Universidad Pontificia Bolivariana.

Comité científico **Juan Carlos Arias**, D.I./M.Sc.
Carmen Lucía Vargas Mayo, D.I.
Fabián Herrera Cáceres, D.I./M.A.
Leonardo Morales, D.I./M.Sc.
Felipe Ramírez Gil, D.I./M.Sc.
Jorge Barriga Monroy, D.I./Ph.D.
Melissa Ballesteros Mejía, D.I./M.A.
Laura Martínez Zuluaga, D.I./M.A.

Editor **Fabio Andrés Vinasco Ñ.**, Arq., M.A.

Centro de Diseño y Comunicación
Facultad de Diseño, Imagen y Comunicación.

Coordinación **Medios Virtuales**
Ángela María Cañón Piñeros, D.G./M.A.

Diseño **F. Alexander Castañeda D.**, D.G.

Diagramación **Sergio Cabrera**, D.G.

Ilustración **Portada, Shalems Neyk Sotelo Muñoz**



mas D

Universidad El Bosque
Facultad de Diseño, Imagen y Comunicación



Instrucciones para los autores

 Information for authors

Nota para nuestra comunidad académica, investigadores y otros interesados en postular artículos o textos en el área del Diseño, Imagen y Comunicación, y sus áreas afines.

MasD, Revista Digital de Diseño, es la publicación semestral de carácter divulgativo de la Facultad de Diseño, Imagen y Comunicación de la Universidad El Bosque. Publica artículos originales, inéditos, que no estén sometidos a procesos editoriales en otros escenarios de divulgación, referentes a investigaciones, indagaciones, problemas inscritos en el área general Humanidades, Sub-área Artes de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), en el ámbito de las disciplinas del Diseño Industrial, el Arte, la Historia del Arte, el Diseño Arquitectónico, las Artes de la Representación (Musicología, Ciencias del Teatro, Dramaturgia), los Estudios del Folclor, los Estudios de Cine, Radio y Televisión, la Arquitectura y Urbanismo, y otros diseños, así como procesos de enseñanza / aprendizaje en dichas áreas, siendo su función principal la referida a la publicación de resultados originales de investigación e innovación en la disciplina del diseño en general, así como en el trabajo interdisciplinar, transdisciplinar y de colaboración en otras disciplinas, con repercusiones directas en torno al área de la revista.



1

Público objetivo

Para la Facultad de Diseño, Imagen y Comunicación de la Universidad El Bosque, el amplio campo de acción en torno al diseño, como actividad social, plástica y cultural, debe responder de manera activa a los retos que hemos de abordar en el siglo XXI, teniendo siempre como balanza del ámbito económico la necesidad de aportar a la calidad de vida de las personas y la sostenibilidad de sus entornos.

En esta perspectiva, el público objetivo de MasD está conformado por estudiantes, docentes, investigadores y profesionales en el área del Diseño, la Imagen y la Comunicación, y el ámbito transdisciplinar de éstas con las ciencias humanas, sociales, aplicadas y básicas, y aquellas relacionadas con la generación de conocimiento asociado a sus áreas temáticas, incluyendo su pedagogía y epistemología, así como la producción de obras afines a dichos campos.

2

Condiciones

MasD, Revista Digital de Diseño invita a los docentes, investigadores y miembros de las comunidades académicas y productivas, así como a interesados de otras entidades nacionales e internacionales, a presentar sus artículos según las siguientes condiciones de convocatoria:

- La recepción de documentos se realizará en periodos semestrales, declarándose abierta de manera permanente. Los textos recibidos formarán parte de los procesos de selección y estarán regidos por la periodicidad de los mismos, con un tiempo mínimo de arbitraje de dos meses.
- Los artículos recibidos para postularse a participar en el proceso de arbitraje, bien sea de forma física o digital, deben ceñirse a las siguientes características: El texto del artículo en formato pdf editable o de procesador de texto similar, ajustado a las instrucciones para autores y sin referencias de ningún tipo que permitan establecer la autoría del mismo para preservar el anonimato del proceso de evaluación; debe diligenciarse, adicionalmente, e incluir en el envío, el Formato de Información Biográfica del Autor debidamente diligenciado, disponible en la página de la revista <http://masd.unbosque.edu.co/>; el Formato Cesión de Derechos y Originalidad disponible en la misma página, debidamente diligenciado; archivos separados con las imágenes y gráficos que formen parte del artículo, con una resolución mínima de 300 ppp y 10 cm de base.

Todo artículo presentado para nuestra sección Investigación MasD será incluido en el proceso de arbitraje por pares ciegos (*peer review double blind*) en un proceso de total anonimato tanto para autores como para arbitradores, por lo que insistimos en que los artículos sometidos al proceso no deben tener ninguna referencia o indicación de su autoría. En ningún caso o circunstancia se comunicará a lectores o autores la identidad de quienes participan en el proceso.

3

Tipo de artículo

Dado el carácter de divulgación de MasD, Revista Digital de Diseño, el cuerpo de la revista está compuesto de tres secciones: Investigación MasD, Diseño U El Bosque y Tribuna. Para cada una de éstas se seleccionan artículos con características particulares, siendo Investigación MasD la sección principal del cuerpo editorial, cuyo objetivo principal es el de establecer vínculos entre la Facultad de Diseño, Imagen y Comunicación con el escenario de investigación global.

4

Formato

Recomendaciones de presentación a los autores.

En adición a los formatos referidos al envío del artículo, expuestos en el apartado de Condiciones, solicitamos a los autores enviar con el archivo digital los pies de página y derechos de autor correspondientes a las imágenes que ilustren o se deseen incluir en el mismo, bien sea en formatos vectoriales o en alta resolución, en al menos 300 ppp y 10 cm de base.

El texto del artículo debe estar en fuentes Arial o Times New Roman a 12 pt.

La margen máxima del texto ha de ser 2.54 cm en cada hoja que conforme el artículo.

El espaciado ha de ser de 1 ½ renglones.

En conjunción con estas condiciones mínimas, sugerimos a los autores el uso de una redacción que procure claridad y concisión al expresar sus ideas, utilizando una voz activa que exprese claramente el papel del autor en el proceso de investigación expuesto.

El artículo debe incluir los siguientes datos de encabezado:

- 1. Título:** enunciado de manera explicativa y concisa, de tal manera que su consulta permita establecer aquellas variables del contenido que permitan familiarizar e interesar al lector con el mismo. El número máximo de palabras permitido es 10. El subtítulo es opcional, pero, de utilizarse, ha de complementar o aclarar expresamente el título del mismo.
- 2. Resumen o abstract:** este debe señalar, de manera precisa, breve, coherente e inteligible, el contenido del artículo, presentando aquellos aspectos a resaltar de las conclusiones presentadas en el mismo. Sugerimos una extensión máxima de 150 palabras.
- 3. Palabras clave (Keywords):** Para la presentación de éstas sugerimos utilizar el thesaurus de la UNESCO (<http://databases.unesco.org/thesaurus/>), u otro similar, que permita al lector establecer fácilmente el campo o campos contextuales a los que se dirige el artículo.

En cuanto al contenido del artículo, su cuerpo textual, sugerimos guiarse por las siguientes recomenda-

— IV, I-VII — ciones de exposición:

4. Introducción: plantear el problema o asunto principal de la investigación de la cual se desprende el artículo, presentando de manera breve antecedentes pertinentes, el objetivo que señaló el desarrollo de la investigación, y el fundamento conceptual de la misma, de ser pertinente a la exposición del texto.

5. Metodología: puesto que los artículos obedecen a la definición tradicional de investigación, sugerimos incluir un corto párrafo en que se presente la población objetivo de la investigación, los instrumentos que permitieron aproximarse al problema, y los procedimientos llevados a cabo en el proceso.

6. Cuerpo principal del Texto: sugerimos una extensión máxima de 5000 palabras, en concordancia con lo sugerido por la Asociación Americana de Psicología (APA por su sigla en inglés). En tal sentido, solicitamos a nuestros autores limitar al máximo el uso de pies de páginas y notas aclaratorias, y que cuando estas sean de carácter pertinente no excedan los tres renglones y/o 40 palabras. De ser necesario más espacio, vemos necesario incorporarlas en el cuerpo textual.

En el cuerpo principal cabe mencionar los datos recolectados y su tratamiento estadístico, tratando siempre de no exponer casos individuales o puntualizaciones no necesarias que puedan implicar una deformación tendenciosa de los casos de estudio, excepción hecha de que estos sean el objetivo principal del texto (estudios de caso único).

6.1. Discusión: como un complemento a la presentación de los datos recolectados, recomendamos utilizar la estrategia de discusión como momento para evaluar y presentar interpretaciones implícitas en la observación y resultados de la investigación, cómo estos se relacionan con la hipótesis, objetivo o problema presentado en la introducción, la contribución al campo general de estudio realizada con la investigación, y toda presentación contextual de la misma que permita al lector establecer comparaciones, avances e innovaciones que represente el estudio.

5

Referencias y citas a pie

5.1. Referencias bibliográficas

Los autores deben emplear como modelo de citación el expresado por APA, de la siguiente manera:

Libros. Apellido del autor, Inicial del nombre. (Año de publicación) *Título de la obra* (Edición). Localización: Editorial.

Capítulo de un libro. Apellido del autor, Inicial del nombre. (Año de publicación) *Título del capítulo*. Apellido del Editor, Nombres.) *Título del libro* (páginas del capítulo). Localización: Editorial.

Revistas o publicaciones seriadas. Apellido del autor, Inicial del nombre. (Fecha de publicación iniciando con el año y detallando meses y/o días según el caso). Título del artículo. *Título de la publicación*. Volumen, (número), páginas.

Leyes. Ley, decreto, resolución, otros según el caso, número (Fecha de publicación iniciando con el año y detallando meses y/o días según el caso). Título de la ley, decreto, resolución, etc. Título oficial de la publicación. Ciudad, País.

Para referenciar una obra con múltiples autores, dentro de los modelos expuestos, debe tenerse en cuenta la siguiente forma de construcción del apartado autor, ordenando de manera alfabética:

Apellido del autor1, Inicial del nombre1 & Apellido del autor2, Inicial del nombre2 & Apellido del autor3, Inicial del nombre3. (Año de publicación). *Título del libro*. Localización: Editorial.

En el proceso de referenciar la relación del texto con una idea, paráfrasis o referencia a un texto no incluido como cita en el cuerpo del artículo, se debe tener en cuenta la siguiente recomendación en el sitio de referencia al interior del artículo:

- En caso de tratarse de dos autores, en la primera cita: Apellido del autor1 y Apellido del autor2. (Año de publicación). En la segunda cita y subsecuentes: Apellido del autor1, et al. (Año de publicación).
- En el caso de tres autores o más: Apellido del autor1, Apellido del autor2, Apellido del autor 3. (Año de publicación). En la segunda cita y subsecuentes: Apellido del autor1, et al. (Año de publicación).

– I-VII, V –

- 7. Conclusiones:** finalmente, como un título aparte del cuerpo principal del texto, deben presentarse los resultados y conclusiones que se desprenden del proceso investigativo, siendo estos el elemento fundamental de la divulgación investigativa. Pedimos a los autores establecer la pertinencia de las mismas, y su fácil conexión con los objetivos propuestos en la introducción. Su redacción debe ser clara, y evidente su pertinencia con el cuerpo textual presentado, tratando de realizar una exposición que parta de lo general a lo particular.
- 8. Imagen:** Gráficos, diagramas, fotografías, tablas y otros objetos gráficos pertinentes o ilustrativos deberán estar acompañados por el nombre del autor o su procedencia, el título o leyenda explicativa sin exceder las 15 palabras. Además de estar indicada su ubicación en el texto, deberán entregarse en medio digital, bien sea en vectores o, de tratarse de imágenes no vectoriales, con una resolución mínima de 300 ppp. Sugerimos formatos PSD, JPG o TIF. En todos los casos solicitamos el envío de los archivos originales correspondientes, de manera independientes según su numeración o relación con el artículo.
- 9. Referencias.** De acuerdo al modelo APA, el artículo debe estar acompañado exclusivamente de los textos origen de las citas incluidas en el mismo, o aquellos que presenten ideas relacionadas en el cuerpo textual directamente. En el siguiente apartado referimos nuestro modelo de citación.

- En el caso de seis autores o más: Apellido del autor¹, et al. (Año de publicación).

En el uso de siglas, siendo el caso de instituciones reconocidas que las utilicen, ha de citarse el nombre completo en su primera referencia en el texto, acompañado de la sigla entre paréntesis, utilizando posteriormente únicamente la sigla. Ejemplo:

- En la primera aparición: Organización Mundial de la Salud (OMS, Año de publicación)
- En apariciones subsecuentes: OMS (Año de publicación)

De acuerdo a la sugerencia APA, la cita debe incluir la página de inicio de la cita en el sitio de su aparición en el texto, y no en las referencias. Toda cita con extensión menor a 40 palabras debe incluirse al interior del párrafo de citación. Aquellas con una extensión superior deben sangrarse de ambos lados en párrafo independiente.

En caso de que se trate, no de una cita textual, sino de la referencia a una idea de origen diferente al autor del artículo, se debe referenciar siguiendo el modelo expuesto e incluir su origen en la sección de Referencias bibliográficas.

Para el caso de publicaciones electrónicas solicitamos incluir la cita completa según el estilo APA, e incluir la información DOI completa, de ser posible.

5.2. El proceso de pares lectores (peer review)

El artículo que cumple con los criterios anteriormente expuestos y es presentado dentro de nuestra convocatoria, es sometido por MasD a un proceso semestral que busca garantizar la calidad investigativa de los artículos presentados, en el marco de la contribución general al desarrollo del campo del Diseño. En tal sentido, el Coordinador Editorial, con el visto bueno del Comité Editorial, asignará los árbitros que considere pertinentes al contenido del artículo presentado, buscando garantizar que el concepto emitido esté de acuerdo al área temática de trabajo o conocimiento de los mismos. Tanto los árbitros seleccionados como el autor desconocerán sus correspondientes identidades, por lo que MasD se reserva el derecho de realizar los cambios pertinentes en los documentos presentados, de tal manera que se garantice el total anonimato de las partes.

Dichas condiciones garantizan a los árbitros el total proceso de independencia para emitir su juicio analítico, que debe ser remitido, en los formatos pertinentes, en el plazo de un mes calendario. Para considerar

– VI, I-VII – que el artículo puede ser publicado, adicionalmente a la

recomendación del árbitro, el puntaje general del artículo debe estar por encima de 3,5 en una escala de 1 a 5. Toda observación y transformación del artículo que el árbitro considere necesaria, e incluya en los formatos pertinentes, formará parte del proceso de arbitraje del artículo.

El Coordinador Editorial de la Revista, con visto bueno del Comité Científico, enviará al autor dichos formatos para que éste realice los ajustes recomendados, teniendo para esta actividad un plazo máximo de un mes calendario. Una vez sometido a consideración de la Revista, el artículo corregido inicia un nuevo proceso del que forman parte los árbitros previamente asignados. Éste concluirá, tras esta segunda revisión, con los formatos y evaluación final, y la recomendación de publicación afirmativa o negativa.

En caso de que existan nota inferior 3.5 de un árbitro y superior de otro, esta situación, considerada de empate en la evaluación, se dirimirá mediante el nombramiento de un tercer árbitro, de calidades iguales a las de los dos primeros lectores, cuya nota servirá para dirimir el conflicto.

En ningún caso el proceso de arbitraje implicará la participación del autor, tratándose de un proceso en manos del aparato editorial de MasD.

En caso de que se encuentre un número superior de artículos al establecido por el Comité Científico de la Revista, los puntajes finales de evaluación promediados de las notas asignadas por los árbitros lectores servirán al Coordinador Editorial para establecer aquellos que conformarán el número respectivo. En caso de un empate en dichos puntajes, el Comité Científico dirimirá el conflicto, seleccionando aquellos que considere pertinentes para cada número, de acuerdo al análisis de los formatos de arbitraje que conformen la evaluación de pares.

Aquellos que, habiendo aprobado el proceso de arbitraje, no sean seleccionados para el número pertinente, podrán ser presentados para el número siguiente de la Revista, conformando la base inicial del proceso de publicación.

Todo artículo cuya calificación de arbitraje esté por debajo del 3.5 podrá ser presentado nuevamente por su autor, una vez concluido el periodo semestral de edición para el cuál fue presentado, en tal sentido dicha presentación será considerada un nuevo proceso, para el cuál se someterá a las acciones descritas anteriormente.

Todo autor se abstendrá de presentar al artículo a otras instituciones o revistas, cualquiera sea su ámbito, durante el periodo de evaluación, a no ser que cuente con permiso explícito del Coordinador Editorial de la Revista.

Es posible que el usuario tenga que instalar Acrobat en sus diferentes dispositivos para disfrutar al máximo de la interactividad del PDF. Para instalar Adobe Reader, visita la página oficial de [Adobe](#).



Revista Digital de Diseño
Facultad de Diseño, Imagen y Comunicación
Universidad El Bosque



Declaración ética

www.masd.unbosque.edu.co

- Todo artículo presentado al proceso de arbitraje de MasD, Revista Digital de Diseño, está sometido a las reglas que se encuentran en nuestra sección de instrucciones a los autores cuyo propósito es garantizar tanto la calidad del proceso editorial como la neutralidad de los actores del mismo frente a la evaluación de los artículos seleccionados, en aras de encontrar niveles de alta calidad en la divulgación que persigue nuestra publicación.

Factores como la relevancia en el ámbito disciplinar del diseño, la originalidad e innovación, cohesión, legibilidad y lenguaje, son dimensiones de los textos presentados que han de ser tenidos en cuenta dado el carácter investigativo de los artículos que son objeto de divulgación de MasD.

- Si bien es responsabilidad de los autores velar por la originalidad de sus procesos y por garantizar que los contenidos presentados no infrinjan restricciones legales, son funciones adicionales del Editor o Coordinador Editorial hacer recomendaciones en términos de respeto a la ley y a los derechos de autor, así como velar que en los procesos administrativos no se infrinja el derecho a la igualdad por motivos de raza, género, orientación sexual, creencias religiosas, orientaciones filosóficas o políticas de los autores. En este sentido en la orientación editorial de la revista deben primar conceptos relativos al contenido disciplinar, metodológico y de claridad en la divulgación de los procesos investigativos presentados.

- Críticas personales o el uso de un lenguaje que trascienda la objetividad mencionada, que puedan ser consideradas groseras o personales, no serán transmitidas en la cadena del proceso de evaluación.
- En similar sentido, instamos a los lectores de los artículos presentados a conducir la lectura de los mismos en el ámbito de la objetividad, teniendo en cuenta que la crítica personal sobre los mismos no debe ser un condicionante del proceso editorial. Si bien la crítica constructiva debe hacer parte de todo proceso de intercambio académico, ha de procurarse una mezcla de objetividad con un lenguaje no ofensivo.
- Se espera que la crítica constructiva sea el mecanismo mediante el cual los participantes en el proceso de evaluación asuman el proceso de divulgación como una tarea de socialización y construcción crítica en torno al diseño, puesta al servicio de la innovación y la transformación social. En tal sentido, el lenguaje expresado, tanto en los artículos como en los juicios sobre los mismos, deben buscar la construcción de conocimiento y el perfeccionamiento académico integral, dejando en claro la aceptación o no de los mismos para su publicación, sus debilidades y falencias, así como las posibilidades de transformación que permitirían incluirlo en números subsiguientes.
- El autor es, por lo tanto, el primer responsable del proceso editorial, que busca limitar el espectro de publicación a aquellos resultados de proceso que hagan un aporte significativo a la conceptualización, diseño, ejecución o interpretación de un aspecto disciplinar de relevancia, enmarcado en los factores descritos en el primer punto de esta suscripción ética.
- Sin embargo, considerando la especificidad que tiene la investigación en el ámbito de la producción cultural, en los temas que consideran disciplinas como el diseño y las artes, así como la necesidad de recalcar el carácter de innovación inherente a la creación como una forma específica de conocimiento humano en el ámbito de las industrias culturales y creativas, y tomando como un elemento esencial de la divulgación en dichos campos la necesidad de una mirada pluralista, incluyente y diversa, la falta de 'novedad' no es un factor esencial para rechazar los contenidos propuestos por los investigadores, si sus ideas son presentadas de una manera metódica y técnicamente soportada.
- Con estas condiciones especiales de nuestro ámbito de acción como marco de la actividad editorial, MasD tiene como política editorial someter a consideración de pares (en el proceso de doble par ciego mencionado anteriormente) todo artículo que sea enviado a consideración de la revista, superando cualquier sesgo que los miembros del equipo editorial puedan tener, dejando únicamente en manos del Comité Científico de la Revista puntualizaciones en torno a los contenidos de los artículos, posibles direccionamientos que han de ser objeto de divulgación con los autores, o recomendaciones temáticas para números específicos.

- Las investigaciones presentadas deberán encontrarse sometidas a condiciones de ética investigativa, particularmente en cuanto tiene que ver con la experimentación, el respeto a la vida y a los derechos humanos, así como a otros estándares éticos que guíen el quehacer investigativo pertinente. Toda fuente de financiación no académica, o cuyo aporte señale un sesgo u orientación específico del proceso investigativo debe ser expresamente detallada.
- La instancia de veto o de no publicación de uno o más artículos presentados para publicación siguiendo las orientaciones y convocatorias periódicas de la revista, serán potestad única del Comité Editorial, para cuyo exclusión se hará el proceso correspondiente de citación a comité regido por cuórum y registro en acta, cuya decisión deberá ser comunicada directamente al autor de forma inmediata y con total transparencia respecto al proceso. Dicha decisión no tendrá recursos o segundas instancias, pero dejará al autor en plena libertad de someter su artículo a otros procesos editoriales en otras revistas según su criterio, entendiendo como totalmente nula la cesión de derechos realizada por el autor, tras la decisión del Comité Editorial.
- En caso de que un artículo presentado a MasD, Revista digital de diseño, incumpla de manera obvia las características esenciales descritas en el numeral uno del presente texto, el Coordinador Editorial de la Revista podrá rechazar de manera directa el mismo, haciendo énfasis al autor en la necesidad de seguir una estructura de presentación formal, que facilite la transmisión de las ideas en un nivel de divulgación de procesos de investigación en el ámbito del diseño.
- La consideración de autoría, si bien se extiende a la totalidad de los participantes en la elaboración del artículo, deberá estar encabezada por el autor que somete el artículo a los procesos editoriales de MasD, y se considerará en tal sentido para el envío de la correspondencia pertinente. Ni la revista, ni su equipo editorial pueden hacerse responsables de dirimir disputas relativas a la autoría de un artículo presentado, por lo que todo cambio en las que se hayan presentado en el envío de presentación debe ser remitido de manera escrita con las firmas de todos los autores del mismo. Cualquier cambio tras la publicación final del artículo se guiará, según el caso, por las indicaciones dadas por el Comité Editorial de la revista, a través del Editor o Coordinador Editorial de la misma.
- En concordancia con las instrucciones a los autores, también se considerarán como violaciones a la presente suscripción ética el uso de ideas de otros autores sin la adecuada cita, así ésta no sea la transcripción de textos completos o la presentación de una idea concurrente con el proceso investigativo. La citación se entiende, en términos de la revista, como una condición esencial de todo proceso de comunicación y divulgación, así como un compromiso con la calidad del mismo.

- El auto plagio, o el uso de ideas o textos presentados en otros contextos con similares palabras o estructuras conceptuales debe ser específicamente declarado por el autor, entendiendo que la omisión de este proceso es motivo suficiente para poner en duda la originalidad del texto presentado y sugerir su exclusión del proceso editorial.
- Los textos que sean considerados, por cualquier instancia del proceso de publicación, como plagio, o que contengan al interior de los mismos, pasajes o citas sin la debida citación, serán inmediatamente excluidos del proceso editorial. Similar sanción es aplicable a textos ya publicados, que serán excluidos de nuestro repositorio digital. Una comunicación será enviada en este sentido a las instituciones origen de los documentos y a sus autores.
- Cuando el autor o árbitro lector encuentren errores o inconsistencias en los artículos publicados o sometidos al proceso de arbitraje de la revista, es su deber notificar al Editor o Coordinador Editorial, entendiendo que es su potestad retractarse de los mismos mediante comunicación escrita.
- Todo contenido entregado a la revista será motivo de un tratamiento confidencial hasta el momento de su publicación. Esta regla aplica tanto al Comité Editorial como a lectores, miembros del comité científico, árbitros, editores y coordinadores editoriales que participen de la publicación.



MAS D

Universidad El Bosque
Facultad de Diseño, Imagen y Comunicación



Information for authors

Instrucciones para los autores

Note to our academic community, researchers, and others, interested on submit papers at Design, Image, and Communication, and another confluent areas.

MasD, Digital Design Magazine, is the semestral divulgative publication of the Design, Image and Communications Faculty of the Universidad el Bosque. Its oriented to publish original and inedited contributions, not submitted to another kind of editorial processes in other publication sceneries', at the specter of design, image, communication, creative and cultural industries, as referred to teaching / learning processes on those areas, being its main function to publish original research at the design discipline in general, as to its interdisciplinary and transdisciplinary work, with direct influence at the magazine area.



1

Target audiences

To the Facultad de Diseño, Imagen y Comunicación of Universidad El Bosque, the broad field of action around design, as a social, plastic, and cultural activity, has to answer in an active manner to the challenges that we have in the XXI century, having as counter-weight to the economic scope the urgent necessity to contribute to improve life quality for the people and its surroundings sustainability.

At this perspective, the target audiences of MasD its conformed by students, teachers, researches and professionals at the scope of Design, Image and Communication, and the transdisciplinary scope of those with human, social, applied and basic sciences, and those related to the production of knowledge associated to their thematic areas, including their pedagogy, epistemology and the industrial production of work affined to those fields.

2

Conditions

The paper should be submitted in an editable text format: OpenDocument (odt) or MS-Word (doc, docx or rtf), to the following email address: editormasd@unbosque.edu.co. The name of these files and their contents should omit any reference to the identity of the authors or their affiliations. This information should be communicated only in the body of the email.

Papers should not be longer than 8,000 words; book reviews no longer than 1,000 words. The page format will be letter size (8 ½ "x 11") with 2.54 cm margins on all sides, double-spaced, in Times New Roman 12pt and numbering in the lower right corner. The title of the article will be in 14pt size and abstract, keywords and citations and footnotes notes in 8pt size. The header of the paper shall include a title, and possibly a subtitle, adding up no more than 14 words, the abstract, with a maximum of 200 words, and a list of 3 to 5 keywords.

After the header, papers should present a structured development of their contents, with an introduction, a series of chapters or sections, discussion/conclusion and bibliography. Citations shall be presented in APA format (Last Name of Author, Year of Publication: page cited), never in a footnote, while the full citation should be included in the references at the end of text. The papers containing local terms, acronyms, values, etc., should be described and/or explained in order to ensure complete understanding by foreign readers.

The graphic content may be composed of photos, figures (drawings, diagrams, etc.), graphics and/or tables, which must be perfectly clear and appear listed in the body of the article. The paper may include up to eight graphics. All artwork must be inserted into the text file, in the approximate location in which is requested to be included, and also in separate files (TIFF or JPG format) with a minimum resolution of 300 dpi, to achieve a print size of 20 x 15 cm. Each graphic element should be numbered consecutively according to

their type and identified by an explanatory legend, including a title and an indication of its source. In case of including tables, they must be formatted in text format and included in the text body, and should not be sent independently or in image format. In case of including photographs or graphics not owned by the authors, you should provide written evidence of the permissions from the authors or original publishers. Otherwise, such content shall not be published in Revista MasD.

The final reference list, in alphabetical order by last name, including only the references cited in the text or graphical content sources must be adjusted to APA 6.0 standards.

Copyright of the articles belongs to Revista MasD and Universidad El Bosque, so that authors shall sign an authorization grant in such terms. The papers will be freely available in the Revista MasD website and will be redistributable under the conditions defined by Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 2.5 Colombia (CC BY-NC-SA 2.5 CO) License.

Índice

Diseño y calidad de vida <i>Design and quality of life</i> Fabio Andrés Vinasco Ñustes 2-3	Editorial
Morfología, marginalidad y gentrificación urbana. Una ciudad con calidad de vida para todos. <i>Morphology, marginality and urban gentrification. A city with life quality for all.</i> Dayana Higuera 6-19	Investigación MasD
Sistemas modernos y eficaces. Iconografía publicitaria de la oficina moderna. 1918-1924. <i>Modern and effective systems.</i> <i>Publicity iconography of the Modern office. 1918-1924.</i> Juan José Lozano Arango 20-37	
Calidad de vida personalizada. <i>Customized life quality.</i> Óscar Carrasco, Pedro Medina 38-59	
Repetición y diferencia. Un modo de vida en Bogotá, el caso de las residencias BCH (1961 – 1964). <i>Repetition and Difference.</i> <i>A way of life in Bogotá, the study case of Residences BCH (1961 - 1964).</i> Liliana Andrea Clavijo García 60-37	
Projeto Espacios: El espacio público discutido desde la visión del diseño gráfico. Projeto Espaços: O espaço público discutido sob o viés do design gráfico. <i>Espaços project: public space discussed under the graphic design.</i> Eduardo Palazzo, Juliana Soares 74-93	
Diseño sostenible versus greenwashing. <i>Sustainable design versus greenwashing.</i> Javier Orlando Benavides González 94-101	
Desambiguando el Diseño. Descriptores Disciplinarios. <i>Un-ambiguous design. Disciplinary descriptors.</i> Rómulo Polo Flórez, Dolly Viviana Polo Flórez 102-119	
Más de MasD; ¡Mamá! El juguete quiere jugar conmigo. <i>Mom! The toy wants to play with me.</i> Cristian Gómez Rodríguez 122-127	Diseño U. El Bosque
La doble moral del diseño industrial en la protección y enriquecimiento de la identidad cultural <i>Industrial design double standards at the protection and enrichment of cultural identity.</i> Sebastián Escudero Macías 128-133	
Diseño Accesible: Diseño para todos. <i>Accessible design: Design for all.</i> Ana María Cárdenas Cano. 136-141	Tribuna