

HUMANISMO Y NEOPOSITIVISMO EN EL DISEÑO DEL PRESENTE SIGLO

Eréndida Mancilla González
Manuel Guerrero Salinas

Universidad Autónoma de San Luis Potosí



Introducción

Este escrito tiene el objetivo de discutir los planteamientos del profesor en diseño Richard Buchanan sobre los elementos que contribuyen al desarrollo del diseño: la tecnología empleada en la producción, las necesidades sociales y culturales que condicionan su creación, y la materialización estética de las formas que lo definen. Lo anterior se complementa con el estudio de las tendencias y mega tendencias para dibujar un escenario futuro de la profesión bajo la conjunción de la visión humanística, centrada en el hombre, y la tecnológica que se afianza en el carácter tecnocientífico.

El diseño es una disciplina integral que contempla la concepción, planeación y ejecución de comunicaciones gráficas, objetos físicos, espacios, servicios y actividades; lo que el diseño requiere hoy día, según Richard Buchanan, es una nueva concepción de la disciplina como una empresa humanística, reconociendo como prioritaria la dimensión retórica que posee el pensamiento del diseño (Buchanan, 1995, p. 24).

Desde esta óptica, a fin de clarificar el panorama del diseño es necesario considerar los productos, métodos y propósitos de éste, para definir de manera más clara qué es, de qué manera debe practicarse y la finalidad que tiene; en esta búsqueda, se reconoce el comienzo de la disciplina en el origen de los objetos, en los diseñadores y en el desarrollo de los medios y procesos técnicos; por ello, para determinar nuevos campos de acción del diseño se plantea el estudio de las macrotendencias y sus patrones de comportamiento mediante el abordaje de ejes que contemplen a la sociedad, la cultura, los medios de comunicación, el mercado y la tecnología; para a través de ellos visualizar un nuevo panorama para la profesión.

En general, el diseño evoluciona continuamente, y la gama de productos o áreas donde el pensamiento del diseño puede aplicarse sigue ampliándose; situando el quehacer del diseñador ante nuevos escenarios, más cercanos a la virtualidad; por ejemplo, hoy día prolifera el trabajo de diseño dirigido a crear sitios de internet, videojuegos, aplicaciones interactivas online, dispositivos móviles, etc. Estos nuevos espacios de desenvolvimiento ponen a la luz un nuevo campo que ha rebasado tanto su carácter material como el visual.

Cambios paradigmáticos en el diseño

En el diseño se han dado una serie de cambios paradigmáticos que lo han puesto en su situación actual. El primer cambio dio inicio con la Revolución industrial, en donde la producción artesanal abrió paso a la industria y generó una necesidad mayor de comunicación para ofrecer productos y servicios; el segundo cambio se dio en el siglo xx con la aparición de la Bauhaus y su visión funcionalista; el tercer cambio se generó con la Escuela de Ulm, mediante el establecimiento del diseño científico y el desarrollo de los métodos para hacer diseño, en donde aparecen la ergonomía y el pensamiento en base a sistemas; el cuarto cambio se dio cuando el diseño se ligó a aspectos consumistas, con el surgimiento de nuevas tecnologías y la inclusión del usuario en el proceso

del diseño; por último, el quinto cambio se dio con la globalización, la constante innovación tecnológica, los nuevos órdenes económicos, etc., así como mayores y complejas necesidades de comunicación y efectividad de mensajes en la transmisión de ideas (Bürdek, 1994, p. 17).

El diseño actualmente está ligado a la industria y al comercio, y por tanto a la economía; a los medios audiovisuales, la cultura, y así mismo a la política; al marketing y al consumo; a la estética y la semiótica; a la ciencia de la comunicación, y por eso mismo, a las ciencias humanas y a las nuevas tecnologías (Costa, 2003, p. 11).

El diseño como disciplina y como actividad ya no puede entenderse sin los contextos sociales, económicos, políticos, culturales y tecnológicos que propiciaron su concepción y realización. El diseño se ha convertido en un elemento que da cuenta de la economía, la cultura y del bienestar de una sociedad, ha trascendido la dimensión formal y las aptitudes expresivas, entendiéndose más como un fenómeno complejo, determinado por las creencias culturales de la gente y el flujo de ideas que los medios modernos están interesados en activar. Se han incorporado, como nuevos marcos de referencia, los fenómenos del marketing, de la economía y de la ingeniería social al diseño (Tapia, 2004, p. 23).

Richard Buchanan considera que el diseño ha evolucionado a lo largo de su historia, de ser una actividad comercial a una profesión, ha sido considerado una investigación técnica e incluso un nuevo arte liberal de la cultura tecnológica (1992, p. 5); en este sentido, es importante señalar que el diseño en la actualidad, por un lado, se afianza sobre una base tecnocientífica cercana al neopositivismo, en donde la tecnología y la ciencia juegan un papel fundamental; y por otro lado, cuenta con una dimensión humanística, ya que también tiene la función de reflexionar y actuar en la resolución de problemas que resultan ser obstáculos para el funcionamiento, el desarrollo y el bienestar de los individuos en la sociedad.

Actualmente, el diseño está siendo definido a través de la exploración de las tecnologías, los medios y los métodos que se ajustan a las circunstancias de la cultura contemporánea, que es en sí misma cambiante, y son precisamente estas necesidades culturales, sociales y económicas las que determinan el quehacer del diseño gráfico. El diseño se ha convertido en un indicador informal del nivel de la economía, de la regeneración cultural, del bienestar social, e incluso en algunos países es considerado como un factor importante del producto interno bruto (Julier, 2010, p. 17).

La visión humanística y el carácter tecnocientífico del diseño

Desde el punto de vista del humanismo, Buchanan plantea la integración de lo teórico y lo práctico para la conservación de la dimensión humanística en la producción del diseño, se concibe a éste como una actividad relacionada con la creación, en donde el hacer tiene que ver con el pensar, también le concierne el bien obrar a fin de canalizar esa capacidad de crear al bien común de la sociedad; en donde: "La apariencia debe llevar un más profundo e integrativo argumento acerca de la naturaleza de lo artificial en la experiencia humana" (Buchanan, 1992, p. 20).

Para entender este enfoque, es necesario referirse al planteamiento de Buchanan, en donde señala que las raíces de la profesión del diseño se encuentran en la retórica y la poética, áreas que considera son un referente para las nuevas disciplinas integrantes del pensamiento del diseño. Afirma que el carácter retórico del diseño tiene su origen en el mundo antiguo con Aristóteles, quien fue el que descubrió una ciencia de producción, dirigida hacia un entendimiento de las diferencias entre todas las artes y sus productos debido a los materiales, las técnicas de producción, las formas y los propósitos específicos que son relevantes para cada tipo de creación, a lo que llamó "ciencia poética", o poética, derivada de la palabra griega para creación; Aristóteles señalaba que:

Toda creación es una actividad integradora y sintética [...] un estado razonado de capacidad para crear, diferente, pero cercanamente relacionado con la virtud intelectual que está detrás de las ciencias teóricas y las virtudes morales que se encuentran atrás de la acción (Buchanan, 1995, p. 30).

En este sentido, el diseño puede ser considerado una profesión, que desde la creación es cercana al humanismo.

Más tarde, este pensamiento retórico resurgió en el Renacimiento con la creación de las bellas artes, aunque después de este periodo, se separó lo teórico de lo práctico, lo ideal de lo real y lo cognoscible de lo incognoscible, ocasionando una pérdida de la dimensión humanística de la producción; a partir de ahí, surgió la especialización y con ella se fragmentaron las artes de la creación, avanzando sin un fundamento intelectual profundo. Las ciencias teóricas tomaron un papel preponderante, sustentadas en lo industrial, lo mecánico y lo científico, pero sin relacionar el conocimiento teórico con la práctica para el desarrollo del carácter humano y de la sociedad misma. Con la fragmentación y la especialización de las disciplinas, el diseño se acercó más a un enfoque positivista, en el cual se le veía más cercano a lo científico.

Con la Revolución Industrial, la invención de las técnicas para la producción en masa, en apoyo de las artes prácticas permitieron –y requirieron– una separación entre el diseño y la creación. No obstante, el diseño también se separó de las artes intelectuales y las bellas artes, quedándose sin una base intelectual de su propiedad. Por lo tanto, en lugar de haberse convertido en una disciplina unificadora dirigida hacia las nuevas capacidades productivas y al entendimiento científico del mundo moderno, el diseño disminuyó en importancia y se fragmentó en especializaciones de diferentes tipos de producción, dejando vaga e incierta su conexión con otras empresas humanas y entidades de conocimiento (Buchanan, 1995, p. 34).

En este punto se hace más evidente la separación de las visiones del diseño, por un lado se tendió a la creación humanística e integradora de la teoría y la práctica del diseño; y por el otro lado, se avanzó hacia la construcción del carácter científico de la disciplina. Fue precisamente la revolución cultural y filosófica a principios del siglo xx la que dio el paso para formular otras disciplinas de pensamiento del diseño que combinaran el conocimiento teórico con la acción práctica para los nuevos propósitos productivos de la época (Buchanan, 1992, p. 7). En este siglo, se buscaba integrar las artes de la creación y el conocimiento de las ciencias naturales y sociales, y conjuntar el pensamiento del diseño y la acción práctica con la industria; lo anterior con el apoyo de la tecnología disponible en el momento y los recientes avances científicos.

En este periodo la Escuela Bauhaus intentó construir una disciplina capaz de lograr la tarea de integrar esos conocimientos artísticos a la producción industrial, buscó incidir conscientemente en el orden social, e intentó constituir un campo autónomo para el análisis de las formas, los materiales y las ideas que subyacen a los objetos, pero el enfoque de su enseñanza se limitó a establecer esta relación en los aspectos compositivos y en la esfera técnica y expresiva. En esta escuela la formación total de los alumnos consideraba tres aspectos básicos: manual-artesanal, gráfico-pictórico y científico-tecnológico. El diseñador estaba destinado a crear, a diseñar "la nueva estructura del futuro" (Arfuch, 1997, p. 20). Walter Gropius en el primer manifiesto de la Bauhaus habla de un nuevo orden estructural, el cual textualmente dice:

Configuremos, pues, un nuevo género de artesanos sin las pretensiones clasistas que quieren erigir una arrogante barrera entre artesanos y artistas. Deseemos, proyectemos, creemos todos juntos la nueva estructura del futuro en que todo constituirá un solo conjunto, arquitectura, plástica, pintura, y que un día se elevará hacia el cielo de la mano de millones de artífices como símbolo cristalino de la nueva fe (Gropius, 1919).

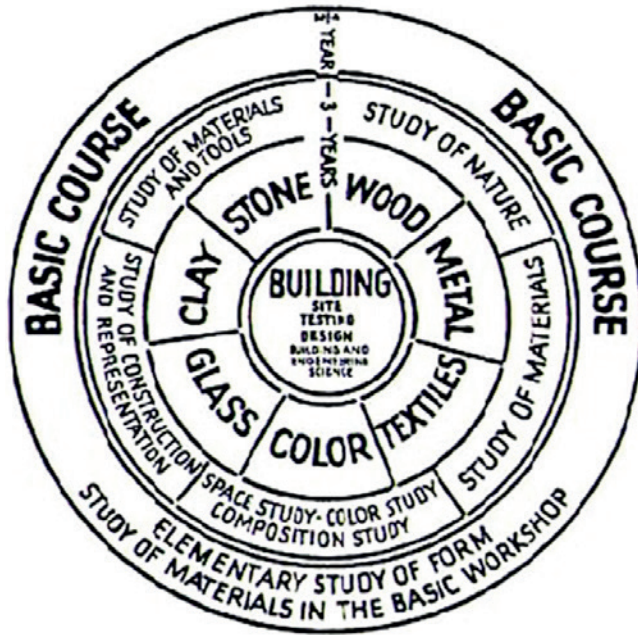


Figura 1. Modelo educativo de la Escuela de la Bauhaus. Weimar 1922.
Fuente: Bauhaus, Jeannine Fiedler, p. 183.

Posterior a la Bauhaus, se desarrolló la Escuela Superior de Diseño de Ulm (Hochschule für Gestaltung de Ulm, conocida como HfG), considerada como la entidad más importante de las creadas después de la Segunda Guerra Mundial. Fue una institución clave en el desarrollo de la profesión del diseñador, desde su fundación se distanció de una posible afiliación con la publicidad, decidió trabajar en campos como el de los sistemas de signos de tráfico, los planos para aparatos técnicos, o la traducción visual de contenido científico, más bien su objetivo era resolver problemas de diseño en el área de la comunicación de masas (Rinker, 2006, p. 8). El carácter científico adquiere forma en Ulm, en donde Tomás Maldonado, director de la HfG, trabajó con un diseño basado en matemáticas y técnicas analíticas, tratando de redefinir una nueva cultura del diseño (Frampton, 1974, p. 35). A partir de esta época el diseño es uno de los factores de la producción, la inclusión de éste en el proyecto industrial dominante transformó su esfera de acción: de la utopía social a la producción industrial, con este cambio, el diseño se convierte en una profesión y una disciplina (Arfuch, 1997, p. 18).

Ariza (2007, pp. 51-58) y Vega (2013, pp. 1-13) coinciden al indicar que Otl Aicher y Tomás Maldonado buscaban la articulación ciencia-tecnología, sustituyendo la noción de que el diseño era sólo estética aplicada, por un modelo teórico de aplicación de una ciencia social y humana. Los componentes sociales, humanos, científicos y tecnológicos empleados son los que cimentaron al diseño como disciplina académica.

En la HfG se usó un modelo teórico distinto al de la Bauhaus, donde se incluían en la currícula temas como los de la sociología, la psicología, la ergonomía y la economía, entre otros, y es aquí donde “el diseño se separó de las artes aplicadas para acercarse a la ciencia y a la tecnología” (Arfuch, 1997, p. 26), lo que se podría considerar como el momento en el que el diseño estuvo más ligado al neopositivismo o empirismo racional gracias a la influencia del Círculo de Viena, ya que los docentes pertenecían al movimiento de la “Unidad de la Ciencia” correspondiente a la corriente filosófica neopositivista que se había especializado en la lógica científica y en las investigaciones fundamen-

tales (Betts en Fiedler, J. & Feierabend, 1999, p. 72), usando el método científico en función de lo empírico y verificable.

En términos generales, Ulm planteó el diseño como un proceso racional que podía reducirse a matrices objetivas, cuyos parámetros parecían perfilarse de un modo científico. En primer lugar, hizo aparecer a los objetos de diseño y a su relación con los usuarios como instancias que requerían el ajuste de la razón y la eficacia práctica para arribar a soluciones definitivas y estables, de modo que el problema de los juicios y de las disposiciones culturalmente diversas quedaba reducido a una operación de cálculo matemático (Tapia, 2004, p. 24). Por un lado, surgía de la necesidad contemporánea de estar al tanto de las innovaciones científicas y tecnológicas; y por otro, se intentaba elevar el estatus de la formación en diseño.

Las diferencias que Ulm marcó se refieren fundamentalmente a dos aspectos: el desprendimiento del diseño del terreno del arte, y la inserción de la actividad de la escuela en la producción industrial. En Ulm, el diseño se separa de las artes aplicadas para acercarse a la ciencia y la tecnología, incluyendo áreas como: sociología, psicología, matemática, ergonomía y economía, marcando con ello la racionalidad del diseño (Arfuch, 1997, p. 26). El diseño ligado al neopositivismo intentó ofrecer una visión propia desde la ciencia que abarcaba principalmente aspectos gnoseológicos y metodológicos, mediante el empleo de un método de verificación empírica, que lo posicionaba como racional y objetivo. El enfoque centrado en la metodología se convirtió en una forma de introducir el método científico y las técnicas en el diseño, bajo la idea de una nueva "ciencia del diseño" que se sustentaba en una filosofía neopositivista y empírica.

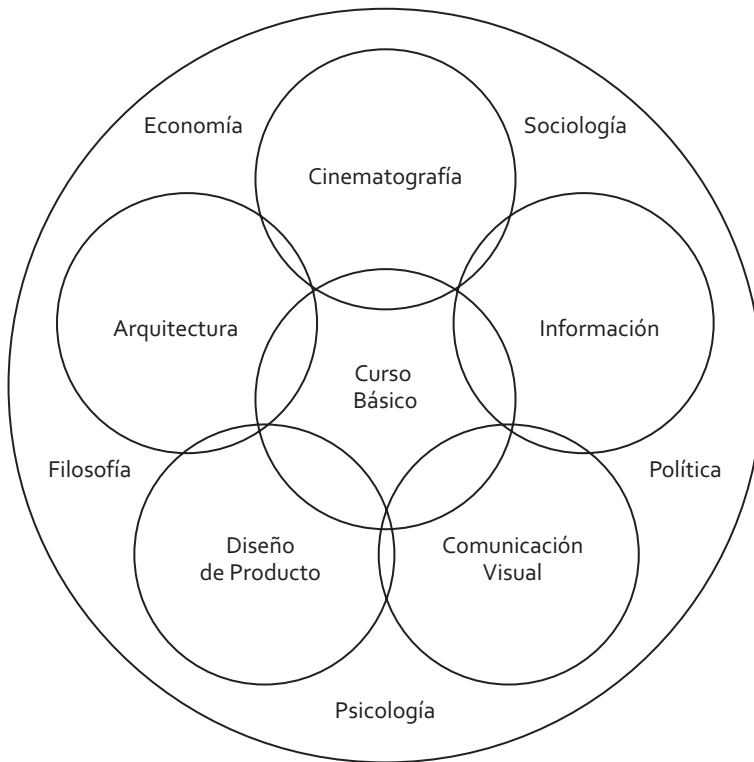


Figura 2. Esquema pedagógico de la HfG de Ulm. Fuente: HfG Archiv Ulm.

Como se ha visto a lo largo de este apartado, el neopositivismo y el pragmatismo han influido fuertemente en la educación y la práctica del diseño en el siglo pasado, la teoría del diseño tendiendo hacia el neopositivismo, y la práctica del diseño al pragmatismo. Desde el siglo pasado el diseño se ha acercado a la ciencia, tratando de normar la toma de decisiones en el proceso de diseño con la finalidad de alejar la subjetividad presente. El autor Herbert A. Simon propone la integración de ambos aspectos a través de la filosofía neopositivista y empírica (1968, p. 83). La solución que se propone es una ciencia del diseño, con características retóricas, con un énfasis en la deliberación y la toma de decisiones; y poéticas, en el sentido de que todos los productos creados por el ser humano están sujetos a un análisis y un entendimiento que se basan en la naturaleza de la actividad de la creación (Buchanan, 1995, pp. 42-43).

El problema radica en la integración de la sensibilidad y la expresión con los aspectos racionales y analíticos que pertenecen a la comunicación, la construcción, la planeación estratégica y la integración sistemática. El planteamiento neopositivista consiste en distinguir entre la emoción y la cognición, dejando a la expresión como algo emotivo, irracional, intuitivo y no cognitivo. Aunque en el contexto de un planteamiento retórico, la apariencia expresiva conlleva un argumento más profundo sobre la naturaleza del producto y su papel en la acción práctica y la vida social, es aquí donde se aborda la dimensión humana que le corresponde al proceso de diseño. "La expresión no reviste al pensamiento del diseño; es el pensamiento del diseño mismo en su manifestación más inmediata, considerando la experiencia estética integradora que incorpora el conjunto de decisiones técnicas contenidas en cualquier producto" (Buchanan, 1995, p. 45). La división entre teoría y práctica en diseño es un eco de la diferencia entre la predominantemente filosofía neopositivista de la ciencia y las excepcionalmente diversas filosofías de práctica de los científicos.

Tendencias y mega tendencias para perfilar un escenario futuro del diseño

Según Richard Buchanan existen tres elementos básicos que contribuyen al desarrollo del diseño en el mundo contemporáneo. El primer elemento es la técnica o la tecnología, entendida como un conjunto de conocimientos científicamente ordenados, que permiten diseñar y crear bienes o servicios que facilitan la adaptación al medio ambiente y la satisfacción de las necesidades esenciales y los deseos de la humanidad; apoyada por el entendimiento científico de los principios subyacentes de la naturaleza que guía la construcción. El segundo elemento es nuestro entendimiento de las necesidades psicológicas, sociales y culturales que condicionan el uso de los productos y se relacionan con los procesos de autorrealización y expresión creativa. El tercer elemento es la conciencia de la atracción estética que poseen las formas (1995, p. 50).

En la actualidad, el diseño se extiende a áreas relacionadas con signos, cosas, acciones y pensamientos que están interconectados e interpenetrados, y desembocan en la concepción contemporánea del diseño con sorprendentes consecuencias para la innovación. Estas áreas nos muestran el pasado y presente del diseño, así como también hacia dónde se dirige el futuro (Buchanan, 1992, p. 10). En este entramado complejo de la cultura tecnológica, el diseño debe ser visto como una actividad humana relacionada con el razonamiento práctico y la argumentación (Buchanan, 1992, p. 19). Buchanan señala que el diseño consiste en:

Una conexión e integración del conocimiento útil de las artes y ciencias asociadas, pero de forma que estén hechos en función a los problemas y propósitos del presente. Los diseñadores están explorando integraciones concretas del conocimiento que combinarán la teoría con la práctica para nuevos propósitos productivos y ésta es la razón por la que asistimos a un cambio en el pensamiento del diseño a partir de las nuevas artes liberales a una cultura tecnológica (Buchanan, 1992, p. 6).

En este sentido, las mega tendencias permiten visualizar los campos que incidirán en la configuración del diseño gráfico en el futuro; basándose en ejes que permiten esbozar un contexto posible para las sociedades en un proyección a 33 años, entre los factores que se analizan en el mapa de tendencias y tecnología 2017-2050 de Richard Watson (2017) están: crecimiento de la población, urbanización, automatización, globalización, orientalización, localización, cambio climático, disminución de la fertilidad, sociedad envejecimiento, competencia por los recursos, crecimiento de la clase media mundial, aumento de la desigualdad, tribalismo, ambigüedad, individualismo, volatilidad, complejidad, personalización, demasiada información, conveniencia, virtualización, deuda, conectividad, aceleración del cambio, incertidumbre, deseo de permanencia, disminución de la confianza, ansiedad, simplicidad y autorrealización digital. Las innovaciones que tocan al diseño gráfico y abren nuevos campos son: sociedad y cultura; ciencia y tecnología; tecnologías de información y telecomunicaciones; medios de comunicación; trabajo y negocios.

El mapa de tendencias se auxilia de las líneas individuales y puntos de conexión o confluencia llamadas megatendencias. Todas las entradas son serias y hay un argumento sólido detrás de cada una de ellas, pero algunas también tienen la intención de cuestionar o provocar realmente. Su finalidad, en este caso en particular, es reflexionar hacia dónde nos podríamos dirigir como disciplina. Para su realización se incluyen datos de fuentes como MOD (Tendencias Estratégicas Globales), el Consejo Nacional de Inteligencia de EE. UU. (NIC), la Perspectiva de Ciencia, Tecnología e Innovación de la OCDE, los Escenarios de Shell y otros informes de PWC, EY, KPMG y McKinsey (Watson, 2017).

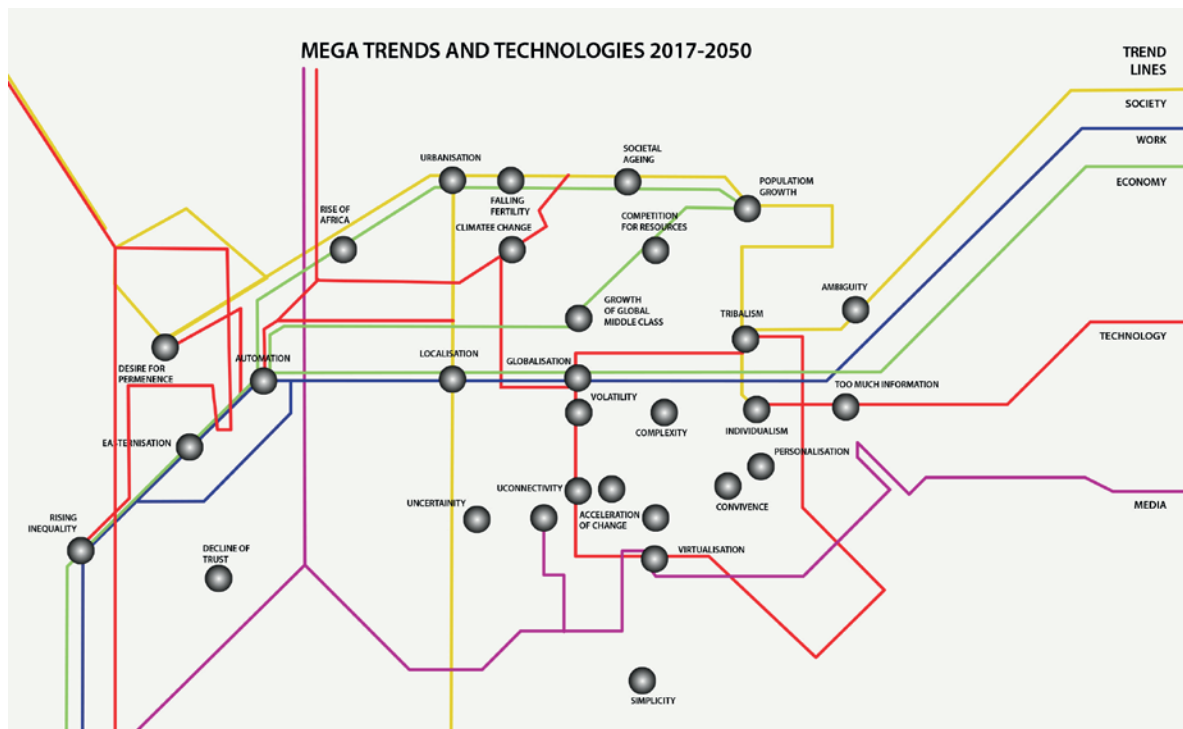


Figura 3. Líneas de tendencia para el diseño, Eréndida Mancilla, 2019. Esquema basado en el Mapa de Megatendencias realizado por Richard Watson, 2017.

El mapa muestra una conectividad estrechamente alineada con la globalización, la aceleración del cambio, la ansiedad y la volatilidad como conceptos generales. El individualismo aparece situado casi en el centro. Las líneas que irradian del centro son: sociedad, trabajo, economía, dinero, alimentos, tecnología, comercio minorista, medio ambiente, medios de comunicación, transporte, política, energía, educación, salud, seguridad y valores.

Para el diseño hablar de megatendencias y tendencias es abordar un patrón de comportamiento de los conceptos anteriores dentro un contexto específico, en un periodo de tiempo; en este caso, la tendencia representa el rumbo que sigue un determinado factor; por ello, los principales ejes a considerar por su incidencia en la disciplina son: cultura y sociedad, tecnología, medios de comunicación, comercio y trabajo.

La sociedad y la cultura en este siglo XXI está definida por una serie de rasgos cambiantes, se puede hablar de una cultura de la inmediatez, del ahora, que requiere de la gratificación inmediata, en donde los derechos están triunfando sobre las responsabilidades. Se percibe un anhelo por la nostalgia, la autenticidad, la certeza y la privacidad. Existe un distanciamiento intergeneracional y una disminución de la comunicación humana en la vida real, lo virtual tiende a imperar. La habilidad para comunicarse a través de varios dispositivos electrónicos es una actividad que va en aumento y se diversifica, lo que nos habla ya de una sociedad hiperconectada, en donde las distancias se desvanecen y los tiempos se acortan, lo que sin duda define los modos de ver y hacer el diseño. Esta interconexión masiva está dada y se aviva por las dinámicas de la globalización.

La tecnología, como es sabido, guarda una estrecha relación con los cambios de paradigma, ya que todo cambio tecnológico profundo afecta el modo de pensar y de interactuar de una cultura (Broncano, 2000, p. 20). En la actualidad se apunta a una tecnologización de las dinámicas de la vida cotidiana, cada vez es más común diseñar para medios digitales, con contenidos cambiantes y actualización de información en tiempo real. Se observa una proliferación de redes sociales, y con ello se hace evidente el fin de los tiempos muertos; la velocidad, la accesibilidad y la simplicidad, se perfilan como tendencias en el desarrollo de productos de diseño, pero de igual manera, como un estilo de vida.

Se prevé que en un futuro próximo habrá un incremento de teléfonos móviles con nuevas capacidades y utilidades, el internet se extenderá a la mayoría de las cosas, habrá un uso extremo de Gadgets; las interfaces para el manejo de tecnología apuntan a ser conversacionales, se utilizarán materiales inteligentes, programables y autorreparables, aumentará la utilización de tecnología usable, se puede hablar también de posibilidades impensables, hasta hace algunos años, como papel electrónico de grafeno, impresoras de luz y de comida 3D, software que escribe solo, prótesis neurales para mejorar o borrar recuerdos, entre otras innovaciones.

Otro de los factores que se relacionan directamente con el quehacer del Diseño Gráfico son los medios y el mercado; en este sentido, la intensificación de los medios de comunicación articula y condiciona la cultura actual, en el escenario mediático reciente, las tecnointeracciones ejercen una gran influencia en los patrones de sociabilidad y en las percepciones de los individuos (Moraes, 2007, p. 24), los cuales al estar interconectados de manera permanentemente cambian la forma de comunicarse y relacionarse de manera colectiva. La proliferación de imágenes apuntan a una cultura cada vez más visual, en donde el bombardeo y uso excesivo de información hace que las personas estén constantemente conectadas por el temor a perderse algo en el vasto universo de datos que, en ocasiones, ellas mismas contribuyen a generar.

En el caso del trabajo y empleo, las empresas ya no tendrán una ubicación específica, los contratos y las condiciones de trabajo tenderán a ser personalizadas, se apostará por la globalización del capital intelectual y humano; en el caso del comercio, se presenta ya como una alternativa la microfocalización y la personalización predictiva, el crecimiento del autoservicio y productos hechos por uno mismo (DIY), surgen también los almacenes eficientes que trabajan con procesamiento de Big Data y cuentan con envíos de manera inmediata.

Conclusiones generales

En la disciplina del diseño se tiende a discutir sobre los principios de la forma y la composición, ambos de orden estético; los principios de la usabilidad, los económicos y los de mercado, los de negocios, o bien los principios mecánicos o tecnológicos que subyacen bajo los productos, para justificar y soportar el resultado de diseño; pero la finalidad del diseño, desde el punto de vista de Buchanan, consiste en la creación de argumentos (de ahí el carácter retórico) sobre el mundo artificial creado por el ser humano, los cuales pueden llevarse

a las actividades concretas de la producción, con resultados objetivos, ya que a final de cuentas, éstos son juzgados por las personas, los grupos y la sociedad misma que evalúa su eficiencia.

El principal objetivo del diseño va sobre la línea humanista, y consiste en que los artefactos creados y la comunicación estén al servicio del ser humano, para planear y crear acciones que contemplen la totalidad compleja que constituye el contexto de la cultura actual, atendiendo a las circunstancias sociales, económicas y políticas que le rodean. Los principios que guían el trabajo de diseño no están agotados en la parte científica o neopositivista, cuando se ha concluido el estudio de cómo lo ergonómico, lo psicológico, lo sociológico y lo antropológico se adaptan al cuerpo y a la mente, por el contrario, el diseño va mucho más allá en el sentido humano, como señala Buchanan: "El diseño no es un mero adorno de la vida cultural, sino una disciplina práctica con la que la acción responsable puede convertir a los altos valores civilizatorios, o culturales, en realidades concretas" (Buchanan, 2001, p. 38).

Las megatendencias nos permiten visualizar un escenario para los nuevos tiempos, mediante ejes que marcan el camino y señalan el sentido en el que se dará el desarrollo de las sociedades, apoyándose en líneas específicas que, aunque generales, permiten trasladarse al área del diseño, para entender como estos fenómenos afectan y cambian la concepción de la disciplina. La globalización, la interconectividad, la digitalización, la virtualidad, la multiplicidad, la heterorreferencialidad, la ubicuidad, entre otros, son conceptos que están cambiando radicalmente el papel del diseño como profesión.

Fuentes

- Arfuch, L., Chávez, N., & Ledesma, M. (1997). *Diseño y comunicación*. Argentina, Buenos Aires: Paidós.
- Ariza, V. (2007). La enseñanza del diseño: evolución en tres etapas. *Actas de Diseño*, 3, 51-58.

- Broncano, F. (2000). *Mundos artificiales: Filosofía del cambio tecnológico*. México: Paidós.
- Buchanan, R. (1992). Wicked Problems in Design Thinking. *Design Issues*, 8(2). The MIT Press, pp. 5-21.
- Buchanan, R. (1995). Rhetoric, humanism, and design, in Buchanan, Richard and Margolin, Victor (eds.). *Discovering design: explorations in design studies*, University of Chicago Press, pp. 23-66.
- Buchanan, R. (2001). Human Dignity and Human Rights: Thoughts on the Principles of Human-Centered Design. *Design Issues, The MIT Press* 17(3), pp. 35-39.
- Bürdek, B. E. (1994). *Diseño: Historia, teoría y práctica del diseño industrial*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Costa, J. (2003). *Diseñar para los ojos*. Bolivia: Grupo Editorial Design.
- Fiedler, J. & Feierabend, P. (1999). *Bauhaus*. Colonia: Könemann.
- Frampton, K. (1974, Mayo). A propósito de Ulm: Curriculum y Teoría Crítica. *Oposiciones*, p. 35.
- Gropius, W. (Abril, 1919). *Manifiesto Bauhaus*. Weimar.
- Herbert, S. (1968). *The Sciences of the Artificial*. Cambridge: M.I.T. Press.
- Julier, G. (2010). *La Cultura del Diseño*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Moraes D. (2007). *Sociedad mediatizada*. Barcelona: Gedisa.
- Rinker, D. (2006). El diseño de productos no es arte: El aporte de Tomás Maldonado al surgimiento de un nuevo perfil profesional. *Modelos de Ulm-modelos post-ulm hochschule für gestaltung ulm 1953-1968*. (Catálogo de la exposición conmemorativa de los 50 años de la fundación de la HfG).
- Tapia, A. (2004). *Teoría y práctica: El diseño gráfico en el espacio social*. México, D.F.: Designio.
- Vega, E. (2013). HfG Ulm. El diseño en la Alemania del Wirtschaftswunder. *In-folio*, 1-13.
- Watson, R. (2017). *Mega Trends and Technologies 2017-2050*. Recuperado de: <http://www.nowandnext.com>

Semblanzas curriculares

Eréndira Cristina Mancilla González es doctora en Arquitectura, Diseño y Urbanismo en el programa DADU de la UAEM. Maestra en Diseño Gráfico por el Instituto de Investigación y posgrado de la Facultad del Hábitat, licenciada en Diseño Gráfico por la Facultad del Hábitat de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí.

Profesora investigadora SNI, con perfil deseable. Docente en la licenciatura en Diseño Gráfico de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí (UASLP) y en el Instituto de Investigación y Posgrado de la Facultad del Hábitat (IIP) en el programa de Especialidad en Ciencias del Hábitat (ECH) y en la Maestría en Ciencias del Hábitat (MCH). Líder del Cuerpo Académico Vanguardias del Diseño (CAVD). Coordinadora de la Maestría en Ciencias del Hábitat y del Laboratorio de Experimentación Multimedia (LEM).

Ha publicado diversos artículos en revistas y ha formado parte de libros colectivos con temas teóricos y filosóficos referidos al diseño; de igual manera, ha sido ponente en eventos y congresos nacionales e internacionales.

Manuel Guerrero Salinas es doctor en Arquitectura, Diseño y Urbanismo en el programa DADU de la UAEM. Maestro en Ciencias del Hábitat por el Instituto de Investigación y Posgrado de la Facultad del Hábitat, licenciado en Diseño Gráfico por la Facultad del Hábitat de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí.

Profesor investigadora SNI, con perfil deseable. Docente en la licenciatura en Diseño Gráfico de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí (UASLP) y en el Instituto de Investigación y Posgrado de la Facultad del Hábitat (IIP) en el programa de Especialidad en Ciencias del Hábitat (ECH), en la Maestría en Ciencias del Hábitat (MCH) y Doctorado Interinstitucional en Ciencias del Hábitat (DICH) perteneciente a la UADY y la UASLP. Miembro del Cuerpo Académico Vanguardias del Diseño (CAVD).

Coordinador del Instituto de Investigación y Posgrado de la Facultad del Hábitat.

Ha publicado diversos artículos en revistas y ha formado parte de libros colectivos con temas teóricos y metodológicos referidos al diseño y a la tipografía; de igual manera, ha sido ponente en eventos y congresos nacionales e internacionales.

BUCHANAN Y EL DISEÑO (BUCHANAN PARA DISEÑADORES)

El cuidado y diseño de la edición estuvieron
a cargo del Departamento Editorial
de la Dirección General de Difusión y Vinculación
de la Universidad Autónoma de Aguascalientes.