Una mirada al antes para pensar en el mañana: La

Una mirada al antes para pensar en el mañana: La acción del diseño, su papel en la sociedad

Resumen

La construcción de identidad, generación de valor, mediador entre sujeto y objeto, y la interlocución del diseño con otros campos es el inicio de esta reflexión que busca reconocer en la trayectoria del diseño los aspectos que influyen en la forma como éste participa en la sociedad contemporánea. El planteamiento se da, a partir de su devenir y los marcos conceptuales de Pevsner, N.

**Mario Fernando
Uribe Orozco**

Doctor en diseño y creación, actualmente se desempeña como director del programa de Diseño de la Comunicación Gráfica en la Universidad Autónoma de Occidente; es investigador miembro del grupo de investigación IDMI; director de la línea de diseño y mediación.

<https://doi.org/10.53972/RAD.erad.2020.1.4>

(1963), Debray, R. (1994), Argan (1983), Didi, G. H. (1997), Buchanan, R. (1995), Margolin, V. (1995) y Calvera, A. (2007), Pombo (2007) y Zimmermann (2007). Se busca plantear aspectos que permitan atender los asuntos que se relacionan con las maneras en las que el diseño actúa, para así seguir con lo concerniente a su repercusión en la sociedad; particularmente con relación a la configuración de sus resultados y su participación activa en los aspectos culturales. Así plantear un panorama en cambio y evolución que pone cara a la manera como las universidades, encargadas de la formación de diseñadores están asumiendo el reto de formar a los nuevos profesionales en diseño que atiendan los retos que impone el nuevo siglo.

Palabras clave

Devenir del diseño,
pensamiento del
diseño, profesión
del diseño, retos del
diseño, escuelas de
diseño, formación en
diseño

Key words

Design thinking, design
profession, design
challenges, design
schools, design training

Abstract

The construction of identity, generation of value, mediator between subject and object, and the interlocution of design with other fields is the beginning of this reflection that seeks to recognize in the trajectory of design the aspects that influence how it participates in society. contemporary. The approach is given, based on its evolution and the conceptual frameworks of Pevsner, N. (1963), Debray, R. (1994), Argan (1983), Didi, GH (1997), Buchanan, R. (1995), Margolin, V. (1995) and Calvera, A. (2007), Pombo (2007) and Zimmermann (2007). It seeks to raise

issues that allow addressing issues related to the ways in which design works, in order to continue with what concerns its impact on society; particularly in relation to the configuration of their results and their active participation in cultural aspects. Thus setting out a panorama in change and evolution that faces the way in which the universities, in charge of the training of designers, are taking on the challenge of training new design professionals to meet the challenges imposed by the new century.

Introducción

A

A inicios de la tercera década del siglo XXI, en el marco de la discusión respecto de las disciplinas contemporáneas llamadas en otros momentos profesiones liberales –en el que está inscrito el diseño– es necesario entender que la discusión sobre su repercusión social ha quedado atrás. En efecto, en la actualidad se está en un proceso de consolidación del diseño. En este sentido, la formación en diseño debe fomentar los elementos constitutivos que lo definen como disciplina y abandonar las exigencias que de manera recurrente se le han hecho desde la industria y el sector productivo.

Por lo anterior, es fundamental caracterizar los planteamientos de nuevas corrientes de pensamiento que moldean y

proponen escenarios en los que la sociedad contemporánea incluye al diseño. Ya que este tiene la capacidad de ajustarse a las nuevas maneras de interacción que la sociedad propone. Para definir los alcances de la profesión es necesario comprender los aspectos relacionados con el diseño y la creación, desde la fundación del pensamiento de diseño hasta la conformación del pensamiento contemporáneo y su repercusión en la sociedad. Posteriormente se debe abordar lo concerniente a la apropiación social y el patrimonio cultural con el fin de abordar en su totalidad los alcances que el diseño como disciplina genera en la sociedad y las transformaciones que deberá asumir para enfrentar los retos que impone esta misma.

Devenir del diseño

Comprender aspectos inherentes (construcción de identidad, generación de valor, mediador entre sujeto y objeto, interlocución con otros campos) a la disciplina del diseño y reconocer en su corta historia aspectos que influyen en la forma como participa en la sociedad contemporánea, son el punto de partida para comprender su evolución. Para ello, es necesaria una rápida mirada a su devenir, así como revisar los principales elementos que fundamentan su aparición. Con esto se busca clarificar aspectos que permitan atender los asuntos que se relacionan con las maneras en las que el diseño actúa, para así seguir con lo concerniente al resultado de diseño; particularmente con relación a la configuración de diferentes tipos de interacciones y su repercusión en la cultura. Esto último con el fin de esclarecer la manera como el proceso de diseño facilita la apropiación.

Caracterizar la labor del diseño buscando clarificar su papel implica reconocer las transformaciones que ha tenido a lo largo de los últimos 100 años. En este sentido, se deben exponer las corrientes primigenias del movimiento que lo funda, es decir, desde el Historicismo al Modernismo, teniendo presente las ideas

del sentido de responsabilidad social de William Morris y sus seguidores del movimiento Arts and Craft (1887) hasta la Bauhaus (1919) de Walter Gropius (Pevsner, 1963). El conocimiento de estos movimientos permite encontrar elementos que ayuden a reconocer el pensamiento, la participación en la sociedad y la influencia que ha tenido en la cultura contemporánea.

El diseño como campo aplicado y como asunto teórico, no son coincidentes con la aparición del concepto contemporáneo. Para comprender esto, es necesario remontarse a finales del siglo XIX. Tiempo en el que las repercusiones del cambio de la lógica de la manufactura artesanal por unidades a la manufactura en serie trajeron consigo consecuencias en el mercado, en la sociedad y en la manera en que las personas se relacionaban con los productos. De este modo, dicho cambio transformó los hábitos de consumo de las personas y las relaciones de ellas con los objetos. Los planteamientos de Giulio Carlo Argan (1983), en su libro *Historia del Arte como Historia de la Ciudad*, presentan una interesante reflexión en torno a la crisis del objeto y el sujeto. Cabe agregar que esta plantea que el objeto existe en la medida en que el sujeto lo imagina. La crisis entonces se esboza en torno a los patrones culturales del momento en los cuales el medio, las personas y su contexto demandan nuevas condiciones de forma y valor estético para los elementos de la cotidianidad, desde objetos triviales como un vaso hasta edificios o automóviles.

En efecto, esa crisis sirve como antesala para la conformación de las corrientes que darían posteriormente inicio al design. Los planteamientos de Argan (1983) sirven como pretexto para encontrar razones que faciliten explicar los elementos que gestan la corriente que más tarde daría inicio a los cuestionamientos sobre la forma en el diseño y constituir el foco de su objeto de estudio, “la apariencia y su repercusión en el objeto y, en consecuencia, con el sujeto” (Argan, 1983, p.246).

Los albores del siglo XX traen consigo el Art Nouve (1900 – 1920) y Art Deco (1920 – 1940) como manifestaciones detonantes de la concepción social del momento y en respuesta a las repercusiones motivadas por la Revolución Industrial de principios del siglo XIX. La maquinación y producción seriada desvanecía aquella sensación exclusiva que producía el objeto artesanal en las personas al considerarlo único. El trabajo artesanal, labor del diseñador connota una serie de preconceptos que se desdibujan con la maquinación industrial y la multiplicación de originales².

Para la época se podían dilucidar tres aspectos principales que motivaban el cambio de pensamiento y el nacimiento de una nueva corriente: En primer lugar, el creciente sentido de la responsabilidad social; segundo, el acercamiento estructural entre las artes aplicadas y la arquitectura y, por último, la tradición europea de la enseñanza académica, principalmente la parisina (Sparke, 2010).

Pensar en la sensación que generaba para principios del siglo XX el fruto del trabajo exclusivo del artesano-diseñador frente a la multiplicación de su obra original en un proceso industrial, connota una interesante reflexión para comprender los efectos de la producción en serie de los objetos, planteada

² Al respecto es importante mencionar que la labor del diseño de la época no se relaciona de manera directa con el diseñador contemporáneo, puesto que en ese entonces el proceso, producto y resultado estaban ligados.

por Carlos Marx, forma típica de producción en la sociedad burguesa. En consecuencia, se traducía la disminución aparente del valor intrínseco del objeto y la necesidad de comprender los fenómenos que se suscitaban desde una perspectiva académica que permitiera racionalizar el saber hacer.

Los esfuerzos por reunir al naciente pensamiento proyectual con las artes aplicadas y de la creación empezaron en el siglo XX, cuando se hicieron grandes esfuerzos para elevar el nivel de la producción artística frente al auge de las corrientes del mercado y la masificación (Buchanan, 1995). La aparición de la Bauhaus no es una situación aislada. Por el contrario, nace como planteamiento ideológico, fruto de los movimientos políticos y sociales de la época (1919). La confluencia de la tensa situación política, el avance de la ciencia, la masificación del producto y el deseo por unir el pensamiento teórico con la acción práctica que acuña Buchanan (1995) tras una precisa descripción de acontecimientos que ponen sobre la mesa los asuntos que fundan el pensamiento del diseño en los años 20 y que más tarde la Hochschule für Gestaltung de ULM (HfG) retomaría.

Estos elementos fundamentan los inicios de lo que conocemos comúnmente como la corriente Funcionalista del Diseño, la cual es mediada por la relación del objeto de diseño con el sujeto. Aquí cabe citar la premisa del arquitecto estadounidense Lois Sullivan: “la forma sigue la función” (Spark, 2010, p.72). Sin embargo, sería reduccionista pensar que solamente los acontecimientos motivados por la HfG fundan el diseño contemporáneo. Es importante no perder la perspectiva e incluir el movimiento británico y norteamericano cuyo afán por racionalizar las prácticas del diseño y de la arquitectura motivaron importantes transformaciones y ensayos que repercuten en el desarrollo de sus territorios

Fue posible, en ese entonces, marcar una diferencia entre los países con gobiernos centralizados, en los que el diseño se empleaba

como instrumento de control ideológico, y otros como los Estados Unidos que bajo las premisas del pensamiento liberal, hicieron del diseño un vehículo para acelerar el desarrollo económico.

La Bauhaus de Gropius (1919) no solo crea una institución con un fin claro, dotar al objeto de significado y permitir que la masificación democratice el arte; también funda una escuela de pensamiento, una manera de asumir el problema, dar una solución y atender las exigencias de las personas. Lamentablemente la idea duró poco y fue disuelta con el exilio de sus precursores, como se sabe, a causa de la Segunda Guerra Mundial. No obstante, la oportunidad volvería a plantearse. Durante el período de la postguerra, en medio de una Europa devastada, el pensamiento social demócrata inmerso en el trabajo de la Bauhaus tenía un segundo aire con la constitución de la Hochschule für Gestaltung de Ulm (HfG).

Las condiciones sociales de postguerra trajeron consigo un afán por olvidar el pasado, la sociedad estaba ávida de nuevas emociones, transformaciones que desligaran el horror de la guerra y propusieran nuevas alternativas. Dicho marco trajo consigo el hecho de que las personas asociaran el concepto de modernidad con el de diseño, la guerra había traído como consecuencia la disminución del consumo de masas y por ende una transformación en los hábitos de las personas. Hacia los años 50, la concepción de consumo se había transformado, en parte, por la influencia del modelo norteamericano. El diseño era partícipe de una transformación que el consumo estaba mediando, se proponía la definición de la individualidad o la pertinencia a un determinado grupo, el consumo de productos y marcas. Así, el diseño establecía un nuevo orden en la sociedad de postguerra, esto es, el consumo como factor de identidad (Sparke, 2010).

La transición entre modernidad y postmodernidad planteó diferentes tendencias que enmarcaron épocas en el diseño, como

la importancia de la cultura popular y exaltación del pluralismo que permearon diferentes capas de la sociedad y lo instauraron en sectores que le permitieron hacer parte de la cultura de la visualidad. Es posible reconocer una importante diferencia tras el principio que estructuró la escuela de HFG de Ulm y la escuela de Chicago fundada por Moholy-Nagy (1936). Mientras en la HFG, Max Bill, continuó los principios del pensamiento proyectista de la Bauhaus buscando formar el pensamiento de diseño y transformar e influir en la sociedad, Moholy-Nagy (1936) en Chicago buscaba formar profesionales con un buen desempeño laboral y una estética para el trabajo con productos que se insertarían en el mercado (Buchanan, 1995).

Elementos estructurantes del pensamiento de diseño

El recorrido del diseño por la historia contemporánea descrita de manera sucinta en este texto, permite vislumbrar los elementos que fundan y estructuran su pensamiento. De este modo se puede ver que tras su reconocimiento, es posible comprender la forma en la que la cultura contemporánea entiende al mismo. En este sentido, las maneras, cuestión fundamental en la conformación del diseño y razón por la que se presenta esta breve historia, nos exige recuperar estos modelos de pensamiento que han marcado el devenir del diseño en consonancia con la cultura de la visualidad.

Con referencia a lo anterior, comprender de una mejor forma los mecanismos empleados para permitir la apropiación social, deben ser puestos de manifiesto y relacionarlos cronológicamente. Ello, con el fin de evidenciar el momento en el cual la corriente principal de pensamiento los incorpora, es necesario reconocer que cada corriente no es excluyente. Por el contrario, en muchos casos se complementan y se integran para conformar el pensamiento contemporáneo del diseño.

Corrientes:

- Saber hacer,
- Pensamiento de la proyectación,
- Relación del pensamiento teórico con la acción práctica,
- Concepto de buena forma,
- El consumo como factor de identidad
- La tecnología como mediador y obstáculo.

A continuación, el gráfico 1 presenta, por un lado, una relación de corrientes que motivaron al diseño en un momento determinado de la historia y, por otro, una sucesión de décadas. Esto permite poner de manifiesto la relación de las corrientes con el tiempo y evidenciar la yuxtaposición de unas y la permanencia de otras; la variación en el tono del color permite inferir el momento en el cual tuvo mayor énfasis, pero como principio se queda para contribuir a la construcción del pensamiento contemporáneo del diseño. En la parte baja del gráfico se presenta de manera unificada las diferentes corrientes que estructuran el pensamiento en la actualidad.

Gráfico 1: Relación del pensamiento de diseño Vs su devenir

En consecuencia, su devenir nos presenta la forma cómo se constituye su pensamiento y a partir de su reconocimiento es posible hablar de las maneras, es decir, aquellos mecanismos que emplea para resolver un problema. Problema que es el detonante que activa su accionar, el cual se enfrenta con la realidad en busca de una solución que se compenetra con las particularidades del sujeto para entenderlo y proponerle una alternativa que resuelva en sí el problema.

Es necesario ubicar la idea contemporánea de diseño y así desdibujar aquellas otras ideas que centraban la solución en el diseñador. Esto permite a las escuelas de formación reflexionar sobre el objeto de estudio de la disciplina, movilizar el proceso formativo de las diversas técnicas expresivas producto de los cambios en las relaciones sociales que reconocen los intersticios donde el diseño tiene cabida. Esto excluye el dominio técnico experto como diferenciador y entrega al profesional la capacidad de interactuar y movilizar otros campos del conocimiento.

Morales (2004) circumscribe los dominios de la disciplina en las dimensiones: Ergonómica, perceptual, simbólica, expectativas del usuario y de la interdisciplina sobre los mecanismos, materiales, procesos, costo y ventas, y la distribución. Así, entonces, robustecer la capacidad proyectiva sistemática en las escuelas de diseño y otorgar mayores beneficios a las soluciones, permite que el diseñador profesional dé soluciones a problemas complejos de manera integral. En síntesis, se trata de pasar de la dimensión del objeto a la de los servicios. El diseño es un campo proyectual que busca resolver problemas. Ahora bien: ¿De qué manera los resuelve? La pregunta conduce a identificar los factores que se involucran en el proceso de diseño y, por ende, en los mecanismos que emplea para producir una solución que supla las demandas de la sociedad. Factor que, en última instancia, motiva su existir. Siempre que se piensa en el diseño y su accionar están presentes: El problema, que se genera fuera de él; el diseño, que es el marco de

resolución y, finalmente, el sujeto para quien se diseña la construcción de identidad y la generación de valor; esta última es la mediadora entre sujeto y objeto. Así, todas estas etapas deben ser exploradas con el fin de reconocer cómo estas, al interior del proceso de diseño, se presentan en búsqueda de la solución del problema.

Aspectos conceptuales

La construcción de identidad implica hablar de una nueva relación entre percepción y representación: La percepción establece todos los mecanismos de entrada al sujeto e involucra su aparato sensorial. Mientras que la representación hace referencia a la manera como el sujeto discierne para comprender, es decir, la representación implica lo conocido. Precisando de una vez, esta relación se debe comprender el papel que juega el sujeto tras someterse a una solución del diseño. Debray (1994) afirma que el sujeto es quien percibe e interpreta, quien abre o cierra las puertas para comprender e incorporar lo propuesto desde la solución de diseño. “Un buen cuadro, en un primer tiempo, nos arrebató la palabra y nos enseñó nuevamente a ver (...)” (Debray, 1994, p.45). La anterior cita concentra su punto de atención en la relación que tiene el objeto de diseño con el sujeto. Argan (1983) reconoce dicha relación al entender que el objeto está solo si el sujeto existe. En otras palabras es una relación causal. Para que haya objeto debe haber sujeto, pero para que el objeto signifique, el sujeto debe contar con los elementos previos para que el significado represente.

El sujeto, aquel para el que se diseña, es quien interpreta y hace uso del producto de diseño. Por tanto, este primero establece una relación con su entorno y asimila lo que él considera necesario nada más. Si el diseño plantea un mensaje, no es este el que determina la cantidad que se emite, es el sujeto el que determina la medida que de este tomará. El inconsciente, que funciona por imágenes, hace

asociaciones libres a partir del conocimiento adquirido y posibilita la interpretación del mensaje. Aclarando por supuesto que las imágenes de las que estamos hablando no son simples e inocentes manifestaciones o, si se quiere, formas elementales, sino que, por el contrario, nos referimos a formas complejas, producto de un proyecto de diseño. Por ende, son imágenes inscritas en la cultura de la visualidad y, en consecuencia, imágenes dialécticas. Ahora bien, hablar de imagen dialéctica implica comprender la doble atadura que se establece entre los sentidos que la obtienen y el conocimiento que la discierne (Didi, 1997).

Lo que brinda eficacia al resultado de diseño, la interpretación del sujeto, se concentra en el indicio. Este es el insumo para verificar el cumplimiento o no del resultado. Las asociaciones sensoriales y las interpretaciones tras estas pueden ser revisadas como resultado del impacto generado en el sujeto por el producto de diseño y su relación con el contexto. “(...) Comportamiento perceptivo. El modo en que una persona mira al mundo depende tanto de su conocimiento de él como de sus objetivos, es decir de la información que busca (...)” (Hochberg, 1983, p.89).

Es evidente, entonces, que si el diseño tiene capacidades para representar, en consecuencia, es capaz de hacer parte de un proceso de construcción de identidad en el cual dote de significación al objeto que busca impactar al sujeto. Resulta oportuno aclarar que esta consecuencia lógica no es totalitaria en tanto a la efectividad del mensaje, ya que el objeto de diseño al ser sometido al sujeto cuenta con tan solo el indicio del cumplimiento del cometido. Por ende, variables como la cultura, el mercado o el contexto participan en beneficio o no de la generación de identidad en el sujeto.

Hablar de generación de valor, en relación con el diseño y tras asumir como posibilidad su capacidad de generar identidad, debemos atender otra relación causal. El consumo y la estética

implican un reconocimiento de la participación del diseño en la cultura de consumo a través de la generación de cualidades estéticas en el objeto de diseño que connotan identidad. En este sentido, cabe anotar que al referirnos a estética como generación de valor, debemos tener presente lo indicado por Fulvio Carmagola, citado por Calvera (2007) quien planteó en 1989 que se ha presentado un nuevo giro estético “(...) de acuerdo con el cual los fenómenos estéticos habían pasado a ser el modelo interpretativo de la época, la posmodernidad, puesto que la estética supone una forma muy específica de la construcción de sentido” (p.23).

Sin embargo, Calvera (2007) hace hincapié en que lo planteado por Carmagola no se queda allí y en una nueva versión de su escrito afirma: “(...) la necesidad constante de diferenciación entre productos y servicios había ido incorporando, precisamente a través de las mercancías y sus cualidades estéticas específicas, el pensamiento cualitativo en la dinámica económica (...)” (p.20); el mismo autor más adelante se refiere a este planteamiento como “(...) economía de la ficción (Fiction economy) en la cual la actividad económica funciona sobre la base de los bienes simbólicos, las emociones, la posibilidad de disfrutar experiencias determinadas” (Calvera, 2007, p.20). Por lo tanto, al referirnos a la generación de valor en el diseño indispensablemente debemos referirnos a la experiencia estética del sujeto con el objeto. En este sentido, Wolfgang Welsh citado por Calvera es quien reconoce al menos dos tipos de estetización relevantes en el mundo contemporáneo: “la estetización más superficial característica de la globalización, se da en fenómenos de tipo global. Consiste, o bien en “el embellecimiento o engalanamiento estético de la realidad, [en la conversión al] hedonismo como nueva matriz de la cultura [o bien en] una estrategia económica” (Calvera, 2007, p.21). No obstante, es importante anotar que la pretensión pura de generación de valor, busca la cualificación de la experiencia del sujeto con el objeto. Es

necesario acotar lo referente a la estética en el diseño, partiendo del hecho de que la relación del sujeto con el objeto involucra un juicio estético, del gusto, de belleza.

Pero no es suficiente, ¿Cómo diferenciar una estética del arte de una estética del diseño? Para responder a este cuestionamiento debemos aclarar que el arte se refiere a la belleza de lo sublime y el diseño a la belleza de lo cotidiano. Con referencia a lo anterior Fátima Pombo (2007) citando a Calvera plantea que para demostrar el valor del diseño como fenómeno estético de gran implicación cultural, sería necesaria una teoría estética que respondiese en dos sentidos:

(...) por un lado, ante la práctica del styling y de todo lo que olera a ornamento y función decorativa, o lo que es lo mismo, lo superfluo y superficial por naturaleza, que acaba siempre desembocando en lo artificioso; por otro lado, en tanto que arte popular, frente a desculturizada, frívola y banal una cultura de masas construida a base de productos de la industria cultural (...) (Calvera, citada por Pombo, 2007, p.98).

Coincidiendo con el planteamiento de Fátima Pombo (2007): “el diseño aún no siendo arte, incorpora la cualidad de lo estético, celebra lo cotidiano y la condición bella de los artículos útiles” (p.98). Pombo (2007) propone que la incorporación de lo estético en el diseño plantea una condición de belleza en el objeto. Pero esa condición de belleza persigue la utilidad del mismo, no se aleja de él y trabaja de la mano del cumplimiento de la función del objeto (Zimmermann, 2007, p.36). Podemos entonces reconocer que la estética en el diseño está presente. Su presencia esta directamente ligada con el objeto y su función se incorpora en él, persiguiendo la generación de valor para contribuir al cumplimiento de su función.

Sobre la base de las consideraciones anteriores, debemos referirnos como último aspecto al diseño como mediador entre sujeto y objeto con el fin de concluir el asunto relacionado con las maneras. El diseño es un vehículo que media en la relación objeto y sujeto y, como mediador, busca establecer los caminos adecuados para establecer un diálogo entre ambos. La búsqueda de los caminos esta mediada por el contexto donde se inscribe la relación y, claro está, por el factor cultural presente en el momento de establecerse el diálogo. El diseño juega un papel fundamental como mediador ya que su condición de generador de identidad y sus cualidades estéticas operan como catalizadores en la relación. Argan (1983) contribuye a afirmar lo aquí descrito, en la medida en que su planteamiento sobre la crisis del objeto se sustenta en la crisis misma del sujeto. Plantea una relación directa entre estos dos, enmarcándolos en un contexto cultural determinado. “(...) No es posible pensar en el objeto separándolo del sujeto; el objeto es objeto sólo en cuanto es pensado y asumido por el sujeto (...)” (Argan, 1983, p.240)

Transformación para la profesión, a manera de conclusión.

En conclusión, hablar de las maneras en el diseño, es hablar de sus capacidades para establecer un diálogo con el sujeto; en tanto que es la cuestión que nos ha sumergido en el planteamiento de este escrito busca una respuesta a la pregunta: ¿Cuál manera tiene el diseño y la creación para posibilitar la apropiación social del espacio y su habitabilidad? La respuesta se centra en que el diseño posibilita la apropiación social de la cultura a partir de la construcción de identidad, generación de valor, mediador entre sujeto y objeto. Estos son los mecanismos disponibles para establecer o no en el sujeto una conciencia que medie en el proceso mismo de apropiación. Entendamos, entonces, el concepto de patrimonio cultural para poder entender la relación existente entre el sujeto y el objeto.

El patrimonio cultural no se limita a monumentos y colecciones de objetos, sino que comprende también tradiciones o expresiones vivas heredadas de nuestros antepasados y transmitidas a nuestros descendientes, como tradiciones orales, artes del espectáculo, usos sociales, rituales, actos festivos, conocimientos y prácticas relativos a la naturaleza y el universo, y saberes y técnicas vinculados a la artesanía tradicional (UNESCO, 2012, p.3).

La definición de Patrimonio Cultural dada por la UNESCO (2012) posibilita la delimitación del objeto y, en consecuencia, la definición del proyecto. ¿Es posible que el diseño contribuya a la apropiación del patrimonio cultural? La respuesta está mediada por las condiciones en las que el diseño asume el reto, activa su repertorio ante el proyecto y define el articulado que posibilite su actuación. Para ello, requiere la definición del soporte como elemento que encarna la responsabilidad de viabilizar la experiencia del sujeto con el objeto.

Para nuestro caso intentar entender las transformaciones que el diseño ha tenido a lo largo de su reconocimiento social y los retos para mantener su contribución en una sociedad cambiante plantea la siguiente pregunta: ¿La profesión del diseño, vista desde las universidades, esta en capacidad de atender las demandas que la sociedad le impone? La formación de los profesionales en diseño es consecuencia de su devenir, sin duda. No obstante, la sociedad posindustrial y su cuarta revolución ponen un nuevo acento. Factor que requiere de una importante transformación en la enseñanza de los futuros diseñadores, puesto que son ellos los que deberán responder a las demandas sociales y culturales impuestas por los rápidos cambios suscitados por la incorporación inminente de prácticas sociales como ejemplo del cambio.

En consecuencia, entender las maneras y el contexto, el espacio y la habitabilidad nos hace pensar que el lugar donde interactuamos y nuestras consideraciones para actuar en él mantiene la relación sujeto y objeto, y tras su reconocimiento, entender que el diseño – una disciplina en evolución– permeada por el devenir de la cultura, con la finalidad de hacer mejor el entorno que habitamos, cuenta con capacidades para establecer una relación contributiva a la apropiación de la cultura a partir de configuración del proyecto, a través del cual: la lectura del contexto, la identificación del uso, la previsión de variables de la temporalidad, le permiten la configuración del espacio y le posibilitan en consecuencia mejorar su habitabilidad.

Referencias bibliográficas

57

- Argan, G. C. (1983). *Historia del arte como historia de la ciudad*. Barcelona: Riuniti, Editori.
- Buchanan, R. (1995). Rhetoric, Humanism, and Design. En R. Buchanan, & V. Margolin, *Discovering Design* (p. 23-68). Chicago: The University of Chicago Press.
- Buchanan, R., & Margolin, V. (1995). *Discovering Design: Explorations in Design Studies*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Calvera, A. (2007). Introducción: Materiales para una estética del diseño. En A. Calvera. (Coord.). *De lo bello de las cosas: Materiales para una estética del diseño* (pp. 9-30). Barcelona: Gustavo Gili.
- Debray, R. (1994). *Vida y muerte de la imagen: Historia de la mirada en occidente*. Barcelona: Paidós.
- Didi, G. H. (1997). *Lo que vemos, lo que miramos*. Buenos Aires: Manantial.
- Morales, L. R. (2004). *Diseño: Estrategia y táctica*. México D.F: Siglo XXI Editores.
- Naciones Unidas. (14 de 02 de 2012). Naciones Unidas. (N. Unidas, Productor) Recuperado el 14 de 03 de 2012, de Naciones Unidas: <http://www.eclac.cl/ddpe/publicaciones/xml/1/35501/W171.pdf>
- Pevsner, N. (1963). *Pioneros del diseño moderno: de William Morris a Walter Gropius*. Buenos Aires: Ediciones infinito.
- Pombo, F. (2007). El deseo de las mañanas. Merleau-Ponty y el diseño. En A. Calvera. (Coord.). *De lo bello de las cosas: Materiales para una estética del diseño* (pp. 72-82). Barcelona: Gustavo Gili.

Sparke, P. (2010). *Diseño y cultura: una introducción, desde 1900 hasta la actualidad*. Barcelona: Gustavo Gili.

Zimmermann, Y. (2007). De lo adecuado y bello. Dialogando con un diálogo de Platón. En A. Calvera (Coord.). *De lo bello de las cosas: Materiales para una estética del diseño* (pp. 8-30). Barcelona: Gustavo Gili.