

Revalorar las ciencias sociales y las humanidades en la educación en diseño: antídoto al paradigma de desarrollo neoliberal.

D.I. Francisco Javier Gutiérrez Ruiz*
Dr. Jorge Rodríguez Martínez*

Resumen

Esta contribución académica plantea, una crítica a los valores del paradigma neoliberal de desarrollo que conllevan los discursos *light* del diseño que se han puesto de moda y demuestran una debilidad conceptual. Ya que confunden los alcances del disciplina y soslayan los grandes retos de este campo del saber ante el mundo complejo y contradictorio que se vive, y los efectos a futuro que se vislumbran como profesión y disciplina del conocimiento. Detrás de estos discursos *light* subyacen, ideas, principios y valores que refuerzan el paradigma de desarrollo económico imperante, y que los alumnos asimilan en su forma de creencias.¹ Tal reduccionismo está generando en la academia un clima intelectual proclive al uso de métodos simplistas² para diseñar, casi en forma de “recetas de éxito”, que se asimilan desde realidades y niveles de desarrollo diferentes, y se plantean en nuestro país como procesos de diseño innovadores.

*Profesor-investigador de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Azcapotzalco
correo: guru.disenio.16@gmail.com

Palabras clave: Paradigma económico neoliberal, discursos *light* de diseño, creencias, ciencias sociales y humanidades

El extravío del discurso del diseño

La confusión intelectual que genera la complejidad del mundo contemporáneo ha abierto la puerta a tipos de pensamiento altamente contrastantes acerca de la realidad que se vive. En este escenario, por su naturaleza, el *Homo*,³ quien no ha sido capaz aún en la posmodernidad de sustraerse de la ilusión que le generan las recetas prácticas e infalibles para enfrentar la realidad, por compleja que esta sea, está siendo arrastrado por el florecimiento de discursos débiles que inundan las aulas del diseño, con efectos nocivos para la formación del diseñador. Se entiende aquí por debilidad conceptual, a los planteamientos del discurso *light* del diseño que, buscando reforzar los valores del paradigma neoliberal, se desligan de los principios fundamentales de una teoría propia del diseño. Entre las características de este tipo de discursos, destacan las siguientes:

1. Se apegan más a los valores económicos, de negocio y del espectáculo, que a los principios básicos de la teoría del diseño.

2. Proponen métodos simplistas para diseñar, basados en un enfoque mecanicista de los fenómenos que se abordan.

3. Se exageran los alcances del diseño, a través de elongar su objeto de estudio, sin un soporte teórico sólido.

Tales discursos reducen nuestro tiempo al de un momento privilegiado proclive de avances y oportunidades, en el que, según se nos dice, lo vital es aprovechar

1. Que se derivan de una mezcla compleja de factores como, la dificultad de comprender tales ideas o, simplemente, el sinsentido que encuentra el estudiante posmoderno en reflexionar sobre ellas para diseñar

2. Se usa el adjetivo simplista, para designar aquella tendencia que simplifica en extremo las ideas o las cosas

3. Se usa el término del latín *Homo*, propuesto por Marcus Arruda (2005: 19), para referirse al ser humano genérico, sin distinción de sexo.

Abstract

This academic contribution raises a criticism to the values of the neoliberal paradigm that are part of the light discourses of design in vogue, and that show a conceptual weakness. As they confuse the reach of this discipline and avoid the big challenges of this field of knowledge faced with a complex and contradictory world, and the future effects that are glimpsed as profession and discipline of knowledge. Behind these light discourses underlie ideas, principles, and values that reinforce the prevailing economic development paradigm, which students assimilate in the form of beliefs. Such reductionism is generating in the academic world and intellectual climate prone to the use of simplistic design methods, in the form of "success recipes", which are assimilated from realities and development levels different from ours, and that are presented as innovative design processes.

Keywords: Neoliberal economic paradigm, light discourses in design, beliefs, social sciences, humanities, design education.

el cambio, la conectividad y la tecnología para alcanzar logros inimaginables tan solo hace unos años atrás, como por ejemplo, enriquecerse rápidamente innovando. Desde una postura más crítica, bajo discursos más sólidos y maduros, se advierte la complejidad real que conlleva el proceso de profunda transformación social, económica y política en que se encuentra el mundo, y la incertidumbre que arrastra al *Homo* “posmoderno”.⁴

El objetivo de este trabajo es pues, analizar, a través de las ideas y estudios de pensadores destacados a nivel global de las ciencias sociales y las humanidades, cómo ciertos conceptos y valores del paradigma económico neoliberal repercuten de forma significativa en la educación formal del diseñador. Por ejemplo, para atraer la atención del alumno en el aula, existe hoy día una tendencia en boga que proviene del pensamiento afín a la denominada sociedad del espectáculo,⁵ que plantea la conveniencia de presentar el conocimiento de forma amena, simple y emocionante, con ayuda de la tecnología; es decir, justo como se diseña el mensaje comercial de los medios masivos de comunicación y entretenimiento. Sin embargo, el abuso de este recurso tergiversa las prioridades entre el contenido

y la forma del mensaje en las presentaciones visuales en el aula. En este escenario, en el que confluyen muchos otros elementos en lo social y que apuntan en el mismo sentido,⁶ se genera de forma paulatina y a distintos niveles, lo que bien puede denominarse como una “cultura de eslogan”, que impulsa al joven a significar la realidad de una manera extremadamente simple,⁷ con ideas más emotivas que objetivas.⁸ Todo lo anterior incide en la enseñanza del diseño porque, bajo este discurso se generan esquemas del pensar que tienden a banalizar el proceso con el cual esta profesión ha logrado fundamentar y solucionar problemas sobre una nueva artificialidad coherente con el medio, en su forma de productos. Un ejemplo común de esta actitud, se observa en la intención recurrente del alumno de dar nombre a sus diseños con un eslogan en “spanglish”, porque parece más sofisticado, tal y como lo hace el mensaje publicitario comercial.⁹

Como resultado de esta tendencia, en la academia del diseño prevalece hoy un clima intelectual proclive al uso de técnicas reduccionistas y discursos *light* que deforman la realidad a transformar, exageran los alcances del diseño y lo impulsan más a generar mercancías exitosas que artificios coherentes con su entorno, y que, idealmente, pueden mejorar la calidad de vida de las personas. Estos nuevos enfoques externalizan aspectos cruciales al estructurar el problema de diseño, como por ejemplo, los relativos al complejo comportamiento y significación que hace el *Homo* como usuario de productos y servicios, en contextos culturales y situaciones específicas, que hoy se resuelven usando estereotipos simplistas del usuario. Ejemplo de estas técnicas en diseño que simplifican en extremo la investigación para contextualizar el problema a resolver, son, a nuestro parecer, el *design thinking* y el diseño de experiencias. La importancia que tiene este fenómeno para la educación, la señala el sociólogo Stanislav Andreski (1972: 129) quien advierte, en esta tendencia, una intención comercial subyacente y la falacia de justificar, por analogía y sin sustento, ciertos procedimientos o métodos planteados como recetas de éxito profesional,¹⁰ que hoy se han extendido a diversos campos:

4. Incluidos todo tipo de proyectistas y creadores como el diseñador

5. Concepto propuesto por pensador francés Guy Debord (1967)

6. Como la distracción del alumno en clase, por la consulta permanente de los mensajes que recibe en su teléfono celular

7. Situación que se refuerza con los contenidos *light* que presentan los medios de comunicación masiva, en función de sus propios intereses y enfoques. En virtud de todo ello, se estaría generando lo que Besio, (2014: 13) describe como, “una progresiva disminución del pensamiento crítico y de la capacidad de concentración y creatividad del individuo y, por ende, del ciudadano”

8. Lo cual contradice el argumento de la posmodernidad que dice que: “vivimos un mundo global ampliamente conectado”, porque no aclara que, según los estudios, el contenido del mensaje que nos mantiene conectados es banal.

9. En inglés las llaman management fads o modas de corta duración pero de gran impacto como la reingeniería

10. En inglés las llaman management fads o modas de corta duración pero de gran impacto como la reingeniería

“La receta para hacerse un nombre en las empresa (...) es tan sencilla como provechosa: se toma un manual de matemáticas, se copian las partes menos complejas, se les añade algunas referencias a obras de alguna que otra rama de la sociología, sin preocuparse en lo más mínimo de saber si las fórmulas transcritas guardan relación alguna con las auténticas acciones humanas y, por último, se da un título rimbombante al producto, que sugiera a quienes lo lean que se ha descubierto la clave de una ciencia exacta del comportamiento colectivo”

Contextualizar en su dimensión real el problema que aborda el diseñador en un proyecto, será una capacidad estratégica en el futuro de la profesión, porque los problemas emergentes se tornan cada vez más complejos, y resolverlos requerirá de la contribución de múltiples disciplinas bajo nuevas herramientas teóricas, como se ha podido comprobar en el trabajo interdisciplinario de vanguardia en la ciencia. Para lograr esto, hoy se necesita en la academia, más que aplicar recetas de éxito para diseñar, cultivar las capacidades cognitivas del estudiante, a través del pensamiento crítico y el uso de modelos del pensar acordes a la complejidad, así como desarrollar la habilidad para que las utilice adecuándolas a situaciones desconocidas,¹¹ sean del tipo organizacional, de emprendimiento o de iniciativas independientes. Por ello, en la línea académica de la cual forma parte este trabajo, se ha insistido en la relevancia de impulsar en la formación universitaria en diseño, a la par de las habilidades como usuario de las TIC, las capacidades intelectuales del estudiante, a través del conocimiento teórico y habilitación práctica, sobre el uso de modelos mentales y conceptuales afines a la complejidad.¹² Y, en el caso de la universidad pública en Latinoamérica, que apunte hacia su razón fundamental como institución: formar profesionistas críticos de su realidad con capacidades para generar, desde el diseño, soluciones coherentes con los entornos social y ambiental, que impulsen un desarrollo económico de equidad, puesto que la ONU la considera una de las regiones económicas más desiguales, donde el diseño tiene todavía un problema de imagen asociado con productos de lujo.

Paradigmas, modelos educativos y diseño

El concepto paradigma¹³ resulta fundamental para discernir objetivamente sobre la pertinencia educativa de una profesión, en un contexto y tiempo determinado. Según Carlos Thiebaut (2002: 85), en el campo de las ciencias,¹⁴ un paradigma se entiende como un “conjunto articulado o constelación de creencias sobre algún o algunos aspectos del mundo, cuya modificación (bien paulatina, bien en ruptura) explicaría la evolución de las teorías científicas”. Mientras que, para Richard Brennan (1994: 303), un paradigma es, “un sistema de hechos, teorías y conceptos filosóficos, que es ampliamente aceptado y se convierte en el marco o andamiaje conceptual apropiado para reflexionar sobre un problema científico”. De forma que, los paradigmas resultan ser la base para la selección de problemas en todo campo del saber, y de los procedimientos que los resuelven.

Toda educación formal conlleva una transmisión de paradigmas. El diseño, como área del conocimiento, está delineado en gran parte por los paradigmas económicos y productivos, que coexisten con diversos tipos de pensamiento distintos del dominante, y que determinan de forma importante la transmisión y construcción del nuevo conocimiento. De este particular sentido, derivan sus modelos educativos y los instrumentos que conforman la disciplina en sí, como son: teorías, métodos, técnicas y lenguaje especializado, y los principios, valores y creencias que prevalecen

11. Porque, en general, en la universidad no se puede saber qué problemas particulares le corresponderá enfrentar al egresado de diseño, en su futuro profesional

12. Entre los que destacan, el pensamiento sistémico, estratégico, heurístico y complejo.

13. Concepto acuñado por Thomas Kuhn en su famosa publicación de 1962, “La estructura de las revoluciones científicas”

14. Es frecuente el uso erróneo de este concepto en el aula de diseño. Cuando se pide al estudiante que cambie sus paradigmas, en realidad se le induce a extender el horizonte de sus pensamiento hacia entendimientos y soluciones diferentes a los conceptos conocidos, es decir, a extender el límite de sus creencias individuales.

en su comunidad.¹⁵ Por ello, los paradigmas inciden de manera significativa en la particular perspectiva con la que el universitario comprende su realidad y, posteriormente, en una particular postura como profesionalista ante ella.

La caracterización actual que se hace del mundo como globalización, entendida aquí como la manifestación progresiva de un proceso de transformación que impulsa una creciente interconexión e interdependencia de las sociedades, inició a principios de los años 80's del siglo xx como resultado del embate del discurso neoliberal, su implementación en las finanzas del mundo y de los estados-nación y el avance extraordinario de las TIC que permitió su propagación global. Las profundas transformaciones en el mundo que ha generado esta hipercomplejidad, se reflejan también en un cambio de paradigmas que incide con fuerza en: universidades, disciplinas, académicos, administradores y estudiantes.

En el nuevo paradigma económico, la crisis de la educación pública y de la ciencia en general y el surgimiento abrupto de la educación privada a nivel superior bajo la figura de consocios internacionales, que en las últimas décadas han venido señalando especialistas de renombre mundial, se atribuye a las nuevas políticas económicas. Primordialmente, se disminuye el presupuesto¹⁶ y crecen las exigencias

15. Por ejemplo, el diseño industrial surgió en Latinoamérica en la década de los 60 como parte de un esfuerzo de los países para lograr su autosuficiencia y sustituir importaciones, lo cual se reflejó en sus modelos educativos.

16. En un fenómeno que se explica con solidez en trabajos de renombre, como el documental independiente realizado por Oriol Gomá y Paula Alós (2013), sobre la universidad pública titulado Universidad S.A.

17. Como el Fondo Monetario Internacional, el Banco Mundial, la Organización Mundial de Comercio y la Organización Mundial para el Desarrollo Económico (OCDE), entre otros.

18. Propósito vago y al parecer ilusorio, por la gran complejidad que implica la relación educación-naturaleza humana, que es descrito por Abraham Moles (1995) en su libro: Las ciencias de lo impreciso

que se hacen a esta institución desde los organismos económicos mundiales:¹⁷ maximizar su eficacia¹⁸ (eficiencia terminal) y rentabilidad sin ampliar la planta de profesores definitivos y reorientar su desarrollo hacia las necesidades del mercado. Por supuesto, los efectos de este proceso tocan muchos otros aspectos de la vida académica, como señala el filósofo español José Marina (2000: 45).

"La globalización, tal como se está produciendo, convierte al hombre en mero agente económico, desarraigado, movido solo por el interés. Es la universalidad del mercado. Tamaña reducción despierta oposiciones muy fuertes en pensadores de todas las culturas, que ven como única opción volver a la tradición y recuperar los valores culturales propios"

En contraparte, el pensamiento humanista contemporáneo concurre en una idea afín en los estudios de pensadores prestigiados en distintos lugares del globo, que advierte sobre las graves repercusiones a la humanidad que conllevan las políticas de corte neoliberal que se implantan para mercantilizar la educación. Hay advertencias de peso sobre las cuales existe un cúmulo de trabajos especializados que esclarecen con precisión las incoherencias del nuevo paradigma económico. En este trabajo, por motivos de espacio, sólo se enlistan como ejemplo una breve síntesis de algunas de las más destacadas:

El manifiesto planteado por el filósofo italiano Nuccio Ordine titulado "*La utilidad de lo inútil*" (2013), de gran repercusión en Europa, hace una dura crítica al sistema educativo occidental, en el que se menciona que, "las universidades deberían enseñar a los estudiantes a ser hombres y mujeres libres capaces de razonar por sí mismos y de resistir al fuerte consumismo que nos rodea, pero hoy no se cumplen esas funciones porque las instituciones de enseñanza están al servicio del mercado". Esta idea complementa la del antropólogo estadounidense George Ritzer (1996), quien en su libro, "*La McDonalización de la sociedad*" (1996), advierte sobre los graves perjuicios que está generando, el llevar a la educación uni-

versitaria¹⁹ el modelo productivista del *MacDonald's*, que tiende a estandarizar la educación, evaluar competencias descontextualizadas y generar nuevos tipos de productos “chatarra”, en lugar de enseñar a razonar y a establecer una postura crítica del estudiante universitario.

Por su parte, el reconocido filósofo y periodista alemán Frank Schirrmacher, en su libro *“Ego: las trampas del juego capitalista”* (2015), esclarece cómo el nuevo capitalismo, no sólo ha incumplido sus promesas de desarrollo social, sino que ha generado en sesenta años un modelo del ser humano egoísta, individualista y egocéntrico, altamente perjudicial en los social. Así mismo, la socióloga canadiense Naomi Klein, en su publicación de éxito mundial titulada, *“No logo”* (2000), a la cual han seguido otras de igual trascendencia, esclarece cómo en la llamada nueva economía se impulsa el consumismo a través de la manipulación que las marcas generan en el *Homo* posmoderno; idea que complementa el análisis sobre la precarización del empleo por los cambios de la economía, realizado por economista Daniel Cohen en su libro, *“Nuestros tiempos modernos”* (2001), que analiza cómo las empresas se han embarcado en un proceso de reducir gastos a través de la subcontratación que afecta a los trabajadores (*outsourcing*).

El trabajo del prestigiado educador argentino Juan Carlos Tedesco, autor de una destacada teoría de la inteligencia, en su publicación titulada *“Educar en la sociedad del conocimiento”* (2000), analiza la relación entre, conocimiento, sociedad y universidades, y esclarece los grandes desafíos que se enfrentan en la transformación educativa inmersa en el proceso de cambio del mundo. Por su parte, la obra del destacado lingüista italiano Giovanni Sartori, titulada *“Homo Videns”* (1997), esclarece la radical importancia de cultivar el lenguaje en los jóvenes, por ser la forma primigenia del pensamiento y del aprendizaje, que permite tejer discursos de altísima complejidad imposibles de elaborarse con imágenes. Mientras que, Theodore Roszak en su libro titulado, *“El culto a la información”* (1988), complementa el planteamiento de Sartori, al

analizar la relevancia fundamental de enseñar a los cerebros jóvenes a tratar con ideas, manejarlas y cuestionarlas, porque el cerebro piensa con ideas, no con información. En el mismo sentido, el célebre filósofo americano Matthew Lipman, cuyo modelo educativo para niños basado en la filosofía es un referente global, plantea la interesante pregunta, ¿cuál es el lugar del pensamiento en la educación?;²⁰ y establece que para enfrentar el mundo complejo, es indispensable el ejercicio de un pensamiento que sea al mismo tiempo, crítico, creativo y de responsabilidad social.

Por su parte, la prestigiada filósofa estadounidense Martha Nussbaum, en sus publicaciones tituladas, *“Sin fines de lucro”* (2010) y *“El ocultamiento de lo humano”* (2006), analiza cómo está repercutiendo a la humanidad y a las democracias del mundo, el abandono de los jóvenes al estudio de las humanidades, por la tecnología, como resultado del paradigma tecnócrata que impera en el mundo. La filósofa italiana Michela Marzano, en su publicación *“Programados para triunfar”* (2011), analiza la falacia subyacente al floreciente discurso de los gurúes del *management*, que cada año publican libros tipo *best sellers*, buscando convencer al *Homo* posmoderno que la causa del éxito están en la voluntad y dedicación personal al trabajo, y no en las exigencias y situaciones que interpone el complejo, dinámico y contradictorio mundo global.

Finalmente, la ambientalista estadounidense Annie Leonard, cuyo video titulado *“The story of stuff”* (2007),²¹ cuyo impacto mundial en las redes sociales fue extraordinario, analiza con vista aguda la sobreplotación que realizan consorcios transnacionales a los recursos del subdesarrollo (naturales y sociales), generados por el consumismo en las economías desarrolladas. En él, critica la contribución del diseñador

19. Fenómeno que también afecta a otros sectores, como el sector salud, la agricultura y el turismo.

20. Ver Matthew Lipman (2016), “El lugar del pensamiento en la educación”

21. Que desarrolló posteriormente como una publicación titulada “La historia de las cosas” (Annie Leonard, 2010).

a la obsolescencia planeada de los productos, que induce un círculo asfixiante en el consumidor contemporáneo, quien: “compra, trabaja para pagar, compra, trabaja para pagar” y así, sucesivamente.

En síntesis, aproximarse con objetividad a la hiper-complejidad del mundo que se vive y a su relación con el diseño, implica necesariamente analizar, bajo perspectivas más amplias que las planteadas por discurso económico dominante, los fenómenos emergentes de la profesión, en el nuevo orden mundial. Para lo cual, resulta fundamental acceder desde el diseño, al conocimiento desarrollado por las mentes más lúcidas del planeta. Sin embargo, en general, el estudiante, inmerso en el discurso *light* afín a una sociedad que ve los fenómenos como espectáculo, y que además, se mantiene altamente deslumbrado por la tecnología,²² ve como ajenos tales fenómenos o, en algunos casos, no los comprenden del todo.

Es en este contexto académico, que el profesor universitario enfrenta cotidianamente el reto de generar en el aula un reflexionar del diseño crítico, que permita advertir algunas de las falacias que subyacen hoy a los discursos recibidos en los medios de información y las redes sociales, en un marco referencial coherente con la complejidad de los problemas que se enfrentan, y que permita integrar el conocimiento nuevo para transformar la realidad con responsabilidad. Por ello, es importante destacar en el problema que se plantea, el papel crucial que juegan las creencias en la mente del joven posmoderno, las cuales, por cierto, son uno

de los factores que la ciencia económica excluye de su discurso, cuando considera al *Homo* un ser racional movido sólo por el interés propio.²³ El filósofo español José A. Marina (2000: 37) comenta al respecto:

“Todos comulgamos con las ruedas de molino de las creencias que están en el ambiente. La capacidad de habituación del ser humano es tan poderosa (y tan peligrosa) que puede acabar aceptando como normal cualquier disparate que se repita muchas veces. Por eso es tan necesaria una crítica de las creencias”.

Por la fuerza con que inciden en la reflexión cotidiana del diseño en el aula, a continuación se esbozan, de forma sintética y sólo como ejemplo, algunas de las creencias que se perciben como más recurrentes en nuestros días. Estas se derivan del paradigma del nuevo modelo económico de desarrollo, y sin embargo, se han vuelto argumentos cotidianos del discurso *light* del diseño, sea en las aulas, o incluso, en ciertos sectores a nivel profesional. Su fuerza radica en el hecho de que, como todo sistema de creencias, actúan de forma articulada y subyacente en el discurso cotidiano del estudiante, por lo que inciden como un componente importante en la formación de la perspectiva crítica que se pretende generar en el alumno en una educación universitaria de calidad. Por falta de espacio, se mencionan como ejemplo sólo algunas de las que se escuchan con bastante frecuencia, expresadas en el mismo sentido en que surgen en el aula. Estas creencias se indican en fuente cursiva y, posteriormente, en texto normal, se menciona una breve refutación sustentada.

Creencias frecuentes en el aula del diseño

1. Sobre el desarrollo económico

• *Los graves problemas de la humanidad se resolverán con el crecimiento económico y el progreso tecnológico.*

A pesar de la amplia difusión de esta idea, estudios económicos y científicos²⁴ recientes de especialistas destacados desmienten esta creencia, con base en dos factores principales: 1. Una economía no puede

22. Si bien el dominio de las TIC es una habilidad que facilita al egresado acceder a un empleo, lo cierto es que, en general, este tipo de tareas técnicas con el computador tiene bajos salarios en México. Esto se debe a que, para dominarlas, no es necesario cursar una carrera universitaria.

23. Con el actual presidente de los Estados Unidos, se ha puesto de moda el uso cotidiano de noticias falsas (Fake news), que sirven como distractores de la atención pública.

24. Como los estudios de: Thomas Piketty (2015), “El capital en el siglo XXI” y Joseph E. Stiglitz (2012), “El precio de la desigualdad. El 1% de la población tiene lo que el 99% necesita”.

crecer ilimitadamente en un mundo con recursos limitados y, 2. El modelo de desarrollo económico neoliberal está generando con rapidez una alta concentración de la riqueza. Tal creencia, justifica la idea de que importa liberar, de toda regulación, las prácticas de crecimiento empresarial y comercial, lo cual está generando el detrimento significativo en la calidad de vida de las personas, y en algunos casos, la exclusión de grupos sociales al acceso de lo más vital: educación, salud, trabajo y habitación, principalmente en el subdesarrollo.

• *En el mundo actual, lo fundamental es ser competitivo, sea como profesionista, empresa, región o país.*

Sin duda, mejorar las capacidades y habilidades como individuo o como grupo siempre ha sido un objetivo de valor para las sociedades y sus individuos; sin embargo, competir en un entorno global va más allá de un reto para el subdesarrollo, demostrado suficientemente. Poner a competir individuos que de inicio presentan grandes diferencias, no se resuelve con frases motivadoras o a través del coaching.²⁵ Además, ser competitivo requiere un entorno que lo facilite, siendo que, en las economías en desarrollo, prevalecen sistemas de conveniencias ocultas y corrupción. Ello se puede observar revisando estudios comparativos, por ejemplo, sobre la complejidad de trámites y tiempo invertido, requeridos para abrir empresas en Latinoamérica, en comparación con hacerlo en una economía desarrollada, o también, revisando la diferencia en el interés bancario cobrado a un crédito para iniciativas de desarrollo, por la postura rentista de los bancos en México.

2. Sobre la tecnología

• *Usar tecnología sofisticada genera mejores diseños y mejora las capacidades del diseñador.*

Las tecnologías son herramientas portentosas que asisten el trabajo del diseñador, pero ninguna de ellas modifica las capacidades intelectuales del usuario. El reconocido filósofo Theodore Roszak (1986: 113). es

enfático al respecto cuando asevera que, “la mente piensa con ideas, no con información (...) Una idea solo puede generarla, revisarla o derrotarla, otra idea. Una cultura sobrevive gracias al poder, la plasticidad y la fertilidad de sus ideas. Las ideas son lo primero, porque las ideas definen, contienen y finalmente producen información. La tarea principal de la educación, por tanto, es enseñar a los cerebros jóvenes a tratar con ideas, a valorarlas y ampliarlas, a adoptarlas a nuevas aplicaciones”. Además, si se observa como sistema a las TIC y a su usuario (el diseñador), emerge un desbalance grave: mientras las TIC evolucionan de forma vertiginosa en meses, los modelos del pensar del diseñador han permanecido estancados por años, primordialmente en su visión mecanicista de la realidad.²⁶ Las TIC y los sistemas de impresión 3D pueden ser herramientas portentosas, si el diseñador, a la par de su destreza técnica, cultiva y mejora sus capacidades intelectuales, usando modelos conceptuales y mentales afines a la complejidad que se vive, para comprenderla, significarla y afrontar sus problemas emergentes.

3. Sobre los valores en la nueva realidad

• *Para lograr éxito en la vida y en lo profesional, lo que importa es atender aquello que nos beneficia de forma concreta y a corto plazo.*

Desde esta perspectiva utilitarista, se tiende a ver en la educación sólo como el medio para conseguir un buen empleo al egresar, y por ello, con frecuencia, se cree que existen técnicas infalibles para diseñar, que garantizan el éxito profesional. Las condiciones del mundo actual deberían dejarnos claro que las habilidades de pensamiento son más importantes que en cualquier

25. Entendido aquí como, un método que consiste en acompañar, instruir o entrenar a una persona o a un grupo de ellas, con el objetivo de conseguir cumplir metas o desarrollar habilidades específicas. Del verbo inglés to coach, «entrenar»

26. Derivado, según Rusell Ackoff, de los conceptos que lleva implícitos: reduccionismo, método analítico y determinismo

otra época. Promover el pensamiento crítico²⁷ evitará jóvenes adoctrinados en el discurso mercantilista, tecnócrata y consumista. El desencanto que en las economías desarrolladas ha generado la educación por competencias, en particular en la Unión Europea, está cambiando de sentido la educación. La aversión a obtener logros de largo plazo y a gastar tiempo en los demás, es una idea difundida por el discurso comercial hedonista lanzado desde los grandes consorcios de información. El empresario Carlos Llano²⁸ (2001: 15), comenta, respecto del nihilismo que caracteriza al *Homo* contemporáneo:

“La gran grieta de la educación contemporánea es la separación del acopio de conocimientos y la formación del carácter, de manera que se llega a poner el portentoso poder actual de la técnica en manos de personas caracterológicamente depauperadas”.

• *Se debe aprovechar el avance tecnológico para diseñar productos inteligentes*

La moda de publicitar los nuevos productos como “inteligentes” se ha extendido ampliamente en la cultura contemporánea, y repetir esta creencia en el aula puede tener efectos cruciales en la educación del diseñador. Por sofisticada que pueda parecer la función de un mecanismo de control electrónico, si

27. Entendido como, una estrategia de pensamiento que permite “interactuar de manera adecuada en una sociedad plural, con fronteras abiertas, en el ámbito de actividades humanas que se rigen mediante códigos múltiples y en el contexto de una sociedad basada en la informatización de la información” (Boisvert, 2004:11)

28. Fundador del Instituto Panamericano de Alta Dirección de Empresa (IPADE) y de la Universidad Panamericana.

29. En general cuando abordan aspectos teóricos y científicos sobre la realidad y la naturaleza humana

30. Donde los profesores tienen la responsabilidad fundamental de guiar a sus alumnos

31. Documentado con profundidad en su publicación, “*Imposturas intelectuales*” (1998)

32. En la que, su artículo escrito intencionalmente con errores conceptuales, fue publicado en la prestigiada revista “*Estudios Culturales*”.

se analiza a profundidad su función esencial, se notará que es una mala caricatura de las posibilidades intelectuales del *Homo*. Tal creencia radica en que alumno desconoce la hiper-complejidad funcional con que los sistemas neuronales del *Homo* hacen posible, por ejemplo: hacer preguntas de valor ante un nuevo problema, notar la estructura subyacente a ideas o situaciones complejas, generar ideas nuevas de solución, percibir en un instante las señales de una situación compleja para reaccionar con efectividad ante ella, o visualizar a futuro los efectos de las decisiones de hoy.

4. Sobre la validez del conocimiento

• *Sólo la bibliografía reciente es útil, porque la de más de diez años plantea conocimientos obsoletos.*

Esta creencia frecuente en las aulas del diseño tiene graves repercusiones en la educación. Deriva de pensar, que el conocimiento vigente y de valor es el recién publicado. Lo que importa aclarar aquí, es que hay conocimientos que perduran en el tiempo, por la solidez irrefutable de las ideas y conceptos planteados;²⁹ mientras que otros son circunstanciales, es decir, que responden a momentos y lugares específicos. Por ejemplo, el “*Arte de la guerra*” atribuido al general chino Sun Tzu, sigue siendo hoy día un libro fundamental en las escuelas de negocio, a pesar de que fue escrito hace cerca de 2500 años. En contraparte, el conocimiento técnico sobre cierto proceder, y el tecnológico, son efímeros porque cambian rápidamente. Lo fundamental entonces será, no el año de la publicación, sino la calidad de la fuente de información o de la editorial y el prestigio del autor original basado en sus obras anteriores.³⁰ En las ciencias sociales, por ejemplo, Sokal y Bricmont (1998) demostraron,³¹ mediante su conocida broma y la posterior publicación del libro, *Imposturas intelectuales*,³² la tendencia de los autores posmodernos a plantear discursos y conceptos “nuevos”, que incluso llegaron a alcanzar fama académica, pero que están sustentados en errores intelectuales, que resultan de asociar o sacar del contexto lo planteado por los autores originales.

- *Estar más informado significa saber más; para lograrlo, solo basta navegar en la red, pues todo el conocimiento está en la internet.*

Esta creencia es errónea por diversas razones. Gran parte de la cantidad de información que circula en la red, es parcialmente cierta o incluso, no es veraz. En ello influye el que haya sido seleccionada de antes o que se presente descontextualizada. Por ejemplo, en diseño, sobre-informarse sin dirección precisa, sin definir previamente preguntas de investigación sobre lo que se busca,³³ genera un problema posterior mayor para el alumno: discernir lo trivial de lo importante. Además, la información no es conocimiento; este último se genera del entendimiento abstracto (conocimiento teórico), más la experiencia práctica para aplicarlo y adaptarlo a situaciones específicas. Para ello, se requiere inteligencia, misma que se manifiesta en la forma como cada quien, usando sus modelos mentales y conceptuales elige, significa y estructura la información. Es la inteligencia adiestrada para pensar, crítica y creativamente, la que, al estar suficientemente entrenada, permite al diseñador articular la información de nuevas formas para extraer, de simples datos, nuevas ideas que sintetizan el conocimiento y humanicen la tecnología, para facilitar el uso, así como para concretar su desarrollo en organizaciones situaciones y particulares.

5. Sobre la habilitación técnica en diseño

- *Al diseñador de vanguardia solo le basta “saber-hacer”. Hoy, las universidades deberían proporcionar sólo “haceres” concretos, que son la razón del éxito profesional.*

Es un error grave el pensar que se puede desligar el hacer del reflexionar. Cuando lo que se pone en juego es poco, el hacer-pensando puede resultar una opción conveniente, sin embargo, cuando la complejidad del problema es alta o los montos invertidos en su solución son considerables, resulta indispensable reflexionar y comprender lo mejor posible lo que se aborda, antes de intentarlo, lo cual requiere de inteligencia.

Hacer por hacer, si bien genera opciones rápidas ante un problema simple, en uno complejo, produce altas posibilidades de error y efectos colaterales sorprendidos. La complejidad del acto de diseñar proviene, primordialmente, de la naturaleza compleja intrínseca al *Homo* que subjetiva toda consideración respecto del uso y significación del producto. Las técnicas de diseño son infalibles siempre y cuando se apliquen a casos iguales, en condiciones iguales, por lo que, teoría, metodología y técnicas, son herramientas que asisten el pensar del diseñador, pero se requiere “de un operario capaz de usarlas de manera efectiva; que pueda ajustar las ideas generales y abstractas a la situación particular y concreta que enfrenta”.³⁴

6. Sobre los alcances del diseño

- *El diseño mejora la calidad de vida y puede hacer que el usuario viva “experiencias” extraordinarias que le cambiarán la vida.*

Los discursos y métodos light del diseño, más con un afán promocional que con fundamento científico, actualmente prometen alcances y beneficios del diseño exagerados; en especial en torno al supuesto cambio en la mentalidad que logra los diseños en el usuario y espectador.³⁵

“La hipercomplejidad del fenómeno de comunicación entre el usuario y el producto radica, primordialmente, en que en él confluyen múltiples procesos, también complejos, relativos tanto a la socialización y la cultura, como al factor individual de percepción, cognición y comportamiento. Al entendimiento de este fenómeno se contribuye desde una red de programas científicos a lo largo del planeta, con diversos enfoques, corrientes y disciplinas, en

33. Por ejemplo, recurrir a la consulta de imágenes de productos sin cuestionarse el por qué de la forma, función o dispositivos, y solo ver lo estético.

34. Ver Fredy Kofman (2003), “Meta-management-La nueva conciencia de los negocios. Tomo 1: Principios”.

35. Como son el diseño emocional, diseño verde, diseño colaborativo, el diseño centrado en el usuario, etc.

múltiples campos del conocimiento. Si bien los avances sobre el tema han sido notables (...), los mecanismos de la significación de la forma todavía no son suficientemente claros en nuestros días" (Gutiérrez, et-al, 2014: 256)

Un ejemplo actual, se observa en las inferencias y derivaciones que algunos autores del diseño, la mercadotecnia y los negocios, hacen hoy a la ligera, sobre el conocimiento de frontera generado en neurociencias, cuyas exageraciones resultan inaceptables para los propios científicos de ese campo.

Conclusiones

En los albores del siglo *xxi*, el diseño enfrenta grandes retos en su camino a consolidarse como un campo del saber reconocido desde la postura interdisciplinaria, sea en la investigación, como en el ámbito profesional. Entre los retos, destaca la necesaria construcción de nuevos instrumentos teórico-metodológicos acordes al entorno de complejidad, marco conceptual donde ocurren los problemas emergentes del planeta en el nuevo orden mundial.

La crítica a los valores y conceptos del paradigma de desarrollo neoliberal, vista desde las repercusiones a la sostenibilidad del planeta, al desarrollo social inclusivo y al papel del diseño en la sociedad consumista, apunta a la necesaria revisión del enfoque mecanicista que sustenta los discursos teóricos *light*, que se han puesto de moda en el diseño.

En la academia, se tiende a incorporar a los programas y a la currícula de las carreras de diseño, conocimientos y herramientas de avanzada, sin embargo, ante el océano de voces discordantes que inunda tal reflexión, que tratan de describir la transformación del mundo y prever lo que sucederá en el futuro, prevalece cierto extravío en las reacciones del diseñador ante el fenómeno. En lo individual, la reacción del diseñador es, en general, tratar de mantenerse a la vanguardia de la tecnología como antídoto a la situación, olvidando en ello que la tecnología es sólo una herramienta ante el problema. Como se intentó mostrar a lo largo de este

artículo, el problema real radica en la representación simplista que los métodos *light* para diseñar, hacen de los complejos problemas que enfrenta el diseñador, hecho que no es casual, sino que responde al interés de las teorías económicas y de negocio, lo cual tiende a deformar la razón del diseño hacia el consumismo y la degradación ambiental.

Desde el campo del conocimiento, el cuestionamiento a los nuevos instrumentos *light* para diseñar, radica en el simplismo teórico y metodológico de sus propuestas. Se acopian datos sobre las distintas esferas de realidad que envuelven al *Homo*, para articularse de manera forzada y descontextualizada, y sustentar las propuestas de proyecto y la generación de soluciones, con el único fin de concebir mercancías seductoras que resulten un éxito comercial. La disertación realizada en este texto apunta a destacar, que lo esencial para enfrentar el nuevo orden mundial, radica en enseñar a pensar al diseñador de una forma elevada, acorde a la complejidad de los problemas que se enfrentan. Lo cual implica habilitarlo con herramientas de tipos de pensar especializado, en especial, el pensar estratégico, heurístico, sistémico y complejo, manteniendo en la palestra la propuesta del filósofo Matthew Lipman (2016: 15), quien propone que, "para mejorar la capacidad de pensar, en educación, las dimensiones más importantes a cultivar son la crítica, la creativa y la de responsabilidad social".

Habilitar al diseñador del siglo *xxi* con estas capacidades cognitivas, le permitirán, no solo desarrollarse plenamente como profesionalista, sino también, desempeñar un papel destacado en la generación de nuevas opciones de solución dentro de la dinámica interdisciplinaria de desarrollo, que aborda los complejos problemas emergentes del nuevo orden mundial.

Bibliografía

- ARRUDA, Marcos (2005). *Humanizar lo infrahumano*. Barcelona: Icaria editorial.
- BAGGINI, Julian (2020), *Cómo piensa el mundo*. México: Paidós.
- BESIO, Félix (2014), *Los peligros de una sociedad acrítica. Los cambios tecnológicos y comunicacionales y su correlato en la formación ciudadana*. En *Revista Política y estrategia*. No. 123, enero. Santiago: ANEPE.
- BOISVERT Jacques (2004), *La formación del pensamiento crítico. Teoría y práctica*. México: Fondo de cultura económica.
- BRENNAN, Richard (1994), *Diccionario básico para la actualidad científica*. España: Celeste ediciones.
- CASTIORADIS, Cornelius (2008), *El mundo fragmentado*. Argentina: Terramar Ediciones.
- COHEN, Daniel (2001), *Nuestros tiempos modernos. Un análisis del capitalismo y sus tendencias: ¿estamos ante el fin del trabajo?*. España: Tusquets Editores.
- GERVILLA, Enrique (1994), "Razón débil y educación light". En *Teoría de la educación*, Vol. VI.
- GUTIÉRREZ, F (et-al), (2014), "Funciones del producto y perfil cultural del grupo para quien se diseña". En *Universidad punto de encuentro de identidades*. México: UAM Azcapotzalco.
- GUTIÉRREZ, F & Rodríguez, J. (2016), *Modelos clave para el diseñador ante los escenarios de cambio*. México: UAM Azcapotzalco.
- KLEIN, Naomi (2001), *No logo, el poder de las marcas*. España: Paidós.
- LLANO, Carlos (2001), *Nudos del humanismo en los albores del siglo XXI*. México: IPADE.
- LIPMAN, Matthew (2016), *El lugar del pensamiento en la educación*. Barcelona: Ediciones Octaedro.
- LUENGO, Enrique (2018). *Las vertientes de la complejidad*. México: ITESO.
- MARINA, José (2000). *Crónicas de la ultramodernidad*. España: Anagrama.
- MARINA, José (2009). *Las arquitecturas del deseo. Una investigación sobre los placeres del espíritu*. España: Anagrama.
- MARZANO, Michela (2011), *Programados para triunfar: nuevo capitalismo, gestión empresarial y vida privada*. España: Tusquets editores.
- MORIN, Edgar (2011), *¿Hacia dónde va el mundo?*. España: Paidós
- LEONARD, Annie (2010), *La historia de las cosas. De cómo nuestra obsesión por las cosas está destruyendo el planeta, nuestras comunidades y nuestra salud. Y una visión del cambio*. México: Fondo de cultura económica.
- LIPMAN, Mathew (2016), *El lugar del pensamiento en la educación*. Barcelona: Octaedro.
- NUSSBAUM, Martha (2010), *Sin fines de lucro. Por qué la democracia necesita de las humanidades*. España: Katz editores.
- OTERO, Edison (1999) *El 'Affaire' Sokal, el ataque posmoderlista a la ciencia y la impostura intelectual*. Chile: Estudios sociales No. 100, Trimestre 2.
- RITZER, George (2005), *La MacDonalización de la sociedad. Un análisis de la racionalización en la vida cotidiana*. Barcelona: Ariel.
- RODRÍGUEZ, Luis (2015), *De los métodos proyectuales al pensamiento de diseño*. México: UAM Azcapotzalco.
- ROSZAK, Theodore (2005), *El culto a la información. Un tratado sobre alta tecnología, inteligencia artificial, y el verdadero arte de pensar*. España: Gedisa.
- SCHIRRMACHER, Frank (2015), *Ego. Las trampas del juego capitalista*. México: Ariel.
- SCHRÖDINGER, Erwin (2016), *Mente y materia*. México: Tusquets editores.
- SOKAL, A y Bricmont, J (1999), *Imposturas intelectuales*. Barcelona: Paidós.
- SOLÉ, Ricard (2009), *Redes complejas. Del genoma al internet*. España: Tusquets Editores.
- SUN TZU (2017). *El arte de la guerra*. España: Trotta.
- THIEBAUT, Carlos (2011), *Conceptos Fundamentales de filosofía*. Madrid: Alianza Editorial.
- DOCUMENTAL ESPAÑOL INDEPENDIENTE: UNIVERSIDAD, S.A. Autores: Oriol Gomá y Paula Alós (2013). *Colaboradores, PUDUM (Plataforma universitaria en defensa de la educación pública)*. www.universidadsa.com.