

ASPECTOS CULTURALES DEL DISEÑO:

Evolución y prospectiva de los objetos para
beber y preparar chocolate

Tesis Profesional que para obtener el
Título de Diseñadora Industrial

Presenta:

Denhí Guadalupe Rojas Hernández

Director:

M.D.I. Luís Equihua Zamora

Asesoría:

Dr. Oscar Salinas Flores

M.D.I. Emma Vázquez Malagón

Dr. Fernando Martín Juez

M.D.I. Raúl Torres Maya



Declaro que este proyecto de tesis es totalmente de mi autoría y que no ha sido presentado previamente en ninguna otra Institución Educativa.
Y autorizo a la UNAM para que publique este documento por los medios que juzgue pertinentes.



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

FICHA TÉCNICA

Este proyecto plantea una investigación documental de los objetos que se han diseñado, producido y utilizado en México para preparar y beber chocolate de mesa a lo largo de la historia; el objetivo primordial es analizar cómo una práctica cultural influye o determina la configuración de un objeto y genera nuevos diseños. En principio, se realiza una investigación bibliográfica en libros, revistas y medios electrónicos, la cual nos permite obtener información sobre los utensilios y sus funciones, las costumbres, formas de uso, el entorno y la iconografía de cada época.

Estos datos son procesados mediante un modelo de trabajo¹, en el cual se crean cuadros de información referentes a cada una de las épocas dispuestas para el análisis, organizadas de tal manera que nos permite evaluar los objetos en relación a las prácticas culturales, para en una segunda etapa, encontrar las incongruencias entre los valores que animan la conducta y los valores expresados por los objetos, el entorno y la iconografía.

De esta manera, se identifican las conductas adaptativas y como resultado, los requerimientos funcionales, estéticos o tecnológicos de dichos objetos en relación a las prácticas culturales.

En una segunda etapa, se analizan los objetos que en la actualidad son utilizados en México para esta práctica, así mismo, se realiza una investigación de campo, en la

cual se consideran los establecimientos de gran arraigo cultural que sirven esta bebida tradicionalmente y aquellas propuestas que han surgido en los últimos años con el afán de rescatar esta tradición e implantarla de manera cotidiana.

Se contemplan también algunos diseños específicos para esta bebida que existen en otras culturas (Europa, Australia y EU) como un referente de diseño.

De la información obtenida se extraen los requerimientos de tipo funcional y simbólicos para elaborar un perfil de producto sobre el cual se realizan tres propuestas conceptuales:

La primera de ellas es una taza de cerámica para uso en cafeterías y restaurantes, la segunda es un juego de servicio de mesa para ser utilizado de manera doméstica y una tercer propuesta es un molinillo que traduce los códigos visuales tradicionales en este tipo de objetos a la estética contemporánea.

Cada una de estas propuestas presenta alternativas de diseño que se contrastan como evaluación de los requerimientos y de cómo éstos son utilizados en las decisiones de diseño.

Finalmente, con la asesoría técnica de especialistas en materiales se desarrolla la propuesta a nivel conceptual pero siempre cuidando que sea factible en términos de producción.

Se preparan modelados virtuales para el desarrollo del diseño para producción y como presentación final.

¹ Modelo trabajado con el MDI Raúl Torres Maya.

FICHA TÉCNICA DE LOS PRODUCTOS



	TAZA	SERVICIO DE MESA	MOLINILLO
DESCRIPCIÓN	Taza diseñada para su uso en restaurantes y cafeterías. Inspirada en la cultura tradicional mexicana que al no contar con asas, obliga a ser tomada con ambas manos recordando el uso de las tradicionales jícaras. Detalles de decorado inspirado en el árbol sagrado para diversas culturas Prehispánicas de Mesoamérica, la Ceiba.	Diseño que evoca las antiguas chocolateras de los siglos XVII y XVIII, fabricada con tecnología actual, busca apoyar el rescate de la tradición de beber chocolate en casa. Las tazas, al igual que la presentada en cerámica, carece de asas para ser usado como jicara.	Interpretación actual del tradicional molinillo diseñado para ser producido con materiales y procesos actuales.
CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS	Diseño que considera las características particulares de la bebida, por lo que se integra un elemento en la base interna que distribuye el asiento del chocolate en los laterales de la taza y permite que al agitar o mover constantemente se pueda integrar el asiento con movimientos circulares. El cinturón de plástico cumple funciones como antiderrapante.	Juego de servicio de mesa que consta de cinco piezas: Jarra y cuatro tazas. Elaboradas en acero inoxidable considerando también las características particulares de la bebida (asiento) con un elemento en la base interna, además cuentan con doble pared, lo que le proporciona cualidades térmicas manteniendo la bebida caliente por mas tiempo ya que evita la transmisión de calor al exterior. La banda de plástico al rededor cumple funciones de agarre (antiderrapante).	Cuerpo de metal que se adapta ergonómicamente al tamaño de la mano, con batidores en forma de aspas distribuidos en cuatro niveles que permiten mezclar y espumar la bebida de forma tradicional. Por su tamaño se ajusta a una jarra de tamaño estándar.
MATERIALES	Cuerpo de la taza de porcelana y cinto antiderrapante de santoprene (shore 60), con aditivos fungicidas y UV	Cuerpo de Acero inoxidable serie 304, cal. 20 acabado semi mate, tapa y cinto de santoprene (shore 60), con aditivos fungicidas y UV	Acero Inoxidable serie 400, acabado semi mate y batidores de santoprene (shore 60), con aditivos fungicidas y UV
PROCESOS	Cuerpo de la taza: modelado en torno de tarraja Cinturón aislante: inyección en santoprene	Cuerpo: de acero para proceso de embutido y embutido negativo, Cuerpo interno embutido con punzón de goma Cinturón: Inyección en santoprene	Cuerpo: hidroconformado batidores: una pieza en inyección santoprene
DIMENSIONES APROXIMADAS	7 x 8 cm	jarra 20.5 x 12.5 cm taza 6 x 8 cm	24 x 7.3 cm
ESTADO	El diseño se encuentra listo para comenzar con la realización de modelos y moldes para la producción.	Para la verificación técnica de un experto en procesos de metales para diseño de moldes y troqueles.	Requiere de las especificaciones técnicas para el diseño de moldes de producción para inyección del plástico y de hidroconformado.
INVESTIGACION Y DISEÑO	Denhi Rojas	Denhi Rojas	Denhi Rojas
ASESORÍAS TÉCNICAS	Emma Vázquez (cerámica) José Luis Alegria (Plásticos)	José Luís Colín (metales) José Luis Alegria (Plásticos)	José Luís Colín (metales) José Luis Alegria (Plásticos)
MODELADO Y PRESENTACIÓN VIRTUAL	David García	David García	David García

INDICE DE CONTENIDOS

Propuesta de Trabajo Teórico PTT

Introducción

Agradecimientos

01 Cultura

La cultura como contexto de creación y producción

- 01.1 Definición de cultura
- 01.2 Cultura material y sociedad
- 01.3 El diseño como elemento cultural
- 01.4 Referencias

02 La alimentación como manifestación cultural

- 02.1 Cocina prehispánica
- 02.2 Cocina mestiza de la época virreinal
- 02.3 Cocina actual
- 02.4 Referencias

03 El chocolate, producto cultural

- 03.1 Breve historia
- 03.2 Preparación y elaboración
- 03.3 Composición química del grano, propiedades nutrimentales y medicinales
- 03.4 Importancia cultural del chocolate en México
- 03.5 Influencias culturales
- 03.6 Referencias

04 Objetos para la elaboración del chocolate

- 04.1 Cultura Azteca
- 04.2 México Virreinal
- 04.3 México actual
- 04.4 Descripción de los objetos

05 Análisis de los objetos seleccionados con base en las prácticas culturales

- 05.1 Objetos para la producción
- 05.2 Objetos para la elaboración
- 05.3 Objetos para el consumo

06 Objetos actuales. Servicios de mesa para el consumo del chocolate como bebida

- 06.1 Tazas
- 06.2 Jarras

07 Propuestas conceptuales

Materiales y procesos

- 07.1 Problematización y solución
- 07.2 Mapa conceptual
- 07.3 Propuestas (1, 2 y 3)
- 07.4 Ficha Técnica

08 Conclusiones

09 Fuentes bibliográficas y electrónicas

Libros, Revistas, Artículos, Páginas web

Anexos:

La forma de los objetos. Condicionantes formales en el diseño

Glosario

Dedicatoria

PROPUESTA DE TRABAJO TEÓRICO (P.T.T.)

Un objeto se diseña con relación a varios factores, su función práctica, su ergonomía, su expresión formal y la cuestión productiva, con base en los parámetros del mercado, todo lo cual determinan la configuración de un objeto.

Hoy en día, al diseñar, se jerarquiza u ordenan las funciones enunciadas de acuerdo a la tendencia o intención de cada caso; sin embargo la apariencia estética del objeto en relación a factores culturales, de idiosincrasia, tradiciones o costumbres debe ser manejada con mucha mayor atención.

El hombre y su desarrollo en comunidad inciden directamente en la configuración de los objetos, la evolución cultural esta estrechamente ligada a la generación y evolución de los objetos, éstos son resultado de los cambios sociales pero de manera recursiva los cambios sociales también tienen efecto en los objetos, sin duda son manifestaciones de la cultura que los genera. A ello se suma la tecnología, procesos de manufactura y materiales, el resultado es la pertenencia cultural de cada objeto con una intensidad variable.

Objetivo

El objetivo de esta investigación consiste en analizar cómo una práctica cultural influye o determina la configuración de un objeto y genera nuevos diseños. Como resultado, fomentar una nueva visión sobre la práctica del diseño, siendo ésta más humana y más ligada a las personas y a los pueblos, mas consciente de sus necesidades y mas integrada a éstos. Como aplicación práctica del análisis teórico de la evolución de éstos objetos, proponer una propuesta conceptual prospectiva en la que se aplicarán las consideraciones derivadas de la investigación con respecto a la cultura.

Identificar la manifestación de la cultura en un periodo a través del análisis de los Caracteres o Claves Visuales (CCVs) de los utensilios para preparar y beber chocolate en México.

Hipótesis

Los objetos usados en un contexto social y su configuración reflejan nuestro comportamiento y refuerzan nuestros valores, nuestro mundo material es manifestación o reflejo de las diversas formas de vida, así, en cualquier producto cultural, como puede ser un objeto, estarán presentes todos los sistemas de la cultura. Fernando Martín Juez afirma: que “un sistema de valores y creencias da forma a la cultura, es donde se sintetizan las necesidades y los deseos producto de un estilo de vida, de una experiencia colectiva específica y que permite satisfacer usos o creencias.”, de este modo como en muchas otras actividades, en el ejercicio del diseño que es el que nos ocupa, la manera en que trabajamos y cómo percibimos los objetos está influenciada en lo que tenemos por conocido, como reflejo de nuestras creencias, de las condiciones naturales, del ambiente físico, de todo el sistema cultural al que pertenecemos, de ahí la importancia de analizar al diseño de objetos como un medio de expresión cultural. La sociedad cambia constantemente y entender la cultura es esencial para comprender los objetos y el proceso de diseño, la atención del diseño se basa ya en sistemas de objetos complejos, siendo que hoy en día gracias a la globalización del mundo contemporáneo, es muy difícil observar objetos aislados de diversas culturas; cada vez los sistemas de objetos son mas complejos, al igual que las culturas y al mismo tiempo podemos considerarlos multiculturales, es decir, tienen funciones similares en contextos diferentes y con diversas interpretaciones.

Existen objetos como que están presentes en gran cantidad de sociedades y prácticamente funcionan de la misma manera, el fenómeno de globalización ha cambiado muchas cosas en las últimas décadas permitiendo la estandarización de productos, considerando también la expansión masiva del sistema productivo (por maquila) a los países menos desarrollados; un objeto ya puede ser fabricado en cualquier parte del mundo, con insumos de cualquier otra parte, bajo estándares de empresas transnacionales y en este caso, la “regionalidad” de un producto es limitada o representada por los medios productivos de las empresas y sus estándares internacionales.

Lineamientos

Parte muy importante del sistema cultural es la preparación de alimentos. La alimentación es un sistema muy complejo dentro de una sociedad y está determinada por las características culturales, las características de la región y la situación económica; cuando en la cultura se llevan a cabo cambios en sus aspectos económicos, sociales o económicos, éstos se manifiestan de inmediato en los aspectos alimenticios como los horarios, los sitios de comida, el tipo de alimentos, ingredientes y utensilios para su preparación, etc. Como objeto de estudio se buscaba un producto cultural que representara a la cultura mexicana, que tuviera presencia en diferentes culturas y a lo largo del tiempo haya sufrido transformaciones gracias a ellas. De una serie de productos con éstas características para considerarlos de importancia cultural, se eligió al chocolate por la trascendencia que llegó a tener en muchas otras culturas como bebida, además de la versatilidad de uso y consumo que se desarrolló con él en diversos sitios, como los postres y dulces. Por ello, como caso de estudio se han seleccionado los objetos utilizados para la preparación doméstica y consumo del chocolate como bebida de mesa.

Con los datos sobre iconografía de los objetos se realizará un análisis particular de cada uno de ellos y su función práctica, estética, ergonómica y productiva; para evaluar cómo las funciones del objeto están condicionadas por las prácticas culturales adoptadas en las diversas épocas históricas propuestas.

Periodos de análisis

Se plantea el análisis de tres periodos fundamentales de nuestra historia: el México prehispánico, la época virreinal y por último el México contemporáneo. Dentro del México prehispánico, tres culturas fueron las más representativas según su relación y consumo del chocolate, las culturas olmeca, maya y azteca. De entre las cuales se ha elegido ésta última (la azteca) ya que es la región en donde la civilización indígena desarrollada al momento de la conquista nos brinda la transición histórica entre el México antiguo (siglo XV) y la época virreinal, desarrollando el proceso de mestizaje de las dos culturas.

La época virreinal en México (siglos XVI al XVIII), cuando el mestizaje español con los indios fue avanzando de la Ciudad de México hacia otras regiones del país (apoyada por fuerzas militares y evangelizadores), proceso que duró trescientos años.

El México moderno, dividido en dos partes, la primera desde principios del siglo XIX cuando el país se abre a los visitantes e inmigrantes extranjeros, quienes trajeron influencias de la comida italiana y sobre todo francesa; la segunda hacia finales de este siglo, cuando también se inicia la influencia estadounidense, estableciendo la adopción de numerosos hábitos que van floreciendo durante la primera mitad del Siglo XX.

La segunda mitad del Siglo XX vista como un periodo de consolidación de las costumbres claramente afectadas por influencias culturales externas y la llegada de nuevos productos alimenticios.

Objetos que serán analizados

Cultura azteca:

Objetos para moler: Metate y molcajete

Objetos para batir y contener: Jícaras y tazones (preparación, servicio y consumo)

México Virreinal:

Objetos para moler y batir: Metate.

Objetos para batir: molinillo

Objetos para contener: jarra chocolatera (de preparación y servicio) y mancerinas (consumo)

México moderno:

Objetos para moler: Metate

Objetos para batir: molinillo y aparatos eléctricos (únicamente como referencia)

Objetos para contener: jarras y ollas (de preparación y servicio) y tazas y jarros (consumo)

INTRODUCCIÓN

Cuando escuchamos hablar sobre la configuración de un objeto, con frecuencia se destacan los factores por los cuales se decidió sobre tal o cual diseño. Es común que estos factores sean de producción, de ergonomía, materiales, etc. los cuales nos permiten darle sustento a una forma. Es decir, siempre tomamos en cuenta el ángulo de inclinación del respaldo de la silla, o el grosor del material de acuerdo al proceso de producción bajo el que será fabricado, el espesor del material o los ángulos de salida del molde. Bajo estos criterios, bien aplicados, nuestros diseños serán correctos y adecuados, difícilmente criticables o debatibles, sin embargo cuando se habla acerca de la apariencia supeditada al deseo o al estilo formal del diseñador, siempre aparecen una serie de factores en la mayoría de los casos considerados subjetivos, que podrían ser poco valorados al momento de evaluar un diseño.

Lo que planteo con este trabajo es que los factores que dependen personalmente del diseñador, de la forma en que aborda el problema de diseño y le da solución, son los que plasman el estilo y la identidad propia de un objeto de diseño que lo hace diferente a los demás. Estos factores que la mayoría de las veces no son considerados por no tener un sustento “material”, “científico” o “cartesiano”, son resultado de los conocimientos propios del diseñador, de su experiencia personal y profesional. Experiencias que son asimiladas por cada persona de manera diferente, según su marco de referencia, este marco de referencia es lo que llamamos “la cultura”. Así mismo, los objetos son creados/diseñados para satisfacer deseos, cubrir necesidades y éstas son idealizaciones creadas por la propia cultura. Es decir, son producto de un estilo de vida, de una experiencia colectiva única, de la posesión de un repertorio de creencias y de bienes disponibles dentro de las comunidades a las que pertenecemos.¹

Por lo que podemos afirmar que, cada cultura por si misma es capaz de definir sus necesidades, de determinar que es necesario o útil, por lo que estas necesidades solo se pueden entender dentro del contexto en el cual se generan, es decir, dentro de la misma cultura.

¹ Fernando Martín Juez. “Contribuciones para una antropología del diseño”

AGRADECIMIENTOS

Antes que nada, agradezco a la UNAM por haberme formado sobre una sólida base de conocimientos y valores que una verdadera Universidad brinda.

A todos los maestros que contribuyeron en mi formación, de todos aprendí. En especial a aquellos que además de su experiencia y conocimientos, me ofrecieron su amistad. A Horacio Durán, por hacer posible el vivir este sueño llamado diseño. Por tus consejos para este trabajo, pero sobre todo por tu amistad y cariño.

A todos los que se involucraron en este proyecto por que sin ustedes no hubiera sido posible. Por la paciencia, el cariño e interés. Por su ayuda invaluable. Gracias.

MDI Luis Equihua Zamora,
Dr. Oscar Salinas Flores,
MDI Emma Vázquez Malagón,
Dr. Fernando Martín Juez,
MDI Raúl Torres Maya.

D.I. José Luís Alegría (Jhapi). Asesoría técnica en plásticos,
D.I. José Luís Colín. Asesoría técnica en metales.



"La cultura incluye todas las manifestaciones de los hábitos sociales de una comunidad, las reacciones del individuo en la medida en que se van afectadas por las costumbres del grupo en que vive y los productos de las actividades humanas en la medida que se van determinadas por dichas costumbres"

Franz Boas (1930)



01 :: LA CULTURA

La cultura como contexto de creación y producción

Definición de cultura

La cultura es todo aquello compartido por una comunidad, el sistema de valores y creencias, un sistema de significados compartidos para todos los miembros, ... la cultura da al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo. Es ella la que hace de nosotros seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos. A través de ella discernimos los valores y efectuamos opciones. A través de ella el hombre se expresa, toma conciencia de sí mismo, se reconoce como un proyecto inacabado, pone en cuestión sus propias realizaciones, busca incansablemente nuevas significaciones, y crea obras que lo trascienden. (UNESCO, 1982: Declaración de México)

Con base en esta definición de cultura buscaré determinar la importancia de ésta en la configuración de un objeto de diseño y en la metodología del diseño mismo.

Una definición simple de cultura, sería... que son todas las formas de vida y expresiones de una sociedad determinadas. Como tal incluye costumbres, prácticas, códigos, normas y reglas de la manera de ser, vestirse, religión, rituales, normas de comportamiento y sistemas de creencias. Desde otro punto de vista podríamos decir que la cultura es toda la información y habilidades que posee el ser humano que resultan útiles para su vida cotidiana¹ en este sentido, resultan útiles para la realización de actividades según el estilo de vida y para el desempeño de sus funciones y roles sociales. Definir la cultura resulta entonces, de interpretar la diversidad de acciones que realizan los seres humanos para construir sus vidas por medio de su propia actividad, en este caso, el diseñador, hace uso de esta información al desarrollar un objeto de diseño y uno de los elementos que se deben tener en cuenta para explicar este fenómeno es el contexto.

La cultura no es algo que se tiene (como generalmente se dice), sino que es una producción colectiva y esa producción es un universo de significados, ese universo de significado está en constante modificación. La cultura no puede ser vista como algo de lo que se pueda apropiarse uno, sino algo a lo que se pertenece. Es una producción colectiva de un universo de significados que son transmitidos a través de las generaciones.



Es la cultura lo que nos permite conocer el mundo y conocernos nosotros mismos, la cultura es algo inherente a la sociedad, a toda sociedad, con independencia de su nivel de civilización. Desde allí podemos considerar la cultura como el medio humano, como todo lo que, más allá de las funciones biológicas, da la vida a la acción humana tanto en su forma, como su función y significación. La capacidad expresiva tiene una objetivación, es decir, esa capacidad se manifiesta en productos o en objetos que son comunes a los miembros de una sociedad; estos objetos son índices de los procesos subjetivos de sus autores que hace que perduren más allá.²

¹ Wikipedia

² César González Ochoa, "El significado del diseño y la construcción del entorno" cap. 4 Cultura y diseño

Cultura material y sociedad

El entendimiento de la dimensión material de la cultura es indispensable para entender la práctica social. Lo material de la cultura es el medio por el cual el sistema social se representa a sí mismo y actúa sobre sí. Durante los últimos tiempos se ha propuesto que la cultura material no solo es un reflejo de la adaptación ambiental, de las relaciones económicas, o de la organización sociopolítica, de distintos grupos sociales, si no también un elemento activo en la práctica social que puede usarse para tergiversar y reflejar relaciones sociales³ los objetos materiales particulares se definen como los símbolos socialmente activos, lo que permite explicar los sistemas simbólicos y motivaciones en la cultura.

En la práctica social, cada grupo usa objetos y acciones para sus fines particulares y es a través de esta articulación en el ámbito de lo material cuando se crean significados atados a cosas o que se manifiestan en ellas.⁴ Lo material de una cultura demuestra su grado de desarrollo. En los vestigios arqueológicos los objetos encontrados nos brindan una idea muy certera del grado de avance intelectual y tecnológico de un pueblo.

“El estudio de la cultura material es una parte esencial de la antropología... es estudiar la relación entre cosas (artefactos), las relaciones sociales en las que se producen, sus niveles de significación y los fines a los cuales son dedicadas; en este sentido, explora los lazos existentes entre la construcción de realidad social y la producción y uso de cultura material”⁵

El diseño como elemento cultural

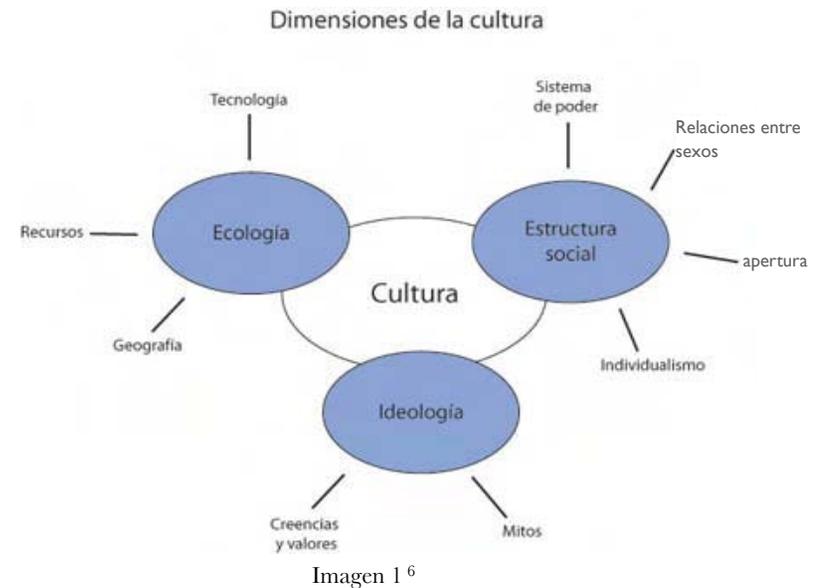
Lo que nos distingue como seres humanos de otras especies es la cultura. La cultura es un sistema muy complejo, es la capacidad de crear nuestro entorno artificial, de comunicarnos por medio del lenguaje, de otorgar significado y valor a las cosas; cada cultura crea su sistema de valores, sus costumbres, su sistema de creencias, etc.

³ Ian Hodder

⁴ Dr. Stanislaw Iwaniszewski, Escuela Nacional de Antropología e Historia

⁵ Dr. Cristóbal Gnecco

⁶ Mike Press and Rachel Cooper. “The design experience” .



De esta forma, la vida, el aprendizaje y la asimilación de experiencias de cada persona es diferente, esto permite a cada diseñador evaluar y abordar un problema de diseño de una forma muy característica y personal. Cada cultura crea su sistema de valores, por ello, considero ésta es la que denota el origen mismo del diseño, siendo que los rituales de uso, la religión y las costumbres, el clima, los materiales al alcance, la técnica; de la mano con la industria, la política, la tecnología, la estructura social, etcétera, conforman toda la dimensión de la cultura (Ver imagen 1) y estos factores definen la forma y

función de un objeto y todo ellos encuentran su base en un sistema de valores, de significaciones que es justamente lo que llamamos cultura.⁷ Así es cómo cada objeto habla por si mismo de todo el contexto socio-cultural, tecnológico y hasta político en el que fue diseñado y producido, el comportamiento de las personas, sus valores, creencias, ritos, etcétera, varían de ciudad en ciudad, de comunidad en comunidad, de país en país; estamos hablando entonces de un sistema permeable, la cultura no tiene fronteras ni líneas políticas de división, es siempre abierto a influencias externas, nuestro mundo actual es multicultural y heterogéneo. Los objetos usados en este mundo y su configuración reflejan nuestro comportamiento y refuerzan nuestros valores

Nuestro mundo artificial es manifestación o reflejo de las diversas formas de vida, así, en cualquier producto cultural, por ejemplo un objeto, estarán presentes todos los sistemas de la cultura.⁸

De ahí la importancia de evaluar al diseño como un elemento cultural. De la concepción de cada objeto como producto de la capacidad humana de sintetizar y crear, ...como un sistema de valores y creencias que da forma a la cultura, donde se sintetizan las necesidades y los deseos producto de un estilo de vida, de una experiencia colectiva específica y que permite satisfacer usos o creencias.⁹

Del mismo modo como en muchas otras actividades, en el ejercicio del diseño que es el que nos ocupa, la manera en que trabajamos y cómo percibimos los objetos está influenciada en lo que tenemos por conocido, es decir, “es reflejo de nuestras creencias compartidas o personales, de las condiciones naturales, del ambiente físico... así mismo, la tecnología y la economía son la causa de diferencias y similitudes culturales”¹⁰. Por lo mismo los diseñadores no diseñamos objetos, sino las formas en que las personas se relacionan entre sí, son los intermediarios en las relaciones con otras personas u objetos¹¹ Son el resultado de las dimensiones simbólicas del diseño.

El diseño es entonces una estrategia cultural, que comunica identidad y se manifiesta como un valor constitutivo de los productos, servicios y organizaciones. “En efecto, el diseño es un valor constitutivo y no un valor agregado, como generalmente se le presenta, porque forma parte del ser de los productos y servicios desde el momento de su creación”.¹²

El diseño no es importante únicamente por la forma, si no por el fenómeno cultural que representa, el diseño es un elemento generador de cambio y de las acciones que se generan en torno a él, además de ser objetos en si mismos, con valor de uso y cambio , en las sociedades modernas, el diseño realiza funciones más importantes como son los de significación, como plantea Baudrillard, que permiten a los objetos funcionar como connotadores de status socioeconómico, ideales estéticos, posiciones morales, etc.



En una sociedad que cambia constantemente, entender la cultura es esencial para comprender los objetos y el proceso de diseño, “la cultura son los lentes a través por los cuales la gente ve los productos”¹³

⁷ En 1996, UNESCO publica y difunde el documento “Nuestra Diversidad Creativa” . en donde devela a la cultura como componente estructural del desarrollo,

⁸ César González Ochoa, “La cultura y el texto”

⁹ Fernando Martín Juez. “Contribuciones para una antropología del diseño”

¹⁰ Julian Steward citado por Fernando Martín Juez.

¹¹ Fernando Martín Juez. “Contribuciones para una antropología del diseño”

¹² Alejandro Rodríguez Musso. Publicado el 02/10/2006. Foro Alfa

¹³ Mike Press and Rachel Cooper. “The design experience” .

Referencias

- César González Ochoa, "Cultura y diseño"
Fernando Martín Juez. "Contribuciones para una antropología del diseño"
César González Ochoa, "La cultura y el texto"
Mike Press y Rachel Cooper. "The design experience"
Alejandro Rodríguez Musso. Foro Alfa



“Los estudios antropológicos han demostrado que la alimentación es una manifestación cultural que está interrelacionada con todos los aspectos de la vida de un grupo humano: la cultura material, la manera de obtener alimentos, las características geográficas, la religión, los rituales, la unidad doméstica, la estratificación social, la ideología, los recursos económicos, entre otros”.

Miriam Bertran Vilá



02 :: LA ALIMENTACION

La alimentación como manifestación cultural

Cocina prehispánica (1550 a.C. a 1517 d.C.)

La alimentación es una parte muy importante de la identidad de cada pueblo, por muy variada que sea la alimentación, siempre se tiene una serie de procesos comunes y se observa cuando son afectadas por otros factores (económicos, sociales, culturales), éstos procesos manifiestan de inmediato la tradición y la influencia cultural.

Es por esto que los alimentos guardan una estrecha relación con la identidad de los pueblos. Las distintas gastronomías, maneras de preparar alimentos y de compartir la mesa son expresiones culturales que se van estructurando a través del tiempo. Producto de elementos como la tierra, el clima, la tecnología, los utensilios, los gustos y en general, todo el mundo simbólico que poseen los pueblos que hacen del comer no sólo el cubrir las necesidades fisiológicas de nutrientes sino medios de celebración y de recreación de todo lo que forma parte de la cultura de un pueblo. La gastronomía mexicana que es rica en sabores, texturas y olores; conjunta nuestra cultura original indígena, con la que nos trajo el mestizaje durante el virreinato de la Nueva España en sus 300 años, esta mezcla brindó un sincretismo culinario y de allí surge lo que hoy en día es conocido mundialmente como "comida mexicana".



“...el mantenimiento principal [de los mayas] es el maíz, del cual hacen diversos manjares y bebidas... hacen de maíz y cacao molido una manera de espuma muy sabrosa con que celebran sus fiestas y que sacan del cacao una grasa que parece mantequilla.”
Diego de Landa. Relación de las cosas de Yucatán

El México prehispánico se conforma por grandes culturas como la Olmeca, la Maya, la Zapoteca, La Azteca, la Tolteca o la Teotihuacana, éstas se establecieron en diversos tiempos históricos en diferentes regiones de Mesoamérica desde el centro hasta el sur de nuestro país y Sudamérica, región caracterizada por su rica vegetación, fauna y agradable clima. Cada una de estas culturas tenía diversas costumbres, tradiciones y estilos de vida, así mismo el estilo culinario era particular.

Las culturas del México antiguo desarrollaron un gran conocimiento basado en la observación de los ciclos biológicos de su entorno y la posible vinculación entre algunos de ellos y ciertos fenómenos cósmicos.

La lucha por la supervivencia, les permitió optimizar los recursos vegetales, animales y minerales que la naturaleza ponía a su disposición en cada región de asentamiento. Su dieta estuvo basada exclusivamente en productos de la caza, pesca y recolección de plantas y frutos apropiados. La zona de influencia de algunas de estas civilizaciones abarcó en algunos casos amplísimos territorios, lo que originó un vasto comercio y la necesidad de abastecimiento de recursos alimenticios, el intercambio de productos en grandes mercados o “tianguis”.

Conservaban algunos alimentos por medio del proceso de secado o salado, o ambos, sobre todo en las cálidas regiones costeras y en las zonas lacustres del centro del país, las hojas de la mazorca sirven para envolver tamales, quesos y requesones, miel de tuna, pescados, etc.; al mismo tiempo, esta práctica permitía la transportación en viajes y facilitaba el consumo en estas condiciones.

Hoy en día nuestra cocina es famosa internacionalmente por la variedad de platillos, de los cuales la base principal se encuentra en la cocina azteca. Esta cultura, llegó a convertirse en un gran e importante imperio ubicado en medio del lago de Texcoco y con canales como vías de comunicación con otros lugares, desarrollando estrategias mercantiles que les permitió estar en constante intercambio cultural con otros pueblos y por ello su comida contenía una gran variedad de ingredientes.

Cocina mestiza de la época virreinal

(Siglos XVI al XVIII)

Desde estas épocas comienzan a aparecer en Mesoamérica instrumentos de piedra para moler semillas. Los utensilios de cocina más importantes fueron:

El metate y mano: mortero rectangular plano con tres patas de piedra volcánica, para moler granos y semillas.

El molcajete: recipiente cóncavo de piedra o de barro, para triturar y moler diversos alimentos, entre ellos los necesarios para elaborar las salsas picantes, con ayuda del tejolote o cilindro pequeño del mismo material.

Barro cocido: ollas y cazuelas, pichancha o coladera (olla con muchos agujeros para escurrir el nixtamal), comal (utensilio para asar distintos alimentos), cántaros y otros recipientes.

Canastas o chiquihuites: confeccionadas de distintas fibras vegetales, servían para almacenar los alimentos.

Cuchillos: hechos de obsidiana, usados principalmente para cortar carnes y pieles de distintos animales. Para cortar los alimentos tiernos, sogas de ixtle.

Otros utensilios fueron confeccionados de madera o de guajes.

Las cocinas de esa época se caracterizaban por tener sus fogones en el suelo y sobre él se hacían casi todas las labores como desgranar el maíz, moler en el metate o en el molcajete, así como la preparación y el consumo de alimentos.



“En las cocinas de los conventos y de los palacios se gestará lenta, dulcemente, como en las alcobas el otro, el mestizaje que cristalizaría la opulenta singularidad de la cocina mexicana”.

Salvador Novo.

Del mestizaje y nacimiento de la cocina mexicana.

Con la llegada de los conquistadores, tanto la dieta indígena como española, sufrió diversas modificaciones. La combinación de la tradición gastronómica de España (con influencia árabe) con sus frutas, verduras, especias, ganado y legumbres, y la prehispánica con sus productos locales sentaron la base de la cocina mexicana.

La ideología de los españoles se enfrentó a las costumbres nativas con lo que muchos de los hábitos alimentarios indígenas no fueron aceptados y así fueron gradualmente abandonados, se prohibieron algunos y se exigieron otros nuevos.

Los más resistidos fueron el consumo de insectos, el queso de algas de laguna, el perro xoloitzcuintli, y la carne humana de los sacrificios; otro de los alimentos prehispánicos combatido fue el amaranto o “huautli”.

Incluso se prohibió su cultivo, ya que para las culturas indígenas esta semilla tenía un alto significado religioso y ritual.

Este mestizaje no sólo se limitó al intercambio de alimentos, técnicas culinarias, vajilla, utensilios, sino también a una nueva forma de percibir la comida. De la moderación indígena se pasó a la gula española quienes no únicamente comían para saciar su hambre sino sólo por placer y deleite.

La comida pasó a ser un motivo de festejo y de celebración, por lo que organizaban fiestas multitudinarias y bulliciosas con amigos, en donde se bebía y se comía en exceso.

En contraste con la tradición indígena de comer poco y pausadamente, para aplacar el hambre, ya que no formaba parte de su percepción de vida que la comida fuera una fuente de placer. Como tampoco lo era el beber, ya que lo hacían en determinadas celebraciones rituales y sólo los ancianos podían beberlo libremente.

Por otro lado, los conventos femeninos fueron la clave en la cocina virreinal, ya que fue aquí donde se crearon todo tipo de guisados, postres y dulces. Y las recetas conventuales se difundieron rápidamente en la nueva sociedad, gracias a las hijas de familias criollas y mestizas, que recibían educación en los éstos lugares.

Los utensilios de cocina eran de metal: hierro, cobre y bronce, sin embargo, como los recipientes de metal, comunes en Europa, eran escasos y caros, se les reemplazó por los utensilios de barro indígenas. Estos se fueron perfeccionando y enriqueciendo gracias a la incorporación de nuevas técnicas, como el vidriado, y nuevos diseños. . La vajilla era cerámica para los ricos y barro cocido para el pueblo.

Se siguió con el uso de los utensilios prehispánicos, como el molcajete, el comal y el metate.

Los utensilios netamente mestizos fueron los molinillos, batidores y jarras de madera para elaborar el chocolate.

Las formas de cocción eran: hervir, freír, asar u hornear.

Las cocinas de la Nueva España recibieron influencia del estilo medieval europeo, el fuego se encendía sobre una base rectangular con un semicírculo vacío con dos o más aperturas para graduar el calor y se construyeron las primeras chimeneas de ladrillo.

Se comenzaron a usar trasteros de madera, ganchos para colgar la carne y todo tipo de canastas, lo que brindaba la característica principal de la cocina de esa época, en la que las paredes estaban tapizadas con todo tipo de utensilios de todos tamaños.

En general las casas de las ciudades tenían una habitación destinada a las actividades culinarias, siendo pequeña y austera en las casas de los pobres y en las casas de los ricos, amplia y muy bien equipada. En las casas más ricas, estaba separada la cocina (sólo para preparar los alimentos) del comedor, conforme a las costumbres españolas.

Era común que hicieran de tres a cinco comidas por día, entre las cuales no podía faltar el refrigerio con chocolate.



Cocina actual (Siglo XIX al XXI)

“Empezábamos a comer hamburguesas, páys, donas, jtdogs, malteadas, aiscrim, margarina, mantequilla de cacahuete. La cocacola sepultaba las aguas frescas de jamaica, chía y limón. Únicamente los pobres seguían tomando tepache...”
José Emilio Pacheco. Las batallas en el desierto.

La cocina tradicional mexicana esta basada en el intercambio de ingredientes indígenas y europeos, aunque mantiene una fuerte influencia prehispánica, en nuestro mestizaje gastronómico el factor indígena sigue siendo preponderante, al ser el maíz su principal elemento y continuar como la base alimenticia.

Una vez consumada la independencia en el siglo XIX, se comenzaron a preparar platillos que identificaran a cada región de la República Mexicana, como el mole poblano, las campechanas, la carne a la tampiqueña, etc.

Dos periodos destacan por su importancia, en los cuales los modelos a seguir provenían de las principales naciones europeas:

La intervención francesa, con el imperio de Maximiliano y el gobierno de Porfirio Díaz, periodo en el cual se contrataron cocineros y maître y se facilitó la importación de nuevos productos alimenticios. Un cambio importante se dio a finales de ese siglo gracias al ferrocarril, cuando la ciudad comenzó a abastecerse por tierra de diversos puntos del país. Las migraciones del siglo XX durante las Guerras Europeas, también generan influencias importantes en nuestra gastronomía nacional. Posteriormente, en la primera mitad del siglo XX hubo un cambio radical en la cocina por la aparición de productos procesados, como las latas de conservas, pan de caja, mermelada en frascos, refrescos, gelatina en polvo, galletas, etc.

La aparición de tiendas especializadas y los supermercados que brindan la oportunidad de encontrar todo en un mismo espacio, a su vez, gracias a los aparatos electrodomésticos, como las batidoras, cafeteras, tostadores, estufas, licuadoras, refrigeradores, etc. que hicieron más sencilla y práctica la elaboración y conservación de los alimentos.

A finales del siglo XX se vivió una importante invasión cultural proveniente de Estados Unidos, a nuestros hábitos alimenticios se suma el consumo de la llamada “fast food” (comida rápida), la cual ha tenido un gran éxito en primera instancia por que resuelve los problemas de tiempo y velocidad cotidiana, combinados con estrategias comerciales enfocadas sobre todo a un mercado muy fácilmente conquistable: los niños y jóvenes. En el México de hoy se conforma una sociedad fundamentalmente mestiza, con una fuerte presencia multiétnica, por lo que no podemos hablar de una sola cocina mexicana, sino más bien de un conjunto de cocinas regionales con una notable variedad de sabores existentes en platillos y bebidas de distintas zonas del país.

En la actualidad se ha desarrollado una nueva tendencia gastronómica a la que han llamado Nueva o Alta Cocina Mexicana, basada en la utilización de técnicas culinarias internacionales para trabajar los productos tradicionales mexicanos. Sus recetas son creativas y novedosas, en las cuales se revalorizan y se rescatan ingredientes prehispánicos.



Referencias

Miriam Bertran Vilá. Cambio alimentario e identidad de los indígenas mexicanos.
Colección “Pluralidad cultural en México” UNAM 2005

La Cocina Mexicana a Través de los Siglos - Volúmenes III - Fundación
Herdez-AC y Editorial Clío- 1ª Edición, 1996.

Galería Nuestra Cocina Duque de Herdez. Museo de la Cocina Herdez. Fundación
Herdez-AC.



“Cuenta la leyenda que Quetzalcóatl, Dios del viento y protector de los aztecas, al ver la falta de alimentos de los hombres, viajó al país del hijo del Sol y se robó una planta que más tarde ofreció a su pueblo: el cacaotal o cacaotero, el preciado árbol de cacao ”

Leyenda tradicional mexicana



03 :: EL CHOCOLATE

Producto cultural

Breve historia

El chocolate tiene su origen en el continente americano, específicamente, en Mesoamérica. Aunque mundialmente es considerado un producto maya y azteca, diversas fuentes nos indican que los Olmecas fueron los que descubrieron la semilla del cacao y posteriormente tuvieron control sobre esta al cultivarla; fueron los primeros humanos en saborear, en forma de bebida, las habas de cacao molidas, mezcladas al agua y adornadas de especias, guindillas y de hierbas. Según la teoría de Coe, a lo largo de la historia, la cultura del cacao de los cultivos olmecas se extendió a las poblaciones mayas y mexicas.

No obstante, hay que mencionar que hay diversos autores que señalan a los mayas como “los verdaderos artífices del chocolate”¹, el cacao simbolizaba para éstos vigor físico y longevidad, crearon un brebaje amargo hecho de semillas de cacao que consumían exclusivamente los reyes y los nobles y también usado para dar solemnidad a determinados rituales sagrados. En sus libros, los mayas describen diversas formas de elaborar y perfumar la bebida.

El chocolate se usaba con fines terapéuticos. Los médicos mayas prescribían el consumo de cacao tanto como estimulante como por sus efectos calmantes. Los guerreros lo consumían como una bebida reconstituyente y la manteca de cacao era usada como unguento para curar heridas. Era también usado como moneda. Más tarde, los mayas lo llevan hacia el sur, a las tierras que ocupaban los toltecas, el pueblo que precedió a los aztecas en la historia de América Central.

A partir de la invasión de Yucatán, que comenzó en 1517 y la de México Tenochtitlán en 1519, los españoles tardaron en descubrir y aprovechar el valor de los granos de cacao. En ocasiones veían con menosprecio la bebida que preparaban con él, ya que era desagradable para su paladar y tardaron en comprender su valor. Fueron las mujeres nativas, cocineras, sirvientes o concubinas en las casas de los conquistadores, quienes transmitieron la costumbre de tomar el chocolate. Y así, gracias también a las mujeres españolas que fueron las primeras en adoptar la costumbre, se extendió el consumo y se transformó poco a poco en un electo híbrido de costumbres indígenas y españolas.



Escultura azteca de un hombre sosteniendo un fruto del árbol del cacao.

¹ Sophie Coe y Michael D. “La Verdadera Historia del Chocolate”

Preparación y elaboración

Las semillas de cacao deben tratarse antes de molerse y hacer el chocolate lo cual puede hacerse en forma casera o industrial. Dicho tratamiento tiene sus orígenes en épocas prehispánicas y aún hoy sigue haciéndose de manera similar, a pesar de los avances tecnológicos.



Clasificación y lavado:

Primeramente se examinan los granos del cacao minuciosamente y son lavados.

Fermentación (de 5 a 6 días): pasan por diversos procesos químicos y biológicos, por los cuales la pulpa blanca se transforma en líquido y se escurre. Se produce un germinado corto que es imprescindible para que el producto final tenga su sabor característico. Los granos deben moverse varias veces por día y tener una temperatura constante de 45° a 50° (esto también es importante para el resultado final).

Secado (por 1 o 2 semanas): al sol, sobre esteras o bandejas, donde pierden más de la mitad de su peso.

Tostado En unas grandes esferas giratorias, se tuestan las habas durante unos minutos, eliminando la humedad y la acidez.

Cribado (descascarillado): se hace con maquinaria especial, después de su enfriamiento, se abren los granos tostados que por efecto de la fermentación han comenzado a explotar y separar los pellejos de la parte comestible.

Molido: Las habas trituradas pasan a través de una batería de molinos y se someten a un batido a una temperatura constante de 60-80°; la duración de este tratamiento puede ir de las 18 a las 72 horas.



Composición química del grano

Su gran contenido energético deriva de su contenido de grasas, hidratos de carbono y proteínas. La almendra de cacao, seca y curada, contiene un 50 % de grasa (mantequilla de cacao) o más dependiendo de la variedad, un 10 % de almidones y proteínas, y el restante está integrado por cientos de compuestos identificados, entre ellos cafeína y teobromina (metilxantinas o alcaloides que estimulan el sistema nervioso, serotonina y feniletilamina, hormonas que ayudan al buen humor y ánimo).

Propiedades nutrimentales

Los dos principales ingredientes del chocolate son calóricos: la grasa y el azúcar.

Hidratos de carbono: los proporcionan sobre todo los azúcares, que aportan casi la mitad de la energía total. El cacao como materia prima contiene además almidón y fibra, pero estos componentes quedan luego más diluidos en los productos finales de chocolate.

Fibra: se encuentra en cantidades apreciables tanto en el cacao en polvo como en el insoluble; sin embargo, los productos acabados de chocolate contienen cantidades poco significativas.

Proteínas: los ingredientes lácteos del chocolate con leche y el chocolate blanco aumentan su valor proteico.

Lípidos: proporcionan la otra mitad de la energía del chocolate elaborado. La excepción es el cacao en polvo, que tiene muy poco contenido graso.

Vitaminas: destaca sobre todo el aporte de ácido fólico. Los chocolates blancos y con leche presentan mayores cantidades de vitamina A que el resto de los derivados del cacao debido a los lácteos que contienen.

Minerales: en los chocolates negros y en el cacao en polvo el aporte de minerales se ve reducido por su dilución con otros ingredientes; en cambio, el chocolate con leche y el chocolate blanco se ven enriquecidos sobre todo con el aporte de calcio.

Energía: los chocolates en general (y en menor medida el cacao en polvo) son alimentos muy energéticos (tónicos).

Por 100 gms. de chocolate negro:	
GLUCIDOS Y FIBRAS	58 G (6G FIBRAS)
PROTEINAS	6 g
LIPIDOS	30 g
COLESTEROL	1 mg
VITAMINA A	0.02 mg
VITAMINA B	0.07 mg
VITAMINA B2	0.24 mg
HIERRO	2.9 g
POTASIO	400 mg
MAGNESIO	115 mg
CALCIO	50 mg
FOSFORO	375 mg
SODIO	12 mg
CALORIAS	500 kcal

fuentes: USDA National Nutrient Database

Propiedades medicinales

En tiempos recientes, se ha encontrado el motivo por el cual el cacao y sus derivados (el chocolate es el principal de ellos hasta el presente) resultan benéficos para la salud humana:

Es rico en flavonoides, como la epicatequina, que protegen al sistema circulatorio, en especial al corazón.

Es un alimento energético estimulante, revigora físicamente gracias a sus glúcidos y mentalmente porque contiene un cierto número de sustancias farmaco-dinámicas como medicina. Dentro de los cuales se encuentran: la teobromina, la cafeína, el phenyl-ethylamine y la serotonina.

La teobromina estimula el sistema nervioso central, ayuda al esfuerzo físico y refuerza el ejercicio cardíaco.

La cafeína favorece la actividad intelectual así como la resistencia a la fatiga.

El phenylethylamine posee propiedades estimulantes para nuestro cerebro.

Posee una elevada dosis de promotor de serotonina y de anandamida, ambos psicotrópicos naturalmente existentes en el ser humano y obtenidos en dosis suficientes (mínimas) al consumir chocolate, facilitan una sensación de placer, por su parte, tal sensación de placer refuerza al sistema inmune.

Compensa las inversiones de péptidos que suelen ocurrir en el sistema nervioso central de los seres humanos durante su adolescencia cuando se enamoran.

Las principales contraindicaciones conocidas (marzo de 2007) al consumo de chocolate no son específicamente relacionadas con el chocolate, si no con los ingredientes añadidos comúnmente y son las siguientes: exceso de calorías si se realiza una dieta excesiva de chocolate, más aún si éste va mezclado con grasas hidrogenadas, azúcares o glúcidos añadidos, cuando el consumo de productos industrializados en base al chocolate es frecuente también es común que se substituya los glúcidos por sacarinas y / ó por ciclamatos los cuales pueden asimismo conllevar riesgos para la salud.

En recientes investigaciones médicos británicos han descubierto que el chocolate contiene sustancias químicas que ayudan en la prevención de enfermedades del corazón y hasta de algunos tipos de cáncer, una pequeña porción de chocolate amargo puede contribuir a reducir los síntomas del síndrome de fatiga crónica.²



"Hay muchas investigaciones que indican que los antioxidantes en el chocolate que se obtiene del cacao tienen determinados efectos de protección contra las enfermedades cardiovasculares"³

² Escuela de Medicina Hull York

³ Dr. Alan Crozier, Universidad de Glasgow

La importancia cultural del chocolate en México



Estela maya en Nakbé, presenta el proceso para producir espuma

El chocolate es cacao, una herencia de México al mundo. Es hoy en día una bebida y una golosina universal enriquecida con las aportaciones de muchos países que hacen difícil decidir cuál de los chocolates es mejor. El chocolate en México forma parte de nuestra gastronomía y en cada región se tienen nombres y formas propias de preparación. La historia del cacao y el chocolate es también la historia del encuentro del Viejo y Nuevo mundo.

Para los mayas, el chocolate jugaba un papel especial en ceremonias religiosas y eventos sociales en las bodas por ejemplo, tomar chocolate humeante y espumoso era una costumbre; tanto los ricos como los pobres disfrutaban la bebida de cacao y era muy popular entre la realeza. Lo utilizaban en la

gran fiesta del cacao dedicada a Chac, dios de la lluvia, celebrada en los cacaoteros. Después de los sacrificios tomaban xocolatl, o vino del cacao, una bebida embriagadora de la que se permitía ingerir tres jícaras; en las ceremonias de la pubertad o iniciación; con tlilxóchitl, para curar la evacuación con sangre (disentería) y, por último, una variedad llamada balamté que se usaba como estimulante y estupefaciente.

Los aztecas, por el contrario, reservaban el placer del chocolate para un sector privilegiado de la población, sólo la nobleza, gobernantes, sacerdotes, militares y ricos comerciantes podían saborear esta bebida. Se dice que en 1519, el emperador Moctezuma II hacía servir chocolate a sus invitados españoles en suntuosas copas de oro. Bernardino de Sahagún llama al chocolate, "la bebida de los nobles".

En el cultivo ritual del cacao había una idea global de la fertilidad, la purificación, la vida y el amor; por eso el cacao simbolizaba el corazón y el líquido extraído la sangre. Se servía chocolate durante las ceremonias de investidura de los nuevos caballeros águila o tigre, que habían soportado largas y severas penitencias. Señalan que "al ser sangre simbólica, era la bebida de los guerreros aztecas".

Al no poder cultivar el cacao, los aztecas tenían que importarlo de tierras lejanas, impusieron un sistema feudal en el que las tribus mayas y toltecas debían pagar los impuestos en forma de granos de cacao. La bolsa o Xiquipil (400) contenía un número de monedas múltiples de 20. Eso incrementó su valor y le dio la función de moneda.

En general, los granos de cacao eran altamentepreciados en las sociedades mesoamericanas, lo cual causó asombro ante los recién llegados españoles. López de Gómara, secretario particular de Cortés lo llamó "el fruto más importante de todos".

Durante el periodo virreinal la adicción al chocolate fue causa de muchos conflictos, alborotos e incluso hasta muertes. Ante tanto abuso la iglesia determinó tomar cartas en el asunto y se establecieron reglas precisas para su consumo.

Entre éstas se decía que quebrantaba el ayuno y por tanto se prohibió en conventos. Las órdenes más severas prohibieron el consumo a sus miembros, no sólo en ayuno sino como voto; incluso se podía castigar a los infractores con tres días de ayuno a pan y agua, en ocasiones se llegaba a tomar en la iglesia por lo que se amenazó con la excomunión a quien lo hiciera.

En la actualidad, el café y en especial el café con leche, desplazaron al chocolate como una bebida cotidiana y ha pasado a ser consumido básicamente como postre o golosina.



Códice azteca

Influencias culturales

En el siglo XVI los conquistadores llevaron el cacao a Europa, pero no fue sino hasta un siglo después que el chocolate comenzó a cobrar auge en el continente europeo. Fue entonces que en su preparación se sustituyó la miel por el azúcar, ya que en América no existía este ingrediente hasta que llegó con los propios españoles quienes comenzaron a trabajar los campos de cultivo con esclavos.

El consumo del chocolate, principalmente la bebida caliente que se tomaba en la Nueva España, se adoptó en la corte española durante la primera mitad del siglo XVII. Además le agregaban azúcar, canela y vainilla y en las esferas más altas de la nobleza española, anís, pimienta, almendras y avellanas. Al igual que los americanos, los españoles hacían tabillas y rollos para disolverse y preparar la bebida.

En los territorios del virreinato, así como en las colonias españolas y portuguesas, a diferencia de lo que sucedían en Europa, todas las clases sociales tenían acceso al chocolate.

De España llegó a Italia, donde comenzó a utilizarse en recetas de postres, helados y sorbetes, incluso en pastas y carnes; de ahí pasó a Francia, donde eran más conservadores y hacían únicamente postres, panes, galletas y dulces como mazapanes, cremas y mousse; en el siglo de las luces o “la ilustración” (siglo XVIII), era relacionado con la aristocracia y la iglesia y fue rechazado por los filósofos ilustrados (aunque también tomaban su chocolate matinal), así como por el proletariado y la burguesía quienes preferían el café, además el té era para aquella época demasiado caro, por lo que se

tomaba poco. Para 1700 ya en Londres, había cerca de 2000 tiendas de chocolate (equivalente a las cafeterías de hoy en día). En el siglo XIX la popularidad del chocolate aumentó gracias a los avances tecnológicos de la revolución industrial, se fundaron diversas fábricas y al mismo tiempo, comenzó la adulteración, abaratando el producto con harina de otras sustancias, alterando el sabor y la calidad.



Anuncio de una chocolatería en Barcelona



La industrialización del chocolate significó que todos podían disfrutar un producto que en sus orígenes, estaba destinado a una minoría elitista.

En 1828 comenzó la edad moderna de la fabricación y producción del chocolate. Van Houten, químico holandés, patentó un proceso para la fabricación de una nueva clase de chocolate en polvo, con un bajísimo contenido de grasas: la cocoa.

El chocolate llegó a Suiza y ahí tuvo una de las innovaciones más importantes de su historia. El químico Henri Nestlé descubrió un proceso para hacer leche en polvo y en 1879 se hizo la primera barra de chocolate con leche.

En EEUU, la industria del chocolate se benefició en gran parte gracias a Milton S. Hershey, quien puso en práctica los avances de los suizos, fundando la fábrica de chocolate mas grande hasta entonces dedicada a la producción masiva, lo cual dio como resultado el nacimiento del chocolate con leche que conocemos hoy en día.

Actualmente el chocolate es fabricado en muchos países y consumido en todas partes del mundo, con un consumo de alrededor de doce millones de toneladas anuales. Adicionalmente el cacao y sus derivados son usados para hacer galletas, pasteles, helados, bebidas, productos farmacéuticos y cosméticos.

Referencias

- Revista Gastronómica de México. Nos. 17 y 18. 2007.
Verdadera historia del chocolate. Sophie y Michael Coe. FCE. 1999.
La Cocina Mexicana a Través de los Siglos – Volúmenes III – Fundación Herdez-AC y Editorial Clío- 1ª Edición, 1996.



“En el banquete del emperador, la bebida la forma agua mezclada con una cierta harina que se produce a partir de unas nueces a las que llaman cacao. Resulta muy sustanciosa, refrescante, agradable de sabor y no es embriagante”.

Fray Bartolomé de las Casas.



04 :: Objetos para la preparación del chocolate y la historia de la bebida



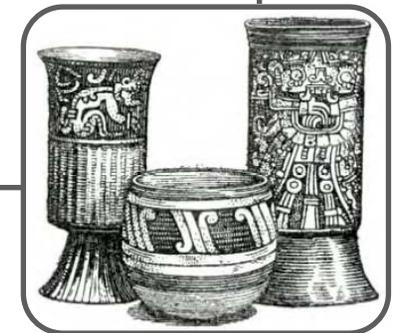
Representación del árbol de cacao



Molienda en metate



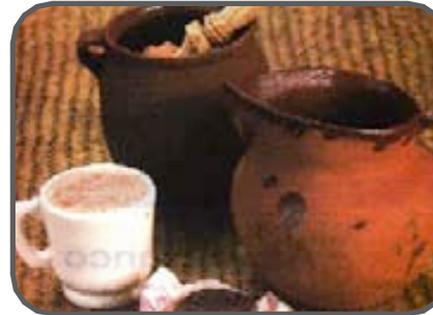
Códice Florentino
Espumado del chocolate



Códice Florentino. Celebración de una boda con chocolate



Transporte del cacao



Variedad de mancerinas

Variedad de jarras chocolateras

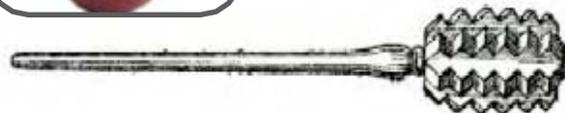
México virreinal



Molino industrial



Tabletas de chocolate industrializadas

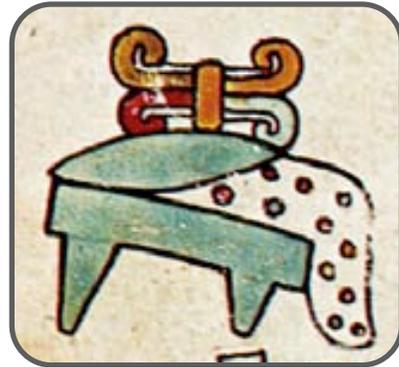


Popularización del molinillo





Descripción de los objetos



Metate

El metate es un utensilio creado por las antiguas culturas precolombinas mexicanas, se usa para moler granos y especias. Es de forma rectangular y dimensiones aproximadas de 50 centímetros de largo por 30 de ancho, tallado generalmente en piedra volcánica, de superficie plana y en ocasiones ligeramente cóncava o curva que se apoya sobre tres patas del mismo material, quedando un tanto inclinada.

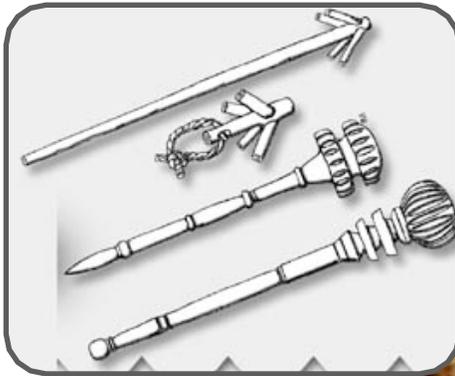
A lo largo de la historia no ha tenido variaciones significativas y aún en varios sitios del país se utiliza de manera común, en algunos otros lados se ha remplazado con el molino manual, la licuadora o el procesador de alimentos; considerando también que el mercado cuenta ya con muchos productos ya molidos listos para usarse.



Jícaras

Las jícaras son recipientes de origen prehispánico, elaboradas con cortezas de frutos. Las utilizaban no sólo para beber el chocolate, si no también para producir la espuma, vertiendo el chocolate preparado desde la altura del hombro hasta el recipiente puesto en el piso. También en la época virreinal tuvieron un uso bastante difundido en la población en general, pero la población indígena las utilizaba, además de la forma cotidiana, en ocasiones ceremoniales.

Aún en nuestros días se utiliza comúnmente en poblaciones con gran tradición cultural.



Chicoli: superior



Molinillo

Desde la época prehispánica en México se han hecho diferentes utensilios para batir el chocolate, el método mas usado era vaciar el chocolate desde lo alto entre dos contenedores.

El molinillo como lo conocemos es un instrumento mestizo de la época del virreinato.

Una variedad de éste es el llamado **chicoli** y es uno de los más antiguos batidores de chocolate (actualmente se utiliza todavía en algunas localidades de Tabasco y Chiapas), “éste objeto, el chicoli, que se ha usado desde la época mesoamericana para batir el chocolate, con algunas variantes, tiene otros usos cuando es corto se emplea en la casa para colgar del techo las provisiones, el machete o el morral; cuando tiene un mango largo se utiliza para bajar fruta de los árboles”¹.

Este molinillo es de una sola pieza y por lo general se eligen árboles que tienden a generar tres o cuatro ramas a la misma altura, como es el caso del cacahuananche.

Los molinillos se tornean a partir de una pieza de madera y existen tres diferentes tamaños: el de olla, que es el más grande; el de jarra y uno pequeño para batir en jarro o taza.



Diversas variedades de molinillos.

¹ Karen Dakin. UNAM. 2002

Jarras chocolateras

Con la llegada de los españoles apareció la jarra chocolatera, caracterizada por un asa y de boca no muy grande, después se le puso tapadera con un agujero donde pudiese entrar el molinillo para batir el contenido.

Existe documentada una gran cantidad de variedad en jarras, de diversos materiales y formas que se produjeron para la preparación y servicio exclusivo de esta bebida.

Los metales han sido parte importante de nuestra producción artesanal, por lo que también se rescatan grandes trabajos en plata, cobre, latón, etc.; además destacan también trabajos en madera que conservan las características formales y funcionales de las jarras elaboradas con otros materiales.

A partir de esta época se da un intercambio de ingredientes que modifica las costumbres y la manera de preparar y tomar el chocolate. Se acentúa sobre todo el uso de materiales como la cerámica trabajada con técnicas recién llegadas del viejo mundo, alcanzando una gran aceptación sobre todo en las familias nobles el uso, por ejemplo de la talavera poblana. Aparece también la loza de China (a través del Galeón de Manila) que tenía un precio relativamente bajo y por ello alcanzó gran distribución en el territorio.

Ya para el siglo XX llega a México una fuerte influencia francesa, la aristocracia y burguesía mexicanas usan porcelana francesa; mientras que para la clase media está la cerámica inglesa.

Posteriormente se vuelven populares las ollas de metal con recubrimiento esmaltado (peltre) o simplemente los jarros de aluminio o acero inoxidable que, hasta nuestros días, son ampliamente usados a la par de aquellos jarros de barro tradicionales que no han perdido popularidad.





Chocolatera con tazas y molinillo.
Museo del chocolate. Astorga, España



Variedad de jarras chocolateras, materiales y formas(sin molinillo integrado)I



Chocolatera con plato, plata repujada.
Perú, S XVIII

Cocos chocolateros

Como muestra del sincretismo cultural, durante el virreinato se comienza a tomar el chocolate en unas tazas hechas de coco, como las jícaras donde lo hacían los aztecas, pero los europeos empiezan a adornarlos con bases, orejas y el aro del borde de plata, datando su uso a partir del año 1600. Los cocos llegaron a América de la Polinesia y antes de la llegada de Colón ya eran muy usados como copas o tazas (jícaras). Con la “fiebre de tomar chocolate” se fueron haciendo muy populares en las casas novohispanas, mas que en Europa ya que allá se tomaba el chocolate en jícaras de porcelana china o en jícaras de plata.

“con esta investigación se logró establecer que se usaba desde los primeros años del siglo XVII... La bebida del chocolate, valorada no sólo en el mundo exterior sino entre los propios habitantes, fue degustada a lo largo de más de dos siglos en esas atractivas jícaras de coco engastadas en plata”.²



Cocos pulidos y esgrafiados, adornados con plata (asas y pie);
Nueva España. Siglos XVIII

²"El arte de tomar el Chocolate" Carlos Duarte, investigador



Mancerina de plata lisa y cincelada en forma de flor.
Perú, fines del siglo XVIII, principios del XIX



Loza de Alcora,. Forma de concha.
España 1750-1790



Mancerinas en cerámica, forma de concha y paloma
Segunda mitad siglo XVIII



Mancerina de fabricación actual. S XXI
Cerámica. Barcelona, España

Mancerinas

Fue tal la aceptación y gusto que se tuvo por esta bebida, que durante el virreinato se inventó una taza conocida como “mancerina” (por el Marqués de Mancera, Virrey del Perú, de 1639 a 1648), y que su uso se extendió por todo el continente, cuya característica principal era que la taza estaba añadida al plato como una misma pieza, ya que el plato contaba con una especie de “arillo” o “cinturón” para colocar la taza (llamada en ocasiones pocillo y en otras jícara, en referencia a las usadas por los aztecas). Este objeto tenía como fin por un lado, de evitar escurrimientos de la bebida a las ropas de las damas de esa época y por otro, servía para colocar en ella las galletas o bizcochos para “sopear” en el chocolate.

Los materiales son variables, las más antiguas que se tiene registro son de plata, posteriormente se llegaron a hacer de cerámica y porcelana con diferentes técnicas y acabados.



El decorado indica que son tazas “chocolateras”

Tazas

Hoy en día en sitios donde se vende chocolate caliente, se utilizan diversas formas de tazas, gran parte de ellas pueden ser usadas también para servir café.

El material principal del que son hechas a mayoría de éstas es la cerámica y con procesos industriales y una diversa variedad de decorados. En sitios populares o con gran tradición cultural se llegan a utilizar jarros de barro que también sirven para servir atole o café caliente, y en otras poblaciones donde tomar chocolate sigue siendo una tradición, se sirve en jícaras de barro (sin orejas) como las que se utilizaban en la época prehispánica.

En algunos casos, con el decorado se establece que debe ser usado para servir cierta bebida, aunque aún formalmente no es claro la diferencia entre las tazas de café o chocolate. Siendo que para el café expresso , debido al tamaño si existe una marcada diferenciación formal, la mayoría de las tazas son utilizadas indistintamente para el café o el té o el chocolate.





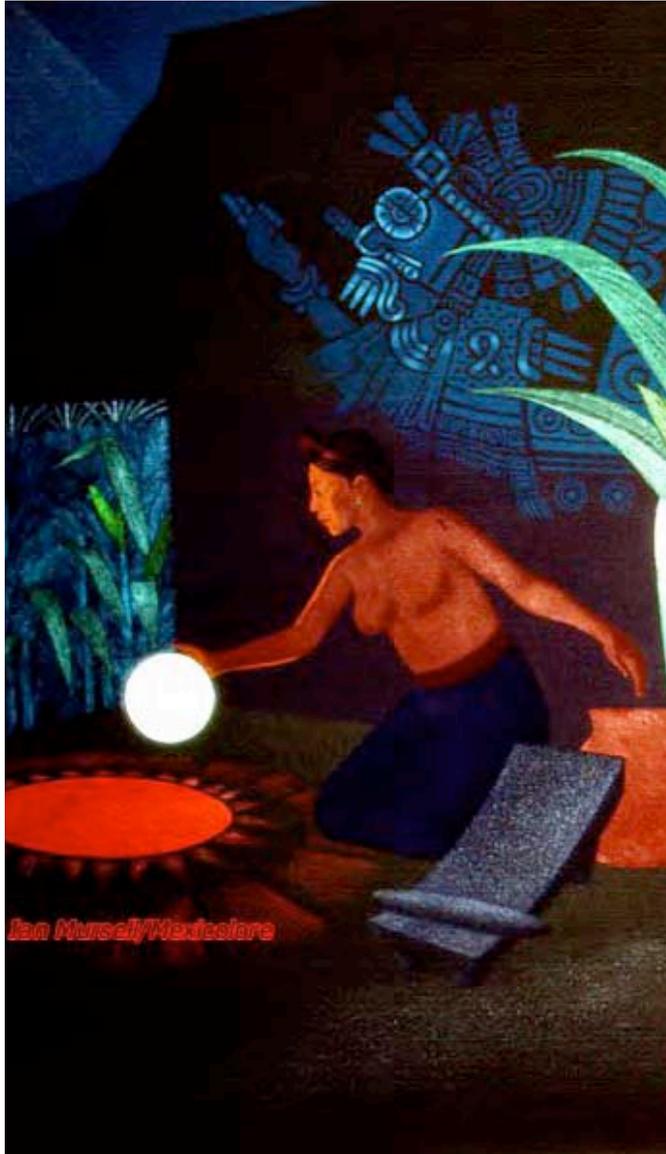
cuchara con “bigotera”

Bigoteras

Diseño que según los historiadores nació en Francia en el siglo XIX, y después llegó a la Nueva España.

Tenía un diseño especial que cubría parte de la taza y evitaba que, al tomar chocolate, los hombres se mancharan los bigotes que en aquella época eran muy utilizados y por prácticamente todos los señores.

De tal suerte que este tipo de protector para el bigote fue comúnmente utilizado también para las tazas de té y de la que existe una versión de cuchara con protector.



“Los lenguajes comunicativos del producto son sistemas de signos de vida relativamente larga, que a pesar de su variabilidad bajo la influencia de la estética del producto y del styling, son indicios visibles de estructuras básicas relativamente estables de la sociedad, y permiten transmitir la tradición cultural de los objetos. El “aprendizaje” de determinados lenguajes del producto y su identificación con el código cultural específico es definible como un procedimiento de socialización cultural.”

Gert Selle (1978)



05 :: Análisis de los objetos seleccionados con base en las prácticas culturales

OBJETOS PARA LA PRODUCCIÓN DEL CHOCOLATE



MOLIENDA	IMAGEN	CARACTERISTICAS	PRODUCCION	DISTRIBUCION	CONSUMO
METATE		<p>Utensilio plano con superficie ligeramente cóncava y apoyado sobre tres patas del mismo material.</p> <p>Fue creado por las antiguas culturas precolombinas mexicanas y en la actualidad su uso sigue siendo muy difundido en todo el país.</p>	<p>Tallado generalmente en piedra de origen volcánico, medidas aproximadas de 50 x 30 cm.</p> <p>Hasta la fecha es elaborado por artesanos especializados en objetos como este o el molcajete, que dominan la talla de piedra.</p>	<p>Los artesanos se encargaban de la producción de estos objetos. Eran vendidos en los mercados, que para la época precolombina, el más importante era el de Tlatelolco.</p> <p>En fechas actuales todavía se pueden conseguir en mercados tradicionales.</p>	<p>Para usarlo, se hace rodar otra piedra de forma cilíndrica llamada brazo de metate o metlapil, sobre ésta para moler los granos.</p> <p>La posición para moler los ingredientes es de rodillas, además de que el tiempo empleado para ello es mucho, lo que provoca malestar en las extremidades y articulaciones.</p>

	CARACTERISTICAS	PRODUCCION	DISTRIBUCION	CONSUMO
MOLINO FABRIL	 <p>Se implementaron como servicio a determinadas colonias, los molinos manuales en donde las personas llegan con los ingredientes para la preparación de su pasta de chocolate.</p>	<p>La producción de estos molinos es en pequeñas fabricas especializadas y en ocasiones en pequeños talleres. Los procesos son simples y los materiales baratos.</p>	<p>Se distribuye a mediana escala sobre pedido a locales comerciales dedicados a la molienda de ingredientes y especias para el chocolate</p>	<p>Este servicio se presta comúnmente sobre todo en sociedades que conservan la tradición de tomar chocolate casero como en Oaxaca en donde las señoras llegan a los molinos a moler sus ingredientes para preparar de manera casera su bebida.</p>
MOLINO INDUSTRIAL	 <p>Molinos para una producción industrial de chocolate. Son grandes tanques a menudo de acero inoxidable.</p>	<p>Su producción es limitada y esta a cargo de empresas especializadas que los fabrican y venden sobre pedidos expresos de los clientes, que se especializan en la fabricación de chocolate en polvo o en tablillas para venta en grandes almacenes</p>	<p>Su distribución es a gran escala para importantes fabricantes de chocolate y sobre pedidos específicos.</p>	<p>Los clientes de estos molinos son aquellos grandes productores de chocolate, que cuentan con una fabrica de gran tamaño y gran numero de ventas de este producto, ya sea en polvo o en tabletas.</p>

OBJETOS PARA LA ELABORACION DEL CHOCOLATE COMO BEBIDA DE MESA



HIDROGENACIÓN /AIREACIÓN	IMAGEN	CARACTERISTICAS	PRODUCCION	DISTRIBUCION	CONSUMO
JICARAS		<p>Las jícaras y guajes son recipientes de origen prehispánico. Antes de la implementación del molinillo su utilización no era únicamente para beber el chocolate, sino para producir la espuma, vertiéndolo un sin número de veces desde la altura del hombro hacia otro recipiente colocado en el piso.</p>	<p>Elaboradas sobre todo con cortezas de frutos previamente vaciados, derivan de los frutos conocidos como morros y jícaras, así como calabazas y tecomates; muchas otras son hechas de madera con diversos acabados según la región; estas piezas también son elaboradas en barro cocido.</p>	<p>Su venta se realizaba en los grandes mercados de la época precolombina, a donde acudían los artesanos especializados en cierto tipo de mercancía. El comercio en aquella época era a base de trueque. En nuestros días aún se venden estos utensilios y se consiguen en algunos mercados tradicionales</p>	<p>Era un tanto incómodo el estar pasando el chocolate de un utensilio a la altura de los hombros hacia otro ubicado en el piso, considerando que éste podía llegar a salpicar y ensuciar las ropas de quienes lo preparaban, que normalmente eran mujeres sirvientes de los nobles.</p>
MOLINILLO		<p>En el extremo inferior cuenta con diversos aros en su contorno y formas irregulares en su estructura que permiten con un movimiento acelerado entre ambas manos. Además del chocolate es utilizado para otro tipo de bebidas como el atole y el champurrado, una variación de éste.</p>	<p>Hecho de madera ligera, el cuerpo principal es de aproximadamente 30 a 35 cm y en la mayoría de los casos es trabajado en torno. Este utensilio fue inventado por los españoles durante la conquista de México hacia el siglo XVII.</p>	<p>Se puede comprar en cualquier tipo de mercado, plaza e incluso tiendas de autoservicio, siendo un utensilio común en algunas casas de nuestros días.</p>	<p>En plena conquista cuando el consumo de chocolate se popularizó entre las diversas clases, los españoles introdujeron este utensilio para facilitar las labores de batido.</p>

	CARACTERISTICAS	PRODUCCION	DISTRIBUCION	CONSUMO
	<p>Hacia finales del siglo XVII se implementó el uso de esta jarra en México, que en principio fue fabricada en Europa particularmente en Francia y España en donde fue ampliamente difundida la costumbre de beber chocolate.</p>	<p>De alguna manera se buscó mantener caliente la bebida mientras era servida, por lo que se incorporó una tapa con un agujero donde pudiese entrar el molinillo y así poder batir la bebida sin necesidad de destapar cada vez que se tuviera que servir.</p>		
	<p>La chocolatera de servicio, de porcelana o metal como la plata, tenía una tapa con un asa para facilitar su apertura y Para asegurar la estabilidad al hervir, a menudo se colocaba en un soporte con tres patas altas, lo que permitía situarla sobre un hornillo de alcohol.</p>	<p>En México, se adaptó a los materiales de la zona, siendo producidas en barro y con diversos acabados según la zona.</p>		

		CARACTERÍSTICAS	PRODUCCION	DISTRIBUCION	CONSUMO
LICUADORA		A mediados del siglo XX, fueron llegando a México los aparatos electrodomésticos que de alguna manera sustituyeron algunos objetos que se utilizaban en la cocina, las labores fueron simplificadas en tiempo y elaboración. Tal es el caso de la licuadora, que en algunas casas ha sido utilizada para espumar el chocolate, aunque cabe destacar que en muchas otras casas se continúa usando el tradicional molinillo, sobre todo en regiones como Oaxaca.	Producción a gran escala por empresas especializadas. No es un electrodoméstico especializado en este bebida, sin embargo se adapta a cualquier tipo de alimento que requiera de molienda.	Su distribución se realiza a gran escala dentro de almacenes de autoservicio, tiendas departamentales o especializadas en productos del hogar.	Normalmente es utilizada por amas de casa. El problema de batir el chocolate en la licuadora es que por un lado, se calienta ya sea el agua o la leche en un recipiente para la estufa, posteriormente se le agregan las tabletas de chocolate y por otro lado, para producir la espuma se debe vaciar en la licuadora la bebida caliente, para después regresarla a la misma olla o a una jarra de servicio.
BATIDORAS		Hoy en el siglo XXI, se están comercializando las batidoras de chocolate, que lo mantienen caliente, al mismo tiempo que lo batan y permiten servirlo del mismo recipiente en donde se está preparando.	La empresa que lo fabrica es una transnacional muy importante en la fabricación de electrodomésticos. Siendo un producto especializado para la preparación del chocolate, su producción es a mediana escala y depende de las leyes de la oferta y la demanda.	Se distribuye principalmente en tiendas del continente europeo, con la opción de venta por internet.	Producto europeo que la fecha cuenta con pocos consumidores a nivel mundial, a medida que se vaya capturando el mercado conseguirá consolidarse y abarcar nuevos mercados, como América. Sus consumidores son básicamente dueños de pequeñas o medianas cafeterías/chocolaterías

OBJETOS PARA EL CONSUMO DOMESTICO DEL CHOCOLATE



DEGUSTACION	IMAGEN	CARACTERISTICAS	PRODUCCION	DISTRIBUCION	CONSUMO
JICARAS		En la época colonial las jícaras tuvieron un uso considerable, las utilizaban de forma cotidiana para beber chocolate y además la población indígena las empleaba en ritos ceremoniales.	Elaboradas sobre todo con cortezas de frutos previamente vaciados, derivan de los frutos conocidos como morros y jícaras, así como calabazas y tocomates; muchas otras son hechas de madera con diversos acabados según la región;	Su venta se realizaba en los grandes mercados de la época precolombina, a donde acudían los artesanos especializados en cierto tipo de mercancía. En nuestros días aún se venden estos utensilios y se consiguen en algunos mercados tradicionales	Consumo muy generalizado en las clases bajas, era un objeto barato y común
COPAS		Vasijas normalmente elaboradas en barro y hasta en oro puro y que eran reservadas para el consumo del chocolate por los reyes y los invitados especiales.	Algunas de estas piezas están basadas formalmente en las jícaras, también elaboradas en barro cocido, unas mas en forma de vaso con una base que le brinda una distinción.		Su utilización era exclusiva de los nobles y gobernantes. Destinados para uso ritual y celebraciones especiales

	CARACTERISTICAS	PRODUCCION	DISTRIBUCION	CONSUMO
MANCERINAS		<p>En la época colonial se buscó el adaptar las costumbres de México a las de Europa, esta es una de las piezas mas importantes que se hayan diseñado exclusivamente para el consumo de esta bebida, ya que el chocolate se convirtió en toda una cultura. Taza inventada por el Marqués de Mancera, (de ahí su nombre).</p>	<p>En la Nueva España fueron elaborada por artesanos que aprendieron las nuevas técnicas de cerámica como la Talavera y porcelana, provenientes del viejo mundo. Se trabajaron también en materiales como la plata y el cobre.</p>	<p>Fue muy popular su uso durante la colonia, su característica principal era que la taza formaba una sola pieza con el plato, que además de servir para colocar galletas, con éste último se evitaba el escurrimiento de la bebida a las ropas de la sociedad novohispana.</p>
				
				

		CARACTERISTICAS	PRODUCCION	DISTRIBUCION	CONSUMO
TAZAS		<p>En la actualidad existe una cantidad muy diversa de recipientes para tomar chocolate, desde una enorme cantidad de tazas con muchas formas y colores, que bien no son especializados y pueden servir para tomar cualquier bebida caliente</p>	<p>Su fabricación es en la industria especializada en productos cerámicos, en grandes cantidades y bajo procesos industriales con moldes y maquinaria especializada</p>	<p>Se distribuyen en tiendas de autoservicio, departamentales e incluso bajo pedidos especiales para restaurantes y cafeterías.</p>	<p>Los consumidores no buscan especialmente diferenciar con los objeto el consumo del chocolate. Son tazas que pudieran servir cualquier tipo de bebida caliente.</p>
TAZONES		<p>Los tazones que nos recuerdan la tradicional costumbre precolombina de usar jícaras para consumir el chocolate, objetos que de alguna manera se especializan en ésta bebida</p>	<p>Se fabrican con las características de un tazón especializado en chocolate, en una empresa de productos cerámicos, bajo producción industrial.</p>	<p>Se venden en tiendas de autoservicio, departamentales o especializadas en productos del hogar.</p>	<p>La búsqueda de un objeto especial que sirva exclusivamente para el consumo del chocolate ha llevado al diseño e invención de nuevos enseres especializados en esta bebida, sobre todo en los últimos años en los que ha renacido la costumbre por esta tradición y se han creado nuevas tiendas especializadas</p>

SERVICIO	IMAGEN	CARACTERISTICAS	PRODUCCION	DISTRIBUCION	CONSUMO
JARRAS		<p>La jarra chocolatera contaba con asa y una boca un tanto mas pequeño que el diámetro de la jarra misma.</p>	<p>Producidas desde la época colonial por artesanos que dominan la técnica del barro o la cerámica, adaptados a los materiales y costumbres de cada región, a la fecha se continúan produciendo en diversos lugares.</p>	<p>Su venta se lleva a cabo aún en mercados tradicionales o pequeñas tiendas, sobre todo de poblaciones mas tradicionales o en casas de artesanías.</p>	<p>En nuestros días todavía son ampliamente utilizadas en casas de costumbres tradicionales, en varias ciudades (grandes y chicas) del país.</p>
		<p>En Europa fue ampliamente difundida la costumbre de tomar chocolate, adaptándola a las costumbres y materiales de cada lugar se diseñaron y fabricaron gran cantidad de jarras y tazas en diversos materiales.</p>	<p>Fue tanto el éxito del chocolate como bebida que en diversas esferas sociales se buscó diferenciarse y se comenzaron a fabricar en metales como plata y cobre, sin embargo, las mas populares eran de porcelana, de las cuales se derivó todo el juego de servicio (tazas y jarras).</p>	<p>Llegaban a México en embarcaciones provenientes de Europa para el uso exclusivo de las clases altas.</p>	<p>Fue tan popular el consumo del chocolate que prácticamente la tomaban en cualquier casa, en todo momento. Se popularizaron también las chocolateras o cafeterías que servían esta bebida.</p>

	CARACTERISTICAS	PRODUCCION	DISTRIBUCION	CONSUMO
	<p>Posteriormente llegaron a México para uso de las clases nobles.</p>	<p>Como en Europa se democratizó el consumo del chocolate, ya no únicamente las clases altas tenían acceso a él, una forma de marcar las diferencias sociales era la elaboración de las jarras de servicio en materiales caros como la plata o la porcelana, con un valor agregado en la decoración y el diseño, algunos fueron modificados para la fabricación con materiales y recursos nacionales que quedaban al alcance de mas clases sociales.</p>		
	<p>Actualmente existen diversas jarras chocolateras de muy variadas formas y materiales, características que dependen de la región y del mercado al que irán dirigido.</p>	<p>Su producción es industrial, moldes y procesos a mediana escala, pero con una basta cantidad de modelos, colores y decorados.</p>	<p>Se venden principalmente en almacenes departamentales o tiendas especializadas en productos del hogar o de restaurantes y cafeterías</p>	<p>Chocolateras para consumo casero y algunas otras para servicio en lugares especializados en la preparación y venta de ésta bebida</p>



"Un problema de diseño no es un problema de optimización. En otras palabras, no es un problema de satisfacer un determinado número de requisitos del mejor modo posible. Por lo que hace a la mayor parte de los requisitos, sólo importa satisfacerlos en un nivel que baste para impedir el desajuste entre la forma y el contexto".

Christopher Alexander



06 :: Objetos actuales

servicios de mesa para el consumo del chocolate



Té

Chocolate



Capuchino

Café

Expresso

Fabrica alemana fundada hace mas de 250 años por el duque Carlos I de Brunswick, muy reconocida por la calidad de su porcelana. Empresa que desde sus inicios buscó la calidad en la fabricación, manteniendo siempre una imagen clásica pero adaptándose a las nuevas tendencias y tecnologías, empleando siempre las técnicas tradicionales y aprovechando las ventajas de los procesos modernos.¹

Una de sus líneas clásicas, en las que se observa que los diseños de sus tazas son específicos para cada tipo de bebida caliente; siendo una empresa que considera al diseño como parte fundamental de su oferta, destaca la chocolatera que es en proporción un tanto mas alta que las demás y de menor diámetro.

¹ www.fuerstenberg-porzellan.com/

koziol

Empresa alemana (desde 1927) dedicada al diseño y fabricación de objetos para la casa y oficina con la filosofía de crear objetos amigables y divertidos que brinden una experiencia agradable al usuario. Su producción es básicamente en plásticos de alta resistencia y calidad.

La línea “Aroma” fue diseñada por el italiano Matteo Thun para esta firma en 1999.²

Están fabricados en porcelana blanca con una banda de plástico (en diversos colores) al rededor, que permite tomar la taza sin quemarse por la temperatura de la bebida.

Está diseñada sin asas, lo que obliga a tomarla con las dos manos recordando la forma de uso de las jícara.

Según palabras del diseñador: “te permiten redescubrir el carácter meditativo de tomar una bebida caliente cuando los tomas con ambas manos”³

Llama la atención que sí existe un diseño específico para el chocolate caliente, siendo este más alto y alargado en proporciones que los demás.



Latte

Chocolate



Capuchino

Café

Expreso

² www.koziol.de

³ www.stylepark.com/es/koziol/aroma,



Café Latte



Expresso



Mug



multiusos café o té o chocolate



Empresa alemana desde 1832, a diferencia de las primeras dos empresas, también alemanas, ésta no cuenta con un diseño especial para cada tipo de bebida. Se destacan la de café expresso que por razones conocidas es pequeña, y la de café latte que es un tanto mas alargada sin tener explicación del por que de la forma.

El mayor número de tazas que existen en su catálogo son las llamadas “mug”⁴ conocidas así ya de forma general que son consideradas tazas multiusos y a las cuales se les aplican diferentes acabados que es en donde enfocan su oferta comercial.

Es producido en gran escala de cerámica, con una variedad de diseños limitada, dedican menos esfuerzo al diseño de la taza por sí misma y a los dos o tres modelos diferentes con los que cuentan los enriquecen con diferentes decorados según la temporada (Navidad, Halloween, San Valentín, etc.)

Esta empresa no tiene una taza exclusiva para chocolate.

⁴ Palabra de origen inglés para taza, normalmente alargada y de forma cilíndrica, que consta de un asa para sujetarla, y que se utiliza sin plato.



Empresa mexicana de gran importancia y trascendencia, fundada en 1920 en la Ciudad de México.

Utilizan como materia prima porcelana de alta calidad y enfoca su mayor producción a líneas institucionales para hoteles y restaurantes, aunque cuenta también con una línea de uso doméstico y una mas de muebles sanitarios.

Desde la creación hasta la producción, sus diseños van de lo clásico a algunos de propuesta mas contemporánea y de tendencias,

En sus catálogos se pueden observar dos tipos de tazas: para café y café expresso (moka), además de la llamada “mug” europea, en diferentes formas y capacidades, cada una con sus respectivos platos base y una variedad de formas que van en relación al diseño de las líneas que manejan.

La variedad en el diseño de tazas está enfocada principalmente a las líneas institucionales, ya que las caseras únicamente cuentan con un modelo de tazas y dependiendo de cada línea varía la forma.

Para destacar un servicio que ofrecen es que brindan asesoría en el desarrollo de una imagen institucional desde la creación del concepto hasta los acabados.





Café clásica



Café



moka (expresso)



“mug”



Café



moka (expresso)

Empresa mexicana fundada en 1991, dedicada a la fabricación, producción, compra, distribución, importación y exportación de todo tipo de vajillas de cerámica, incluyendo las de cerámica de gres.⁵

Santa Anita, en su línea de vajillas para mesa (caseras) utiliza un solo modelo de taza, en cambio, en su línea institucional, tiene varias líneas en las que se maneja mas de un modelo que corresponden a las bebidas: café, café moka (expresso) o mugs⁶ (sin especificación de bebida). pero ninguna de chocolate.

Dependiendo de las características formales de la línea, existe una variación en formas, pero no de manera significativa.

⁵ <http://www.santaanita.com.mx/>

⁶ Llamadas así en su catálogo. Se refiere a la traducción literal de “taza” . En la actualidad se ha generalizado para un tipo específico de taza de una sola asa en la cual se puede beber cualquier tipo de bebida caliente, ya sea te, café o chocolate.

México Oaxaca

En los restaurantes y mercados tradicionales de la Ciudad de Oaxaca de Juárez, del estado de Oaxaca, se utilizan generalmente jícaras de barro o de calabaza. Sin asas y con una base, muchas veces sobre un plato (sea o no del juego de la taza)

En algunos restaurantes más modernos o en los hoteles se sirve el chocolate en tazas que generalmente son las mismas del café o del té. Esta ciudad es una de las más tradicionales del país, reconocida mundialmente por su cocina que va desde lo prehispánico y mestizo, hasta nuevas tendencias de cocina que buscan rescatar los ingredientes tradicionales y general nuevos platillos de la llamada nueva cocina mexicana.

Incluso en estos restaurantes vanguardistas no cuentan con un diseño especial de vajilla para sus alimentos, y por supuesto, ningún diseño especial para servir bebidas tradicionales como el chocolate.





El moro



Azul y Oro



El convento



Saks



Café Tacuba



Sanborns.

DF (chocolaterías/cafeeterías)

Realicé varias visitas a las chocolaterías del Distrito Federal que son conocidas por servir chocolates con churro de forma tradicional, además aquellas que tienen esta bebida integrada en su carta.

Ninguna de ellas utiliza un diseño de taza específico para cada bebida que sirven (café, té o chocolate en todas sus versiones). A excepción del Restaurante “Azul y Oro” (Torre Ingeniería CU) en el que se sirve en un jarro de barro, diferente de la taza para café y té.

Estas son las que se en listan a continuación:
Churrería “El Moro” (Zona centro)
Churros “El Convento” (San Angel, zona sur)
Restaurantes Sanborn’s
Restaurante Arroyo (Zona sur)
Café de Tacuba (Zona centro)



Destaco un nuevo concepto de tomar chocolate.

El chocolate bar Xokawa es un esfuerzo por rescatar la tradición de tomar chocolate. Cuentan con variedad de preparaciones de chocolate, con lo que buscan crear una atmósfera contemporánea donde se disfrute la tradición mexicana de tomar chocolate.⁷

En su carta cuentan con una gran variedad de preparaciones del chocolate con las recetas tradicionales o mezclas con menta, coco o amareto. Calientes y fríos. Además sirven café en sus presentaciones mas comunes..

Cabe destacar que usan las mismas tazas, excepto para la especialidad “xokawa” que es un nuevo concepto de tomar chocolate, el cual se va deshaciendo mientras se va tomando en un tipo candelabro con una vela que calienta la mezcla de chocolate y leche. A pesar de ser un concepto novedoso en nuestro país, cabe destacar que es una copia de un concepto inventado por Max Brenner.

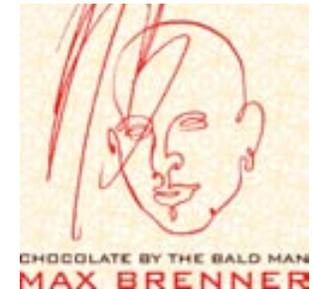


Chocolate mexicano



Xocahua semiamargo

⁷ www.xokawa.net



Max Brenner busca no sólo rescatar la tradición de beber chocolate, si no revolucionar esta costumbre y enriquecerla con mas recetas, utensilios e instrumentos nuevos.

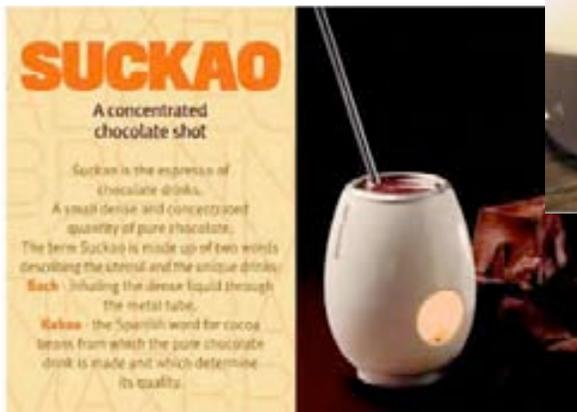
Han diseñado una taza exclusiva para esta bebida, a la que llamó “hug mug” inspirada en el grano de cacao, que se toma con ambas manos creando toda una nueva filosofía para retomar la ceremonia ritual de beber chocolate.

Inventaron una nueva forma de preparar la bebida, que consta en una especie de candelerero que mantiene caliente un vaso de metal en donde se agregan trozos de chocolate y leche caliente para preparar una bebida altamente concentrada.

Además tiene diseño exclusivos de “fondues” para chocolate.

Cuentan con tiendas-restaurante establecidos en Singapur, Australia, Estados Unidos y Filipinas. ⁸

Max Brenner is “creating a new chocolate culture.” ⁹



⁸ www.maxbrenner.com/

⁹ The New York Times



Empresa fundada en Copenhague, Dinamarca en 1944 por Peter Bodum. En los años 50 Peter Bodum empezó a desarrollar sus propios productos y desde el comienzo reconoció la importancia del diseño industrial; su colaboración con arquitectos y diseñadores gráficos e industriales es una tradición que gracias a la creación de su propio departamento de diseño ha enriquecido sus productos.¹⁰

En lo que a bebidas se refiere, tiene una larga historia diseñando cafeteras, teteras y jarras; así como tazas y vasos con diseño propio y vanguardista.

Esta chocolatera es única en su género y busca integrar un tipo de “molinillo” a la tapa de manera que se pueda batir y producir espuma en esta misma para después servirla.

Esta hecha de vidrio refractario que aguanta la temperatura de la leche en hervor y hasta el chocolate (en barra) derretido previamente, como es que se prepara esta bebida comúnmente en otros países principalmente de Europa y Estados Unidos.

"el buen diseño no necesariamente debe ser caro"¹¹



¹⁰ www.bodum.com/

¹¹ Joergen Bodum



MAUVIEL 1830.

Mauviel es una empresa francesa fundada en 1830 por Ernest Mauviel, en una ciudad que tradicionalmente trabajaba el cobre.

Jarra chocolatera inspirada formalmente en las antiguas y tradicionales chocolateras francesas, hecha en cobre en dos presentaciones, pulido o cromado, por ser un muy buen transmisor del calor y cuenta con un mango de madera para evitar quemaduras en las manos al ser manipulado.

En la base cuenta con un difusor de calor y la forma cónica minimiza la evaporación.¹²

Del modelo antiguo se ha prescindido de la entrada superior para el molinillo.

¹² www.appliancist.com Home Appliances Trends & News

BONJOUR®
INNOVATIONS IN CREATIVE CUISINE

Formalmente inspiradas en las jarras chocolateras de los siglos XVII y XVIII, elaboradas con procesos industriales con algunas variedades formales y de colores, y sin embargo conservan el mismo concepto. Todas ellas son producidas en cerámica, en ocasiones acompañadas por tazas que hacen juego también de cerámica, cuentan con una tapa de plástico inyectado la cual tiene un orificio en la parte superior donde entra un batidor de pila para hacer la mezcla del chocolate con la leche y producir espuma. Se venden principalmente en Europa, en tiendas de enseres domésticos o a través de internet.





Café



Té



Expresso



Chocolate



Diseñadas por Oliver Hemming dentro de la colección nio.¹³
Producidas en acero inoxidable pulido, con aplicaciones en plástico PPS.
Ninguna de ellas diseñada para usarse a fuego directo de la estufa.

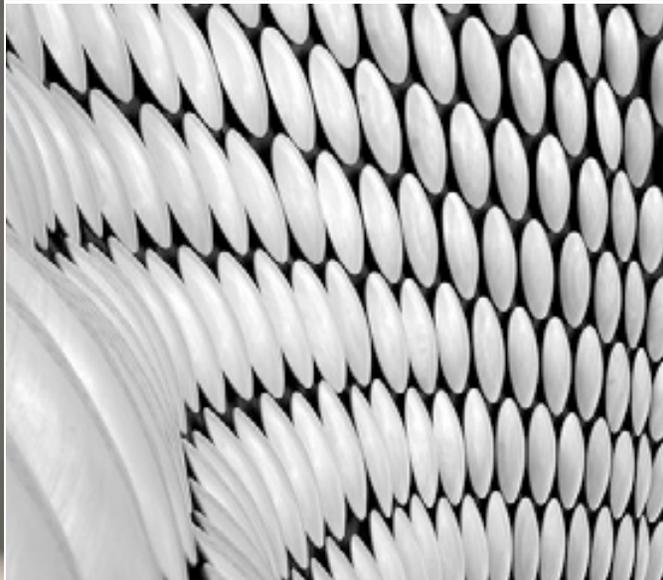
Aunque existe un diseño específico para el chocolate, en las especificaciones dice que se puede usar también para café o té. Es decir, el diseño pro si mismo no está pensado en las características propias de la bebida, sino que únicamente se diseñó para tener contemplada la posibilidad. Siendo que los otros diseños como el de tetera si conserva el icono original que evoca este objeto.

¹³ www.oliverhemming.com



“La acción no debe ser una reacción sino una creación”

Mao Tse-Tung



07 :: Propuestas conceptuales materiales y procesos

La cultura nos brinda una información sobre la oferta y consumo de bienes o servicios que debemos aprovechar y considerar pensando en obtener mejores resultados en las propuestas de diseño, consiguiendo de esta manera un acercamiento a las personas (usuarios de nuestros productos), asegurando así que sus necesidades (materiales o espirituales) serán cubiertas de una mejor manera y garantizando el éxito de los productos.

El análisis de las prácticas culturales nos brinda las pautas para tomar decisiones en el diseño de objetos. Es decir, las costumbres determinan las condiciones para que un objeto cumpla con su función (ya sea práctica o simbólica) dentro de una comunidad y que serán necesarios para cumplir con determinada tarea, para ello es importante considerar siempre el contexto en el que se llevan a cabo determinadas prácticas culturales, el nivel de desarrollo tecnológico y los diseñadores industriales tenemos la necesidad de analizar condiciones para entender las necesidades de un grupo social que se convertirá en usuario de nuestros objetos.¹ Ahora bien, con la información obtenida de este análisis cultural se enlistan los siguientes requerimientos:

Requerimientos funcionales, prácticos:

- Contenedor (taza, jícara o tazón) que permita conservar el calor de la bebida por un tiempo considerable que, aunque los aztecas lo acostumbraban tomar frío, a través del tiempo se ha establecido la convención de tomar el chocolate caliente siendo este mas agradable a nuestro paladar ya mestizado.
- Considerando que es una bebida que se acostumbra tomar caliente, se requiere de un contenedor que al tomarse con las manos no sea excesivamente caliente al tacto. Comúnmente los aztecas no recurrían al uso de asas para sus contenedores, si se busca una identificación con esta cultura, deberá ser contemplada esta opción. Aunque las formas mestizas ya involucran este elemento en los objetos.
- Por las características particulares de la bebida siendo que sus ingredientes son mas densos que la leche o el agua con que es preparada, se forma asiento en la base y es necesario mientras se está bebiendo agitar o mover constantemente, lo que nos lleva a pensar en un contenedor que pueda girarse de manera tal que no se derrame la

bebida o en todo caso, de un instrumento a parte que se incorpore para agitar.

- Adicionalmente, se requiere de un instrumento para batir y generar la espuma tan importante en esta bebida, adaptable al tamaño del contenedor de preparación. Considerando que los establecimientos especializados cuentan con espumadores de vapor eléctricos para este fin, se limita el uso del molinillo para servicio doméstico.
- Puede contemplarse también una base, plato o soporte: para los acompañamientos tradicionales de la bebida como galletas, panecillos, bizcochos, coques o churros.
- Se detectó que el consumo de esta bebida en establecimientos especializados la preparación es a gran escala en grandes ollas de donde se pasa directamente a las tazas que serán servidas en las mesas, en algunos casos son plato y en otros, sin él.
- Por otro lado, está el consumo doméstico en el cual, se emplea el uso de un elemento mas al servicio y este es una jarra que pueda ser llevada a la mesa para servir ahí mismo la bebida. Este elemento es una herencia del periodo virreinal, en el que todo el servicio de mesa que incluían bandejas, cazos, platos, tazas, cafeteras, chocolateras o soperas y diversas piezas del ajuar doméstico que era específico de las clases dominantes, que demostraban el elevado nivel adquisitivo de estas clases.

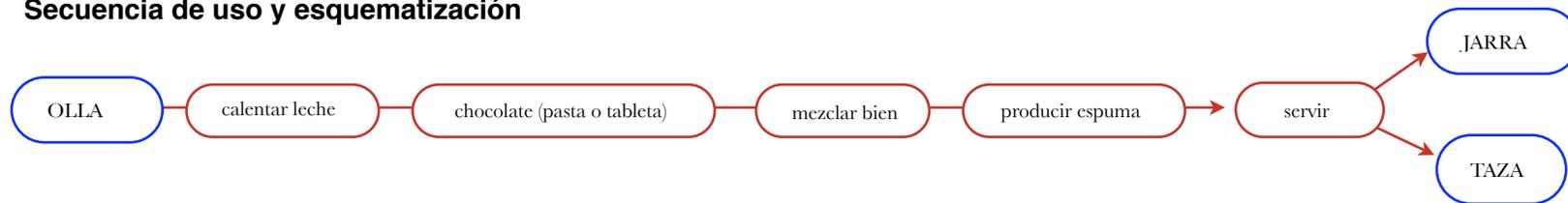
Requerimientos expresivos, simbólicos:

Se busca que su apariencia sea agradable y evoque formalmente una tradición cultural que invite al rescate de una costumbre olvidada con el tiempo:

- Contemporáneo, que represente la estética del presente siglo (materiales y procesos) y se identifique con la cotidianidad mexicana.
- Tradicional, que la forma obligue a beber con ambas manos, de la forma en que de ha hecho desde las culturas prehispánicas, hasta hoy día en los pueblos con mas arraigo cultural.
- Elegante, digno, sobrio. Rescatar el valor simbólico y estatus que se le asignaba esta bebida (valor y orgullo). Los Aztecas lo tomaban en jícara o copas de oro ya que para ellos la copa misma tenía el valor ceremonial para tomar esta bebida. Sin ser excesivamente caro ni exclusivo de clases altas.
- Accesible, que pueda ser un objeto de uso cotidiano.

¹ Cada vez es mas concurrida la aplicación de los llamados focus groups (En español conocida también como sesiones de grupo, en donde se realizan estudios en el que se reúne a un grupo de personas para investigar acerca de actitudes y reacciones frente a un producto, servicio). para medir la aceptación del mercado sobre un producto en específico y en cada vez mayor medida, para determinar un perfil de producto antes de comenzar con su desarrollo; y que es justamente lo que se plantea en este caso, la utilización de estas herramientas desde el inicio de la investigación de diseño.

Secuencia de uso y esquematización



Preparación

Se elabora una secuencia de uso derivada de la observación directa en la preparación del chocolate como bebida de mesa, lo que nos permite encontrar los las pautas ordinarias a seguir y en algunos casos, las extraordinarias que hay que analizar para identificar ciertos desperfectos que requieran de una solución; además de identificar cuales necesidades en el proceso aún no han sido resueltas.

En este caso, dentro de la investigación de campo que se realizó, encontramos que la mayoría de los sitios donde se vende esta bebida la preparan en grandes ollas de metal de donde se sirve directamente a las tazas de los comensales.

El primer paso es calentar la leche, para este proceso se requiere un recipiente resistente y buen conductor del calor.

La tendencia actual de la preparación del chocolate en algunos hogares, es derretir barras de chocolate o agregar tabletas de chocolate que en algunos casos ya vienen en presentación granulada, y mezclarlas con leche muy caliente casi al punto del hervor, sin embargo, aún es mayormente preparado de manera tradicional con tabletas y en ocasiones, y dependiendo del gusto se puede agregar otro tipo de especias y saborizantes como canela, vainilla, etc.

Se mantiene en el fuego por unos momentos mas después de haber incorporado los ingredientes y se bate con un molinillo o algún instrumento similar para producir la espuma característica de esta bebida. Procede a servirse.

En el caso de servir deberá considerarse un tamaño del contenedor para que no pese demasiado, al ser llevado a la mesa y al momento de tomarse. Se pensaría en tazas con una capacidad de entre 200 o 250 ml. y en el caso de un servicio de mesa, se contempla el juego con cuatro a seis tazas (regulares comercialmente), lo que implica un contenido para la jarra de mínimo 800 y máximo de 1500 ml.

Servicio

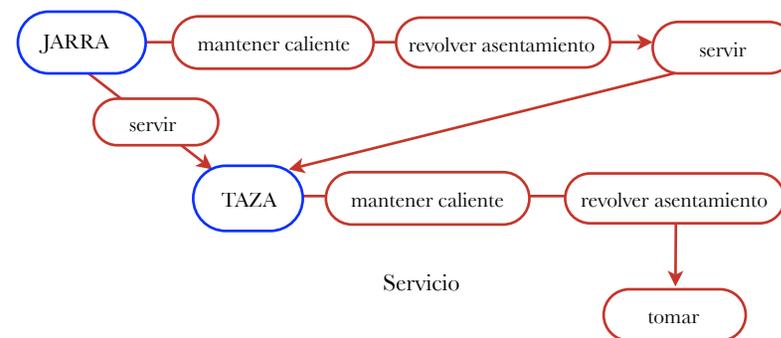
De igual manera, se elabora una secuencia que esquematiza el proceso de servicio del chocolate en la mesa.

Primeramente identificamos que los objetos que se involucran en el proceso de servicio son básicamente una jarra y una taza.

En este caso, las necesidades que se presentan son básicamente dos: que los materiales con los que sean fabricados estos objetos puedan conservar el calor por un tiempo considerable, pero que sin embargo, no se calienten tanto que quemen la mano o los labios al tomarse.

Para conservar el calor se puede considerar también la forma del contenedor. esto es, una boca ancha permite escapar mas fácilmente el calor que una cerrada. Por otro lado,, una taza con menor capacidad en líquido permite terminar mas rápidamente la bebida antes de que esta se enfríe.

Otra consideración es que, por las características de la bebida, sus ingredientes se asienta en la base ya sea de la taza o de la jarra, lo que obliga a revolver el asiento cada vez que se busque servir o tomar.



Servicio

Mapas conceptuales

Propongo aquí el uso de los mapas mentales como una herramienta para ordenar y sintetizar la información derivada de esta investigación considerando que “el conocimiento se construye a partir de conceptos y relaciones entre conceptos”², y que “un concepto es una regularidad en sucesos o hechos, que se etiqueta con una palabra”³, por lo que a todos estos sucesos culturales analizados se les puede representar con una palabra y a esta, a su vez, con una imagen.

Un mapa conceptual es una representación del conocimiento, por lo que podemos sintetizar todo el resultado de nuestro análisis en un mapa que nos ofrece la posibilidad de concretar conceptos adquiridos para hacerlos mas manejables al momento de desarrollar nuestro concepto de diseño ya que, al tratar de establecer relaciones entre conceptos, ayuda a la generación de ideas, *brainstorming*. Al mismo tiempo y sobre todo si se esta trabajando en equipo permite el contraste de ideas ya que cada individuo genera un mapa de acuerdo con su conocimiento, derivado de su idiosincracia, de lo que tiene por conocido y de la forma en que asimila ese conocimientos, es decir, de su propia cultura.

De esta manera, nos ofrece la posibilidad de ordenar gráficamente la información que surgen de nuestra investigación. En este caso particular, se destaca de la investigación histórica conceptos referentes al simbolismo, origen y propiedades; así mismo, del análisis de tradiciones y costumbres se desprenden los conceptos relacionados a la preparación y el consumo. De cada uno de ellos se desprenden nuevos conceptos que forman el mapa.

²J. D. Novak, considerado el padre de los mapas conceptuales

³D. Ausubel, teoría constructivista del aprendizaje

⁴MDI Luís Rodríguez Morales

Desarrollo

Una vez que se ha definido como será el objeto con base en el análisis de las prácticas culturales, cubriendo las necesidades de función prácticas y de expresión⁴, se debe tener una serie de consideraciones como valoraciones técnicas, de mercado, etc. (ver en anexos “La forma de los objetos”) para asegurarnos cumpla con los requerimientos determinados; para lo que se deben de tomar en cuenta una serie de factores que incluyen la selección del material adecuado, procesos de producción y manufacturas.

En este capítulo se toman las consideraciones técnicas pertinentes para asegurar que la propuesta es absolutamente viable de producirse, lo que incluye la asesoría de técnicos o profesionistas especializados en cada proceso. Por lo que será muy probable el tener que realizar adecuaciones a nuestro concepto de acuerdo con las posibilidades que nos brinden los materiales y máquinas con que será fabricado.

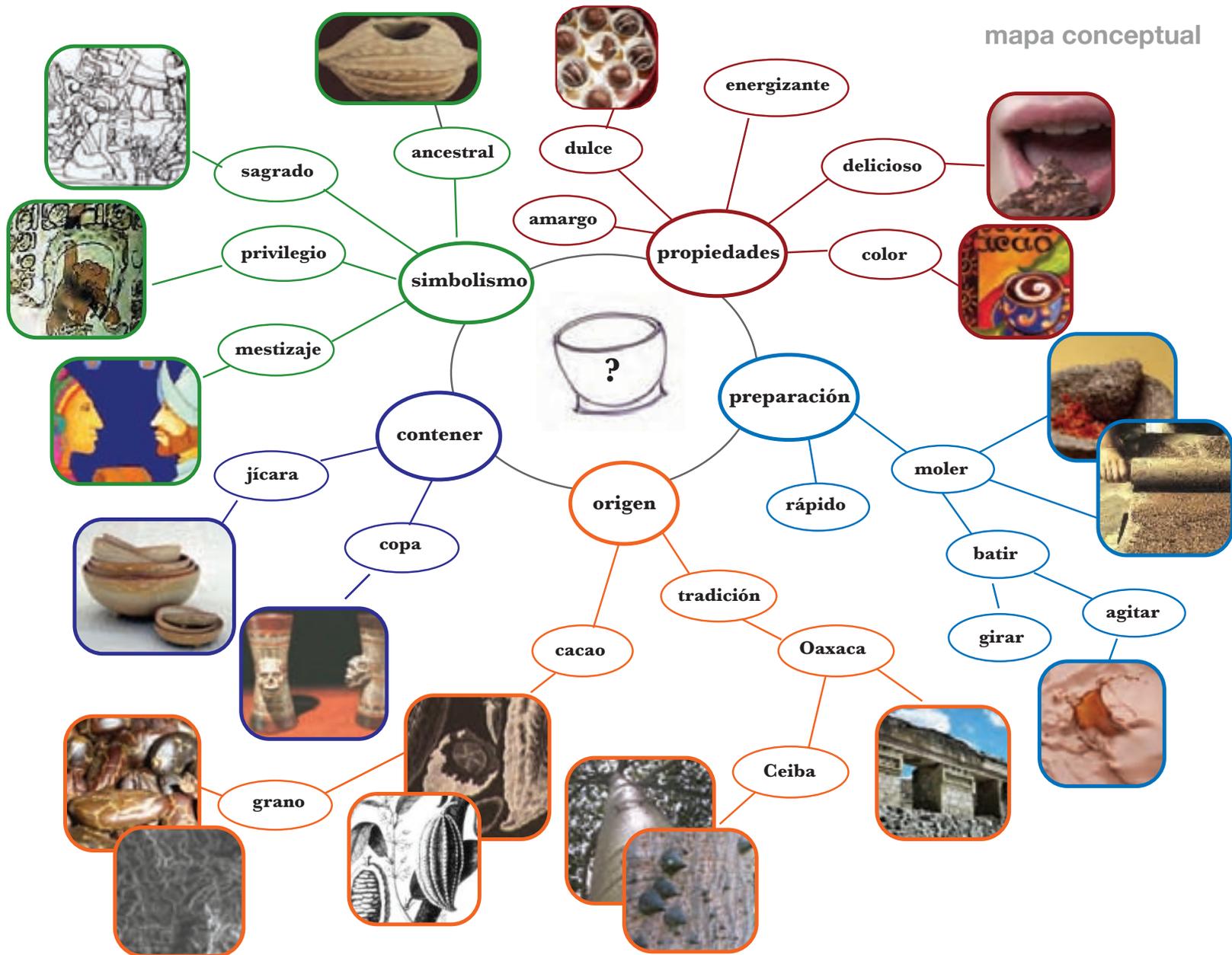
Por otro lado, es necesario considerar que el diseño de herramientas tales como moldes, troqueles, dados especiales, entre otras cosas, es importante para conseguir una solución adecuada al diseño y lo mas fiel posible a lo que hemos planteado.

Otro punto que debe ser mencionado por ser parte importante del proceso de diseño, desde la conceptualización hasta la comercialización de un producto, es el de mercado. Sin embargo, no se profundizará en el de acuerdo con los fines planteados en este trabajo.

La factibilidad económica dependerá de las necesidades del cliente o del propio diseñador, lo que requiere también asesoría técnica especializada, estudios de mercado y en caso de ser necesario, ajustes de diseño para optimizar costos, para lo que se recurre nuevamente al análisis de prácticas culturales y costumbres sociales.

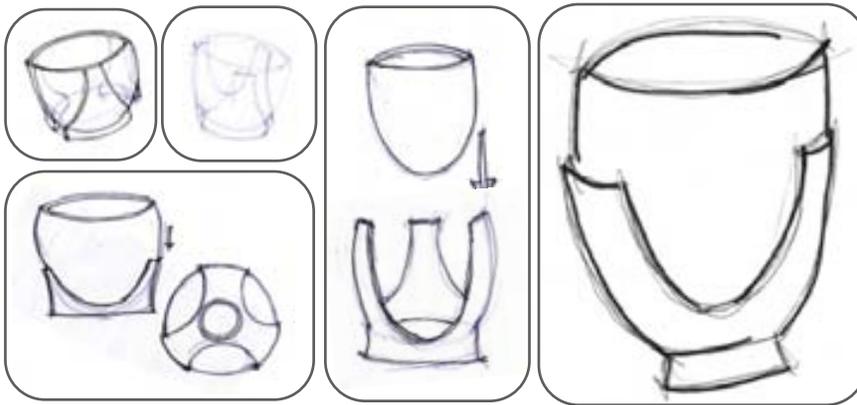
Según mi hipótesis, un diseño que considera estas prácticas desde el inicio de la investigación generará un producto mas apropiado al mercado.

mapa conceptual



Propuesta 1

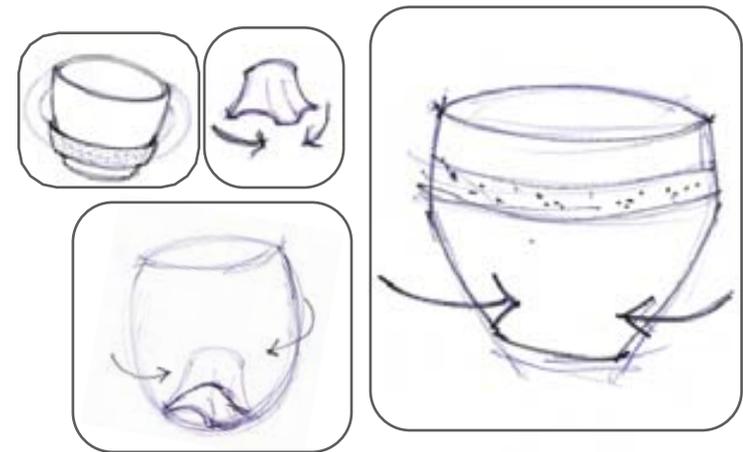
Taza para cafetería o restaurante
Material: cerámica



Esta propuesta retoma el concepto de mancerina con una base en donde pudiera montarse una taza o copa sin asas y de fondo ovalado.

Por ser la mancerina un objeto netamente virreinal producto del sincretismo cultural de la Nueva España, y de uso exclusivo de las clases nobles, esta propuesta denota cierta reserva en el uso.

Para evitar esto, puede darse una imagen mas común o menos sofisticada con el tratamiento de materiales y decoración, buscando un sólo tono de esmalte sin decorados añadidas que le brinden sencillez.



Propuesta basada en las vasijas ceremoniales de la época precolombina, sus formas remiten a las figuras de cerámica que tenemos identificadas como las que se utilizaban para tomar el chocolate en la civilización azteca.

Se conservan proporciones y se busca una traducción de formas con materiales actuales, en lugar de grabados se piensa en una banda de plástico que otorga el mismo carácter decorativo.

Se desarrollara esta propuesta ya que se busca una identificación de nuestra cultura actual con las raíces prehispánicas.

detalles y desarrollo



Renders rápidos de presentación sin aplicación de materiales



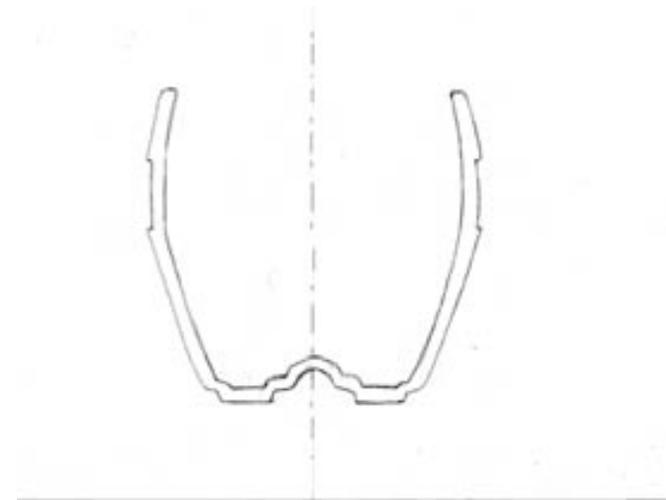
detalle inferior

Cuenta con un elemento que manda los sedimentos a las orillas.



Detalle de textura

Inspirada en el árbol icono de Oaxaca, la Ceiba.
Banda plástica moldeada bajo el proceso de inyección

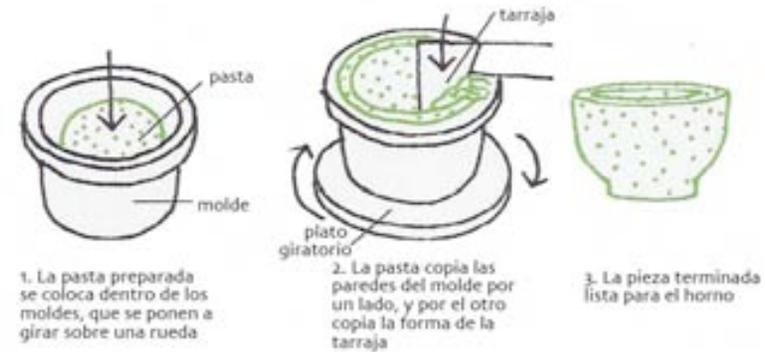


Corte

En la pared externa se contempla un bajo relieve que es donde se coloca la banda de plástico texturizada.
La pared interna es completamente lisa y en la parte baja interna cuenta con un elemento que obliga a los asientos de la bebida ubicarse en los costados, lo que permite que al girar la taza para integrar los residuos, estos puedan ser removidos de manera mas fácil considerando que al tratar de integrar los asientos en una taza con base plana el centro siempre queda con residuos y las orillas son las que se remueven mas fácilmente.

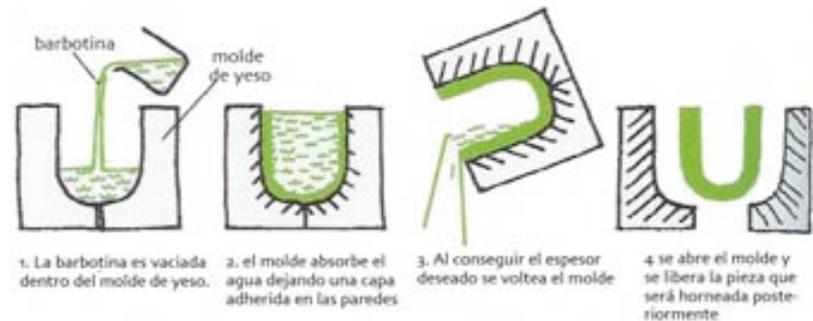
Torno de tarraja

Se eligió este proceso ya que es empleado para hacer piezas profundas como tazas, bowls, pocillos, etc. y se busca que el molde exterior le brinde una forma y detalles a la parte externa de la taza. La tarraja forma por dentro la pieza y ésta parte es diferente a la externa. El molde está pensado para trabajarse en dos piezas.



Vaciado

Se presenta este proceso como alternativa viable de producción, sin embargo, debe considerarse que en la parte interna quedaría un alto relieve que corresponde al sitio donde será colocada la banda plástica marcado en el exterior.



Presentación final

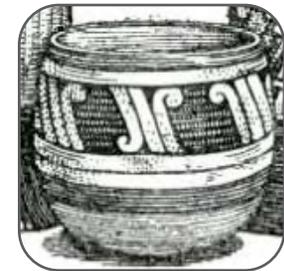


Propuesta 2

Servicio de mesa para hogar
Material: Acero inoxidable



Dibujo de un códice donde se ofrece la bebida de cacao



Dibujo de copa de barro utilizada por los aztecas para beber chocolate



Ambas propuestas se basan en dibujos provenientes de la civilización azteca.

El manejo de las formas y las proporciones se cuidó de tal manera que remitiera a las raíces culturales del México antiguo.

Se busca retomar los elementos que indican que es una pieza perteneciente a esta civilización y tratarlos de manera tal que con nuevos materiales y técnicas de este siglo, conserven esta identidad. Se desarrolla la propuesta ubicada del lado derecho de la hoja en el supuesto de que la forma es mas particular y representativa de esta cultura permitiendo explotar todos los códigos visuales que nos indican es una pieza prehispánica.

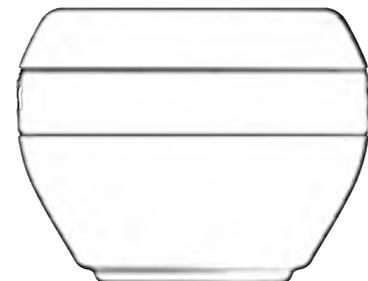
desarrollo taza



Pieza 1
proceso 1: Embutición inversa
proceso 2: Embutido con punzón de goma



Pieza 2: Embutido



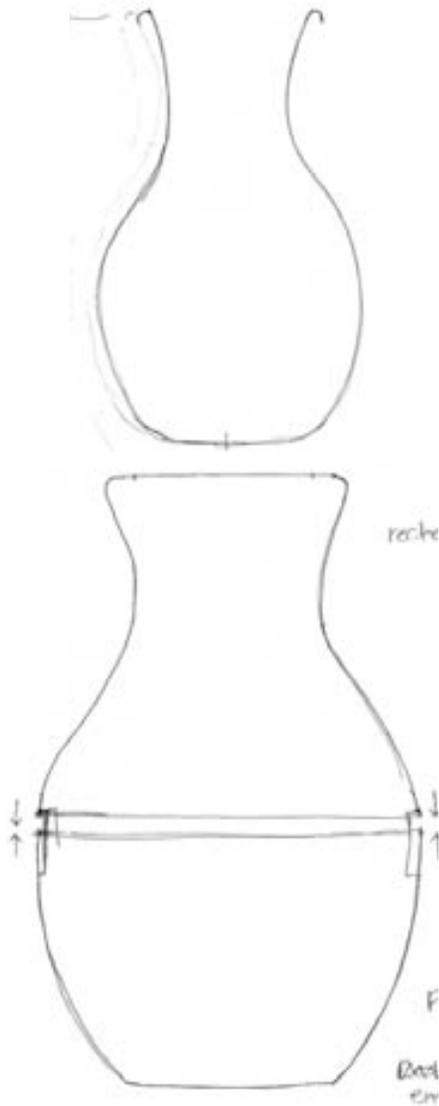
Unión de ambas piezas con soldadura y al final se coloca a tensión la banda de plástico moldeada por inyección



Tazas y jarra de doble pared de acero inoxidable austenítico, serie 304 con acabado mate 2D, lámina calibre 20

Renders rápidos de presentación sin aplicación de materiales

desarrollo jarra



Pieza 1
Proceso 1:Embutición inversa
Proceso 2: Embutido con punzón
de goma

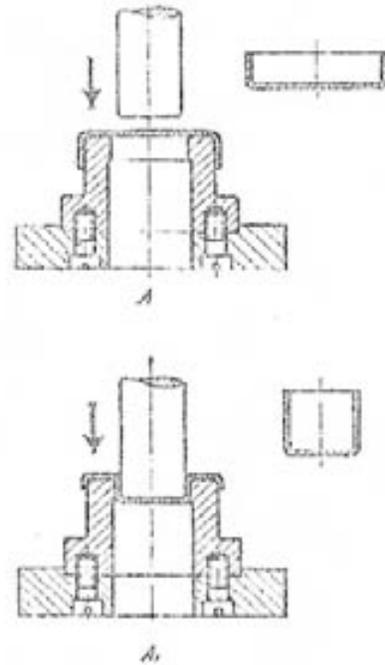
Pieza 2
Proceso 1: Embutido
Proceso 2: Embutido con punzón de
goma.

Pieza 3
Embutido

Ambas piezas son soldadas con la
pieza 1 en el interior, soldada a la
pieza 2 y finalmente se coloca la
banda plástica a tensión

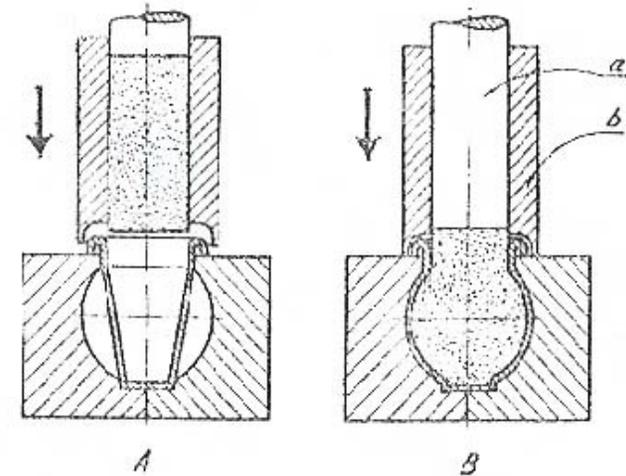


Renders rápidos de presentación sin aplicación de materiales



Embutido negativo (o inverso)

Con este proceso se obtienen piezas profundas de un espesor uniforme, y se pueden conseguir piezas con dobleces en doble sentido y en pocos pasos.



Embutido con punzón de goma

La ventaja de usar este proceso es la elaboración de piezas que sean mas anchas de la base que de la boca, ya que el punzón entra en la cavidad de forma cilíndrica y al llegar a la base se deforma hasta tomar la silueta del molde que en este caso debe ser de dos piezas.

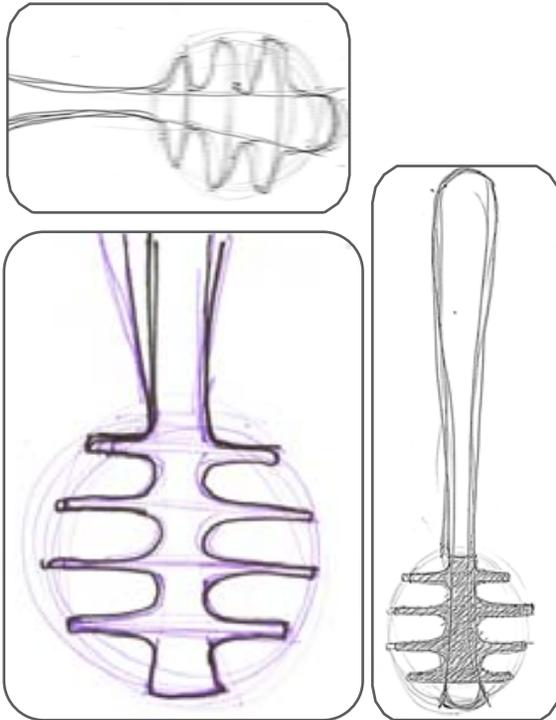
Los esquemas de procesos tomados del libro "Herramientas de troquelar, estampar y embutir"



Propuesta 3

molinillo

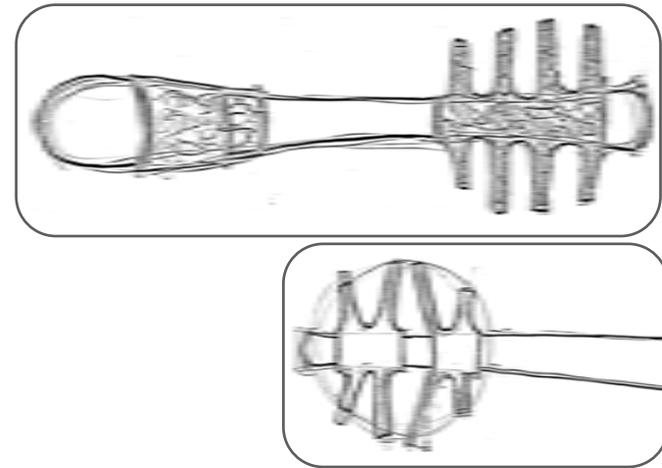
Material: Acero inoxidable y santoprene



Existe una gran variedad de formas en los molinillos tradicionales que generalmente son de madera torneada.

En un inicio se pensó en el desarrollo de un molinillo torneado con una barra de aluminio (por ser menos denso que el acero inoxidable) y en una sola pieza, buscando el uso de esta misma técnica tradicional en diferentes materiales.

Esta opción da unidad a la pieza y mantiene la idea de pieza artesanal trabajada a mano.



Se comenzó a jugar con nuevos materiales y técnicas.

En la segunda propuesta se busca la integración de elementos separados como el mango y arillos que hacen la función de batir y espumar.

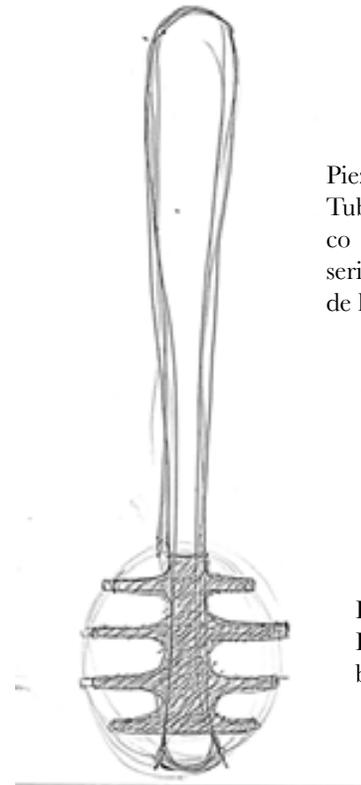
Se pensó en varios elementos que hicieran las veces de anillos de madera girando en torno del mango, o una sola pieza de plástico inyectado que permitiera el mismo efecto.

Con esta propuesta se consigue dar una imagen mas sofisticada y moderna ya que involucra procesos mas industriales y ofrece la elegancia, brillo y durabilidad del acero inoxidable.

detalles y desarrollo

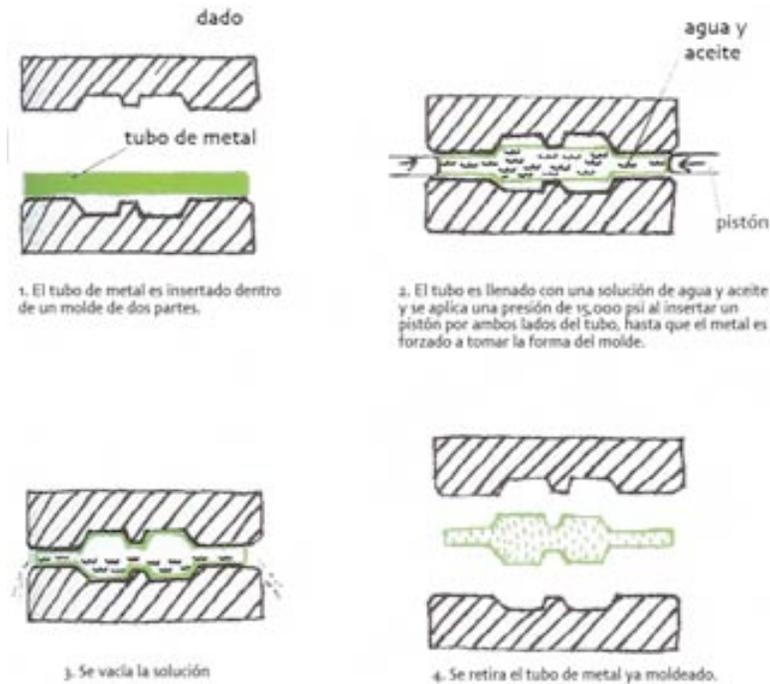


Renders rápidos de presentación sin aplicación de materiales



Pieza 1
Tubo de acero inoxidable austenítico serie 304, moldeado bajo el proceso de hidroconformado

Pieza 2
Pieza de silicón moldeada bajo el proceso de inyección.

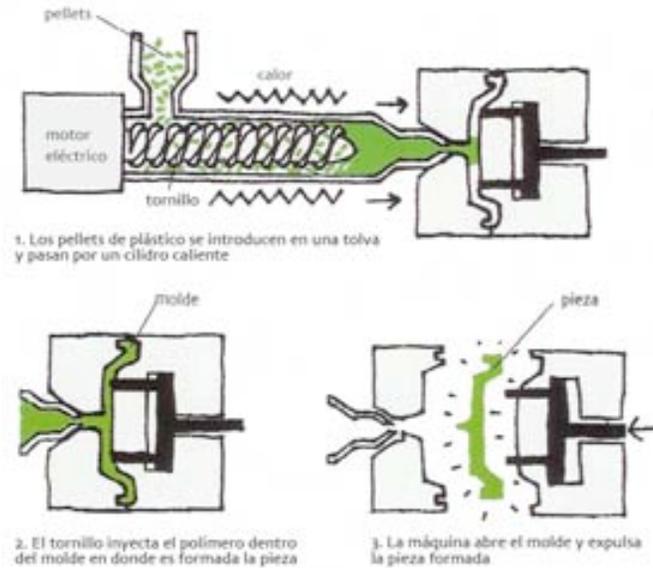


Hidroconformado

Es un nuevo proceso que se utiliza para formar tubos y cilindros de acero y otros metales, dentro de un molde, generalmente cerrado de un lado y por el otro, sometido a una fuerte presión con una solución de agua y aceite.

Se eligió este proceso ya que permite “inflar” un tubo de acero inoxidable y por lo tanto conseguir una pieza mas liviana.

Los esquemas de procesos tomados del libro “Making it”



Inyección

Este proceso emplea pellets de plástico moldeados con calor. Se eligió este proceso por su versatilidad para la producción de formas y fidelidad en los detalles y acabados.

Piezas a producirse bajo este proceso:

Bandas antiderrapantes de las propuestas en cerámica y en acero inoxidable y aspas del molinillo.





**“We believe great innovators and leaders,
need to be great design thinkers”**

dschool.

Institute of Design at Stanford



08 :: Conclusiones

La alimentación es para un pueblo uno de los factores más importantes en el que se denota la cultura, pero también es el que más fácilmente se ve influenciado por el intercambio cultural.

En el caso de México tenemos marcadas divisiones entre la época prehispánica y los 300 años del Virreinato, en que la mezcla principal fue entre lo indígena y lo español (ya influenciado con tintes árabes y moriscos) y de donde surge lo que hoy conocemos como "comida mexicana", una combinación entre ingredientes y sabores indígenas, españoles y especias árabes con sabores asiáticos que llegaron con las rutas comerciales de la Nao de China.

Después de la independencia, nuestro país se ve inundado de visitantes e inmigrantes extranjeros, quienes trajeron influencias de las cocinas de Italia y sobre todo de Francia, época en la que se estableció el gusto por tomar café y en la cual poco a poco se fue haciendo un lado el chocolate después de siglos de ser una bebida sagrada y estar en la preferencia de la sociedad novohispana. Hacia finales del siglo XIX y la primera mitad del siglo XX se inicia la influencia estadounidense con las ofertas de comida enlatada y de fácil preparación, aprovechando las ventajas tecnológicas de la época; lo que trajo consigo la adopción de nuevos hábitos de vida y de alimentación, y por supuesto la dominación del café americano.

La afición mexicana por la bebida de chocolate venía desde la época prehispánica y durante el virreinato, la costumbre no sólo continuó, sino que se acrecentó de manera notable. Posteriormente perdió peso mientras el café ganaba terreno.

Pero, por qué elegir el chocolate?

Se buscaba un elemento representativo de una cultura en particular que haya ganado terreno a nivel mundial y en el cual se pudieran identificar plenamente las influencias culturales históricas.

Es un producto que ha llegado a exceder el área culinaria para invadir también áreas como la cosmética o perfumería, en donde se destacan sus cualidades terapéuticas, energéticas, nutritivas y hasta afrodisíacas.

Hoy en día encontramos objetos llamados chocolate, un muy socorrido color chocolate, perfumes con esencias y la atracción del chocolate, masajes de chocolate y una larga lista de relaciones a este producto cultural y patrimonial de México.

El cacao y su derivado el chocolate, es para nosotros los mexicanos una bebida rica en tradiciones, en sabores y preparaciones. Y fue por mucho tiempo bebida exclusiva del emperador y posteriormente, obligada en cada casa y familia de la Nueva España.

El cacao fue un producto tan cotizado, que se usó como moneda y tan valorado que se exigía como tributo.



Imagen 1

El chocolate es hoy una bebida y una golosina universal enriquecida con las aportaciones de muchos países, conjunta nuestra herencia original indígena con la que nos trajo el mestizaje.

Llegó a ser toda una afición, a grado tal que se diseñaron objetos para su consumo. Los aztecas por considerarlo una bebida sagrada, lo servían en copas de oro exclusivas para el servicio de esta bebida al emperador y sus invitados. Posteriormente en el virreinato, cuando alcanza su máxima afición, se diseñaron objetos como las mancerinas, los cocos y jarras chocolateras.

¹ Principales regiones productoras de cacao en Mesoamérica, siglo XVI. "The Distribution of Cacao Cultivation in Pre-Columbian America" por: John F. Bergmann (Annals of the Association of American Geographers 59(1): 85-96, 1969.

Como se observa en este análisis, en la medida que se van utilizando ciertos objetos para hacer diversas tareas se van generando diversas conductas que en algún momento se vuelven costumbre. a su vez, el uso de estos objetos siempre alberga la necesidad de cambiar determinadas cosas que en algún momento llegaron a molestarnos o que no se hayan resuelto del todo, a lo que va surgiendo una nueva conducta o se van haciendo modificaciones para reparar las deficiencias de función. De esta forma, podemos afirmar que existe una co-evolución de las costumbres y los objetos, sobre los que se van haciendo mejoras o nuevas versiones derivadas en muchas ocasiones no sólo de las costumbres, si no de la técnica (el desarrollo tecnológico) y del mercado. estos objetos, a su vez modificarán las formas de uso y las costumbres de las personas. Por lo que podemos asegurar que los objetos son los mediadores entre el hombre y el contexto en el que se desenvuelven. Y ya que la forma de un objeto esta condicionada por diferentes aspectos, tales como los materiales y sus procesos de transformación, la función práctica, etc. las posturas de autores analizados aquí y que han escrito sobre los factores que aparece en juego en la configuración formal de los objetos, señalan cuales son los inherentes al trabajo del diseñador y cuales son las de mayor peso al momento de prefigurar un producto con base en los requerimientos principales. Queda claro en que los tres autores coinciden en que la función práctica de un objeto de diseño es independiente a las otras y que dependiendo de la función del objeto que se esté diseñando puede ser o no la mas importante, ya que todas las funciones del objeto interactúan entre sí y cada una de ellas tendrá mayor relevancia o no en determinada situación dependiendo de para que será destinado el objeto.

En este caso, me gustaría apuntar que aunque Luis Rodríguez considera como función únicamente a la de la utilidad práctica del objeto, yo estaría de acuerdo con Burdek y Lobach cuando hablan de “las funciones del objeto” refiriéndose no solamente a la función práctica de éste, si no que además consideran que factores como los elementos indicativos de uso o la forma con un simbolismo implícito también tienen una función que involucra al objeto y a su relación con el hombre.

Hablando de estas funciones existe una discrepancia de criterio en los dos autores, mientras Lobach separa la función simbólica de la estética, Burdek la considera parte de la misma junto con las indicativas, llamándoles funciones del signo que están a la par que las funciones estético-formales englobadas en las funciones del lenguaje del producto.

² “Contribuciones para una antropología del diseño” pag. 59

³ Imágenes 2, 3 y4: www.yankodesign.com (Noviembre 12, 2007) Diseñador: Byung-seok You

Un diseño cuenta con información objetiva que puede ser evaluada por sus características técnicas o a través de la comparación con otros objetos con conceptos preestablecidos como, lisos y rugoso, grande y pequeño, alto y bajo, etc. Para un diseñador es posible ajustar las características objetivas del diseño, sin embargo, la apreciación de las características subjetivas dependerá de cada observador ya que se genera a partir de la comparación de un objeto con un modelo mental subjetivo que depende siempre de las creencias y los valores, de las expectativas y los ideales de una persona, resultado de los conocimientos previos y de objetos similares vistos con anterioridad. Todo ello se encuentra siempre en constante cambio y en pocas palabras depende siempre de la cultura. Estas características permiten que un objeto sea fácil o difícil de aceptar, percibir, entender y recordar por las personas. Y cada objeto siempre estará dentro de un contexto que es el que le da significado e intención, validez o valor., de acuerdo a un consenso social.



imagen 2

La utilidad y belleza de algo (de un objeto) siempre depende de nuestros paradigmas, de nuestra forma de vida cotidiana (Fernando Martín Juez²), las cosas son lo que nosotros queremos que sean de acuerdo a nuestros deseos y necesidades, por ejemplo, si observamos el plato para café y pan en la imagen superior (imagen 2), fuera de su contexto no tiene un valor de uso; el diseño por sí mismo no tiene relevancia cuando no es visto a través de su función en torno a una necesidad específica, (ver imágenes en la siguiente página -imágenes 3 y 4 -)³ En el uso cotidiano de este objeto entendemos su utilidad: un plato que se adapta a la forma de un radiador tradicional y que a su vez mantiene calientes las bebidas y panecillos.

Este tipo de radiadores son comúnmente usados en los países del hemisferio norte, por lo que aunque logremos entender que tiene una función y tal vez una valorada utilidad para determinadas culturas, en la nuestra no alcanza a tener el mismo valor de uso.



imágenes 3 y 4

Nuestra percepción es producto de la capacidad y disposición que tenemos hacia algo. nuestras necesidades son un efecto de nuestras creencias y costumbres. El valor que otorgamos a un objeto se deriva de estas necesidades, la forma de hacer diseño y de utilizar los objetos también. Un radiador (imagen 5)⁴ no tiene el mismo valor ni importancia para una persona del hemisferio norte que para una persona que habita en la línea del ecuador.



imagen 5

Los códigos generados a través del diseño contribuyen a la concretar la expresión del objeto buscando la pertenencia y al entendimiento de un mundo cada vez más cambiante, con este análisis definimos que la información que brinda un producto está determinada por varios elementos que le brindan un carácter ante el usuario, dichos elementos pueden ser objetivos o subjetivos. Por lo que si se busca rescatar una tradición (como en este caso la costumbre de beber chocolate caliente) deberá considerarse evocar una imagen ligada a la cultura mexicana, algo con lo que las personas se sientan atraídos emocionalmente.

Esto se lograría con un diseño exclusivo para esta bebida, que nos brinde recuerdos y guíe a la nostalgia cultural; ya que, si no se tiene un objeto específico para esta bebida en particular, es difícil que se ubique en un lugar preferencial en el arte culinario o en las costumbres del mexicano. La investigación en diversos catálogos de fabricantes de cerámica o de menesteres para la cocina, nos arrojó que pocos manejan en su línea diseños diferentes para cada una de las bebidas y únicamente dos de ellos, ofrecen un diseño especial para beber chocolate, destacando que son fabricantes europeos (específicamente Alemania con venta principalmente en Francia y España), donde aún es frecuente encontrar chocolaterías (establecimientos especializados en servir chocolate caliente como bebida). En dichos catálogos existe una tendencia formal hacia las tazas chocolateras, similar en ambos. Otros muchos mas cuentan con dos o tres diseño diferentes de cada línea sin asignarles un uso exclusivo en bebidas, lo que resulta una verdadera pena es que ningún fabricante de cerámica nacional contemple un diseño para el chocolate.

Por otro lado, las costumbres y formas de uso nos brindan información para determinar los requerimientos de diseño, en órdenes como el práctico, evaluados a través de una metodología etnográfica como el caso, del análisis por medio de la observación de los procesos y/o de entrevistas a los principales actores (usuarios primarios o secundarios).

Con lo cual, podemos identificar en que casos existen necesidades no cubiertas o resueltas de manera temporal que nos indican una oportunidad de diseño. Aprovechando estas oportunidades es como conseguimos un diseño mas adecuado a la cultura (al grupo) para el cual estamos diseñando. Así es como conseguiremos diseño mas adecuados y mas fácilmente aceptados por los grupos a los que van dirigidos.

⁴ Imagen 5: Heating Solutions diseñado por Danny Wan. www.yankodesign.com Febrero 27, 2007



“La mayoría de la gente piensa que el diseño es una chapa, es una simple decoración. Para mí, nada es más importante en el futuro que el diseño. El diseño es el alma de todo lo creado por el hombre.”

Steve Jobs



09 :: Fuentes bibliográficas y electrónicas

Libros, Revistas, Artículos, Páginas web

Libros

- Burdek, Bernhard E. Diseño: Historia, Teoría y práctica del diseño Industrial, Ed. Gustavo Gili (2002)
- Beltran Vila, Miriam. (2005) Cambio alimentario e identidad de los indígenas mexicanos. Centro de investigaciones interdisciplinarias en ciencias y humanidades. Colección Pluralidad Cultural en México. Num. 8 UNAM
- Charlotte y Meter Fiell. (2006) El diseño industrial de la A a la Z. Taschen.
- Coe, Michael D. y Sophie. (1999) La verdadera historia del Chocolate. Ed. Fondo de Cultura Económica
- Del Val, José. (2004) México, identidad y nación. UNAM. Colección Pluralidad Cultural en México. Num. 6
- Dorfles, Gillo. (1972) "Naturaleza y artefacto". Colección Palabra en el tiempo Ed. Lumen
- Forty, Adrian. (1992) Objects of Desire: Design and Society Since 1750. Ed. Thames & Hudso
- González Ochoa, César. (2007) "El significado del diseño y la construcción del entorno". Ed. Designio
- Heskett, John. (2005) El diseño en la vida cotidiana. Gustavo Gili.
- Lefteri, Chris. (2007) "Making it. Manufacturing techniques for product design" Ed. Laurence King
- Lobach, Bernard. (1981) Diseño Industrial. Gustavo Gili.
- Margolin, Victor. (2005) Las políticas de lo artificial. Editorial Designio.
- Martín Juez, Fernando. (2002) "Contribuciones para una antropología del diseño. Ed. Gedisa.
- Otl Aicher. (1994) El mundo como proyecto, Gustavo Gili. Barcelona.
- Oehler, Kaiser. "Herramientas de troquelar, estampar y embutir" Gustavo Gili. Barcelona.
- Press, Mike and Cooper, Rachel. (2003) "The Design Experience. The Role of Design and Designers in the Twenty century" Ed. Ashgate.
- Rodríguez Morales, Luis. (2004) Diseño: estrategia y táctica. Ed. Siglo XXI Col. Diseño y comunicación
- Sánchez Valencia, Mauricio. (1992) Morfogénesis del objeto de uso, Ed. Universidad de Bogota
- Salinas, Oscar. (1992) Historia del Diseño Industrial. Ed. Trillas, Méx.
- Salinas, Oscar. (1995) Tecnología y diseño en el México prehispánico, Colección Arquitectura, F.A. UNAM, México
- Schiaffino, Mariarosa. (1986) Chocolates y bombones, Mondibérica, Madrid.
- Varios. (1996) La Cocina Mexicana a Través de los Siglos. Volumen III. Fundación Herdez-AC y Editorial Clío

Revistas

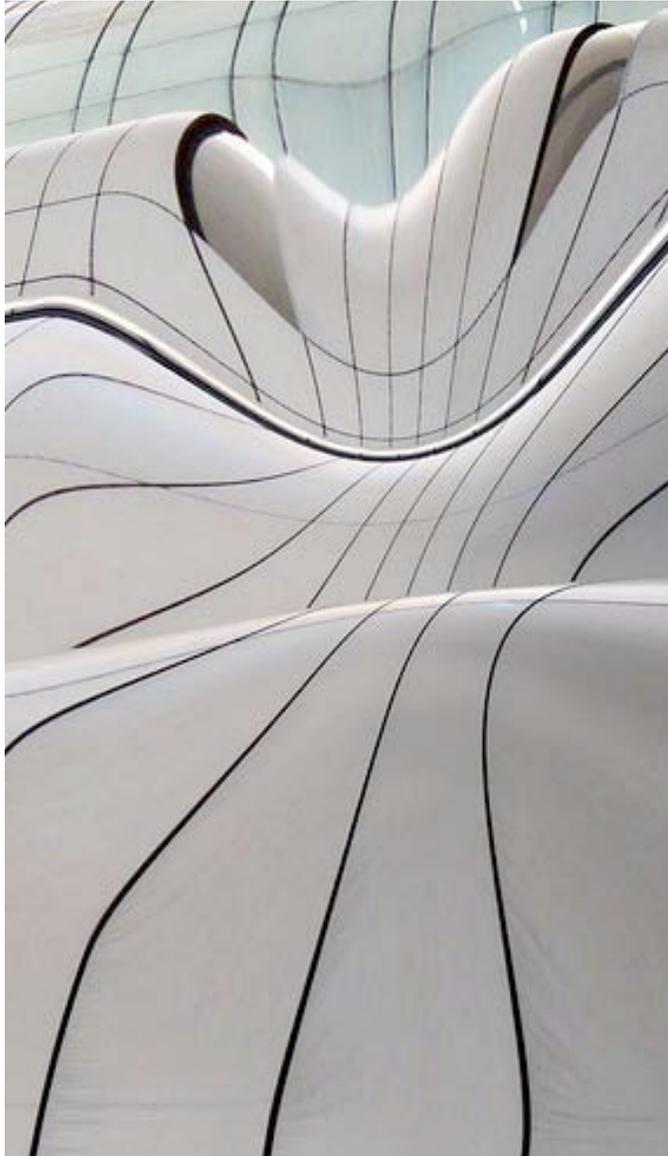
- Gastronómica de México. No. 17 y 18. Año 2007
- Ambiente plástico. La revista con visión global.No. 28 Mayo-junio 2008

Fuentes electrónicas

- BBC Ciencia y tecnología: www.bbcmundo.com
- Dezeen. Design magazine: <http://www.dezeen.com/>
- El portal de México: <http://www.elportaldemexico.com/arteculinario>
- Instituto de Inv. Filológicas UNAM: <http://www.filologicas.unam.mx/>
- Foro Alfa: <http://www.foroalfa.org/>
- <http://www.search.com/>
- Gizmodo. The gadget guide: <http://gizmodo.com/>
- Google escolar: <http://scholar.google.com.mx/>
- Internacional Cocoa organization: <http://www.icco.org/>
- Proyecto Gutenberg: <http://www.gutenberg.org>
- Revista Ciencia.
- Academia Mex. de la Ciencia: <http://revistaciencia.amc.edu.mx/>
- Universidad Nacional Autónoma de México: <http://www.unam.mx>
- Yanko Design <http://www.yankodesign.com/>
- Wikipedia, enciclopedia libre: <http://es.wikipedia.org/>

Artículos

- "Chocolate para el imperio: la interiorización europea de la estética mesoamericana"
- Marcy Norton. Revista de Estudios Sociales No. 29, abril de 2008
- "La cultura y el texto" Dr. César González Ochoa
- "Cultural Identity and Design. Challenges to Designers in Traditional Cultures" Uday Athavankar Journal of Design & Design Theory
- "El arte de tomar chocolate" Carlos Duarte.
- "El diseño como estrategia cultural"
- Alejandro Rodríguez Musso. Publicado en Foroalfa.org
- "Lo funcional como categoría estética" Sobre la consideración de la belleza de lo práctico en el diseño. Isabel Campi. Publicado en Foroalfa.org
- "La función social del diseño" Raúl Belluccia. Publicado en Foroalfa.org



“El demacrado tópico del diseño de anteayer de que un producto debía funcionar, o sea, hacer lo que estaba previsto cuando se fabricó, no mejorará a base de repetición y machaconería. La “form follows function”, la comunidad de parroquianos de la casa del buen diseño de Ulm no se cansará de repetir su credo. Lo medible, calculable, racional, funcional, los productos y los hombres ¡todos marchando al compás!”

Kunstflug (1988)



La forma de los objetos. Condicionantes formales en el diseño

Frecuentemente se piensa en el diseño como “maquillaje” para un objeto ya terminado; para un producto a fin de hacerlo mas atractivo o de esconder algún defecto que pudiera tener.

Esta visión del diseño es en principio errónea, y me atrevo a afirmar que también es mas o menos acentuada en ciertas sociedades, dependiendo de cómo es que ha madurado la cultura en torno al diseño o lo hace ver como una parte primordial de la vida diaria o como un lujo o una profesión pretenciosa y soberbia.

En este mismo tono, el diseño también es entendido como un gasto y no como una inversión que a largo plazo va a brindar ventajas competitivas, con esa visión es que las empresas (pequeñas o grandes) prescindan de él. El papel del diseño es muy relativo dependiendo del contexto, sin embargo, en un sistema social, el diseño siempre ocupa parte trascendental del desarrollo cultural ya que juega un papel fundamental para la búsqueda del bienestar humano contribuyendo a mejorar la calidad de vida con productos y servicios.

Por un lado, el crecimiento de una sociedad esta condicionado a factores económicos que se interrelacionan con muchos otros factores, sin embargo, la maduración de una cultura es básicamente ligada a las personas.

Y principalmente, el desarrollo de productos está dirigido a un mercado de personas, por lo que un desarrollo exitoso implica conocer las necesidades y los gustos de los individuos.

Un diseñador debe ser capaz de entender una cultura para entender a las personas y sus necesidades, a demás de los medios de producción, los canales de distribución, las formas de comercialización, las nuevas tecnologías y las innovaciones en materiales, entre muchos otros. El cambio en la infraestructura, más concretamente el modo de producción o la tecnología, es lo que hace que aparezcan nuevos factores culturales, que provocan reestructuraciones importantes en el modo de organizar la sociedad: quién produce, qué se produce, cómo se produce y para quién se produce.

En todos estos factores está íntimamente ligada la cultura, es decir, la manera en cómo se aplica una nueva tecnología dependerá de la manera en que se acostumbra trabajar, de la organización social y de sus acuerdos.

La forma en cómo se trabaja un material, dependerá de lo que cierta comunidad tenga por conocido, de la técnica dominada o la favorita.

La publicidad y las formas de comercialización siempre estarán enfocadas a un sector evaluado con anterioridad, de donde surgen pruebas e investigaciones etnográficas para conocer los gustos y costumbres de las personas.

De este modo, tan es verdad que los objetos son causantes del cambio cultural y de la evolución de las sociedades, como que la sociedad y sus cambios de orden tecnológico, político y económico, son responsables de igual manera de la evolución de los objetos.

Por lo tanto, el diseño no es únicamente forma e inspiración. Se deben considerar todos los factores que entran en juego desde el momento de conceptualizar un objeto, hasta el mismo momento de la comercialización. Los autores analizados a continuación han plasmado sus puntos de vista al respecto.

"La concentración excesiva en el diseño como un arte para hacer que las cosas sean hermosas ha separado al diseño de su función para generar un beneficio y transmitir ideas".¹



Ejemplos de objetos en los que la función práctica está resuelta plenamente y el esfuerzo del diseñador está enfocado en otros factores.

- 1.-Egg Chair de Arne Jacobsen para Fritz Hansen (1958)
- 2.-Anna G de Alessandro Mendini para Alessi (1994)
3. Bird feeder de Claus Jensen y Henrik para Eva Solo Holbak (2006)

¹ Adrian Forty. "Objetos del Deseo"

Bernhard Burdek (2005)

Se presenta este esquema en el libro “Diseño: historia, teoría y práctica del diseño industrial”, en él que el autor divide las funciones de los productos en dos, Funciones prácticas y comunicativas:

Funciones prácticas: existe concordancia con otros autores en lo que se refiere a las funciones prácticas del producto, éstas son las que satisfacen las necesidades primarias de los usuarios, para lo que fueron creados los productos.

Funciones comunicativas o del lenguaje del producto, las cuales dividen en:

- Funciones del signo:

Funciones indicativas: Hacen referencia a las funciones prácticas de un producto, visualizan sus funciones técnicas o explican su manejo. Derivan de ésta, atributos como la orientación, agrupamiento de elementos, manejo, estabilidad, la relación con el cuerpo humano, retroalimentación, etc. Estas funciones acentúan el valor de uso de los productos para el comprador.

Funciones simbólicas: Las considera “el sector más complejo de las funciones comunicativas del producto”, dependen del contexto histórico social, e aspectos como experiencia, valoración, normas culturales, etc. Nacen de convenciones, de acuerdos y tradiciones. Burdek señala que hasta últimas fechas se les ha empezado a considerar, fuera ya de la influencia del funcionalismo.

Para entenderlas no existe una regla formal, simplemente, los significados simbólicos sólo se pueden extraer del contexto sociocultural en cuestión.

- Funciones estético-formales: Los fundamentos de la estética formal están desarrollados sobre las bases de la percepción, son aquellos aspectos que pueden considerarse independientemente del significado de su contenido. Van más allá del mero campo de la interpretación, de la percepción surgen las globalidades y son la base de datos que posee el diseñador para generar efectos globales perceptivos. Este lenguaje nos habla por ejemplo, desde que postura intelectual, tecnológica o social fue diseñado determinado objeto.



Esquema 1 ²

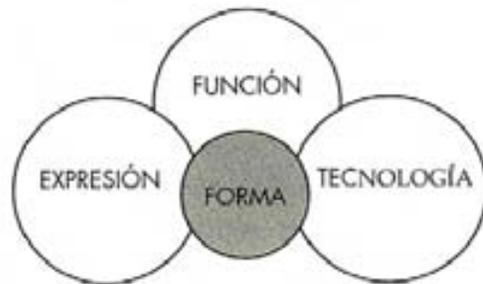
² “Diseño: historia, teoría y práctica del diseño industrial” pag. 179

Luís Rodríguez Morales (2004)

Luís Rodríguez basa su esquema de los “configuradores de la forma” en los tres principios del diseño propuestos por Vitrubio en el Siglo I de nuestra era, el cual afirmaba que los principios fundamentales para dar forma a un objeto son los siguientes: Utilitas, Firmitas, Venustas

Los cuales, a decir de Rodríguez han permanecido casi intactos hasta nuestros días, traduciéndose hoy en día como:

Utilitas = Función
Firmitas = Tecnología
Venustas = Expresión (de la forma)

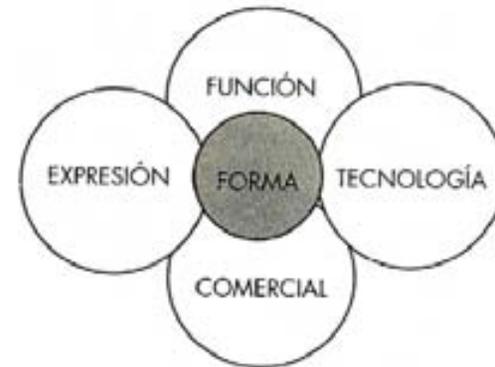


Esquema 2 ³

Según este esquema, la forma resulta de la síntesis de estos tres factores, por lo que no es una suma de ellos.

Este concepto se ha manejado casi inalterado, sin embargo después de la Revolución Industrial, acontecimiento que provocó un cambio en el estilo de vida y los hábitos de consumo, se observa una marcada diferenciación en la producción y así mismo en los objetivos y procesos de la configuración del diseño.

Y fue entonces, en la década de los 30's cuando en la Bauhaus, Walter Gropius enunció la importancia de los factores comerciales y económicos en la configuración formal de los objetos de diseño. Por lo que al siguiente esquema se añade el cuarto factor: el comercial. Y esto, es lo que según este autor diferencia a los objetos industriales de los pre-industriales.



Esquema 3 ⁴

³ “Diseño, estrategia y táctica” pag. 65

⁴ Idem pag. 66

Bernad Lobach (1981)

Para Lobach, el uso y las funciones del objeto están directamente relacionadas con el comprador y usuario; habla de las “Funciones de los productos industriales” como los aspectos fundamentales de los objetos en relación con los usuarios; asegura que “todo producto posee diversas funciones las cuales se tornan perceptibles durante el proceso de uso y posibilitan la satisfacción de necesidades del usuario”.

Afirma que las funciones de los objetos tienen diferentes prioridades en cada caso, es decir, siempre hay una función principal que queda acompañada de las otras que en determinado caso no son tan importantes y esto es determinado por el diseñador industrial con base en un perfil al momento de configurar los productos.

Para Lobach, las tres funciones principales de los objetos son:

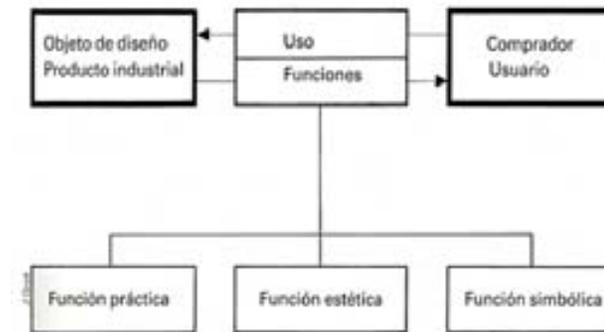
Funciones prácticas: “son funciones prácticas de los productos todos los aspectos fisiológicos del uso”, ya que “en el desarrollo de productos industriales tienen especial importancia los aspectos fisiológicos de la existencia del hombre”; dice que el objetivo primordial del diseño es satisfacer las necesidades fisiológicas de los usuarios. Estas funciones “satisfacen las condiciones fundamentales para la existencia del hombre y mantienen su salud física a través del proceso de uso”.

La función práctica es manejada de una forma similar a los autores anteriores; y es la que personalmente me parece ser la mejor entendida; sin embargo, existe una diferenciación en relación a las funciones estéticas y las simbólicas, Lobach las

Función estética: experimentadas mediante el proceso de percepción. Dice: “son los aspectos psicológicos de la percepción sensorial durante el uso”, “significa influir en la configuración de los objetos de acuerdo con las condiciones perceptivas del hombre”.

Función simbólica:

Esta función está íntimamente ligada a la función estética ya que ésta, por medio de sus elementos, proporciona el material para las relaciones y asociaciones simbólicas con otros ámbitos, y “están determinadas por todos los aspectos espirituales, psíquicos y sociales de uso”.



Esquema 4

5

⁵ “Diseño Industrial”



“El diseño era, antes de convertirse en una magnitud predominantemente económica, un movimiento cultural cuya meta era superar la clásica cultura de la burguesía.”

Oslo Archer



Glosario

Aztecas: (Nahuatl) Imperio prehispánico que controló gran parte del valle central de México. Su capital era Tenochtitlan. Los Aztecas se autollamaban Culhua-Mexica. "Huey Tlatoani" o "Gran Orador" era el título de su gobernante supremo.

Cacao (árbol del cacao o cacaotero) Nombre científico: Theobroma cacao L. Especie nativa del sureste de México que se extiende desde mesoamerica hasta las selvas del Amazonas, crece entre los trópicos de Cáncer y Capricornio, en la zona comprendida entre 20° al norte y 20° al sur del Ecuador (Venezuela, Ecuador, Brasil, Perú y cuencas del Orinoco en Sudamérica).

Planta nativa de las Américas de la que se deriva el chocolate. Los aztecas recolectaban el cacao como tributo, lo transformaban en una bebida de chocolate y utilizaban sus semillas como moneda. Se cultivó extensamente en la América española y se importó en grandes cantidades a Europa.

Cacique: (Taíno) Gobernante indígena. El término se originó en el Caribe prehispánico y su uso se difundió en todo el territorio virreinal. Cacica es la forma femenina.

Casta: Persona de etnicidad mixta o indefinida. En la América española, el sistema de castas categorizaba a los individuos de diferentes orígenes y a sus descendientes con términos como negro, mulato y mestizo. Las pinturas de casta, creadas en el siglo XVIII, tanto en Nueva España como en Perú, ofrecen catálogos visuales y verbales altamente idealizados de las parejas interraciales y sus hijos que vivían en la América española.

Ciudad de México: Capital del Virreinato de Nueva España, fundada después de la caída de Tenochtitlan, capital del imperio azteca.

Códice: Libro original escrito a mano o pintado (en plural: códices). Generalmente un códice tiene sus hojas encuadernadas del lado izquierdo, como los libros actuales, pero también puede referirse a los manuscritos indígenas que eran doblados en lugar de ser encuadernados.

Convento: Residencia de monjes o monjas. Estos complejos edificados normalmente comprendían una iglesia, un lugar para vivir para los religiosos y para otros residentes, y a menudo también escuelas para los niños locales.

Criollo: Persona nacida en América de descendencia española.

Esgrafiado: La palabra esgrafiado viene del [italiano](#) sgraffiare, es decir, hacer incisiones o rascar con una herramienta especial llamada [grafio](#), técnica muy antigua que utilizaban ya las civilizaciones del IV milenio AC.

Galeón de Manila: naves que cubrieron, dos veces al año (desde 1565 hasta principios del siglo XIX), la ruta marítima entre Manila (Filipinas) y los puertos de México, principalmente Acapulco. Los galeones traían de Oriente todo tipo de mercancías como tafetanes, sedas, terciopelo, raso, pimienta, canela, artesanía china, biombos japoneses, abanicos, espadas japonesas, alfombras persas, jarrones de la dinastía Ming, etc. y después eran transportadas por tierra de Acapulco a Veracruz y posteriormente reembarcadas de Veracruz a Sevilla y Cádiz, España.

Guindillas: El chile (*Capsicum frutescens*), conocido en España como guindilla, pertenece a una variedad autóctona de pimiento que ha desarrollado una serie de características que las diferencian de otros debido a la transformación que ha sufrido la planta al adaptarse a las características climatológicas de la zona.

Colón lo descubrió en su primer viaje y lo introdujo en España. La aportación de esta planta americana al resto del mundo en sus diversas denominaciones y grados de actividad picante, forma parte de las preparaciones gastronómicas mundiales más populares, consumidas y apreciadas.

Franciscanos: Orden de curas católicos, los Franciscanos fueron la primera de las órdenes regulares que la Corona española envió para convertir a los indígenas de América. Arribaron a Santo Domingo antes de 1500 y llegaron a Nueva España en 1524. Comenzaron su trabajo de evangelización en Perú alrededor de 1546 y fundaron la primera Universidad Franciscana en Quito, Ecuador en 1555.

Loza de Alcora: La Real Fábrica de Alcora se fundó a instancias del noveno conde de Aranda entre los años 1727 y 1895. Producción cerámica ubicada en la ciudad castellanense de Alcora (España) que intentó conseguir una industria moderna y competitiva con los talleres europeos de loza fina. A partir de 1798, cuando heredó la manufactura el duque de Híjar, se inició una fase final decadente, protagonizada por una fabricación tosca que empeoró a partir de la guerra de la Independencia española. La fábrica cerró definitivamente en 1895.

Maître: (en forma más corta maître d'hôtel, literalmente "maestro de sala") es un camarero en los restaurantes, por regla general es la persona que ofrece el menú cuando todo está a punto para servir.

En general, es el responsable de planificar, organizar, desarrollar, controlar y gestionar las actividades que se realizan en la prestación del servicio, tanto en la comida como en la bebida.

Maya: Pueblo indígena que hoy vive predominantemente en la América Central, en los estados nacionales de México, Guatemala, Honduras, Belice y El Salvador. En tiempos precolombinos, los mayas vivían en distintas ciudades-estado, muchas de las cuales sobrevivieron la llegada de los europeos. "Maya" también se refiere, en general, a las lenguas habladas por dicho pueblo.

Mestizaje: Palabra que describe la mezcla de culturas y etnias en el Nuevo Mundo.

Mesoamérica: espacio geográfico y cultural que abarca el centro, sur y sureste de México, Guatemala, Honduras, El Salvador, el occidente de Nicaragua y el noroeste de Costa Rica

Nahua: (Nahuatl) Grupo étnico del valle central de México cuyo imperio prehispánico, el Imperio Azteca, fue derrotado por los españoles en 1521. El Nahuatl, su lengua indígena, fue la "lingua franca" durante el periodo virreinal en Nueva España y es todavía de uso actual en México.

Nahuatl: (Nahuatl) La lengua hablada por los Nahuas, grupo étnico del valle central de México, cuyo imperio prehispánico, el Imperio Azteca, fue derrotado por los españoles en 1521. La lengua, cuyo nombre significa “lenguaje claro” es en la actualidad hablada en algunos pueblos de México.

Nueva España: Nombre que España le dio a su Virreinato del norte, comprendía las regiones actuales de México, Centroamérica, Venezuela y el Caribe. Su capital, la Ciudad de México, fue erigida encima de las ruinas de la capital azteca, Tenochtitlan.

Olmecas: Cultura precolombina antigua que prosperó en Centroamérica, principalmente en los estados mexicanos de Veracruz y Tabasco, hacia 1200 a.C.-400 a.C. Otros pueblos precolombinos posteriores, como los mayas y los aztecas, coleccionaron y valoraron los artefactos olmecas.

Prehispánico: Se refiere a la época anterior al descubrimiento de América y conquista de España. Sinónimo de precolombino (antes de Cristóbal Colón).

Quetzalcoatl: (Náhuatl) Deidad prehispánica cuyo nombre se traduce como “Serpiente emplumada”. Generalmente el protector de los gobernantes, se le rendía culto a lo largo del México Antiguo.

Talavera poblana: Cerámica vidriada fabricada en la ciudad de Puebla de los Ángeles, en Nueva España. Talavera es un centro alfarero en España y una de las fuentes de tradición de cerámica en Hispanoamérica.

Tenochtitlan: (Náhuatl) Capital del imperio azteca, que hoy se encuentra debajo de la Ciudad de México.

Tlacuilo: (Nahuatl) Un escriba y pintor indígena. Durante la época prehispánica tlacuilos sumamente capacitados crearon libros ilustrados y otros registros para la corte Azteca en Tenochtitlan, así como para los líderes de las comunidades indígenas, sacerdotes y familias de alta jerarquía a lo largo del Valle de México

Virreinal: Pertenece al Virreinato.

Virreinato: El distrito administrativo más grande establecido por la Corona española durante su periodo de dominio americano. En 1700, habían establecidos dos Virreinos: Nueva España y Perú. Los Virreinos de Nueva Granada y Río de la Plata fueron creados en el siglo XVIII.

Virrey: La cabeza del distrito administrativo (Virreinato), la persona más importante tras del rey.