

# **Diseño regional.**

**Innovación en el diseño, modificación de la  
Experiencia, transformación de la cultura.**

Tesis que para obtener el grado de maestro en diseño industrial  
presenta:

**Jonathan Robinson González**

**Universidad Nacional Autónoma de México**

Programa de posgrado en diseño industrial  
Maestría en diseño industrial

México, 2012





Universidad Nacional  
Autónoma de México



**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.

**Comité Tutorial:**

Tutor Principal:  
Dr. Óscar Salinas Flores

Sinodales:  
MDI Margarita Landázuri Benítez  
Dr. César González Ochoa  
MDI Luis Rodríguez Morales  
Dra. Ana María Salazar Peralta

*A mis padres, Lucy y Tavo.*

## Agradecimientos

A lo largo del tiempo que llevó el desarrollo del presente trabajo, un sinnúmero de personas se han mantenido a mi lado y otro tanto se incorporó durante el camino para apoyarme y ayudarme a construir y desarrollar una breve parcela del amplio campo de conocimiento del diseño. A todas esas personas les doy mi más profundo agradecimiento.

A mis padres, Lucy y Tavo, por haberse preocupado desde siempre por mi desarrollo personal y académico, por estar siempre presentes y ofrecerme más de un consejo.

A CONACYT por haber financiado mis estudios durante el tiempo que estuve cursando los estudios del posgrado

A mis tutores, el Dr. Oscar Salinas, la maestra Margarita Landazuri, el Dr. Cesar Gonzalez, el Mtro Luis Rodriguez y la Dra. Ana Maria Salazar. Sin su guía, comentarios y sugerencias éste trabajo no sería lo que es.

A Yola y Anita por guiarme dentro de los recovecos burocráticos de la universidad y el apoyo brindado para concluir el presente.

A mis amigos, el Seis, el Sope, el Beto, Nain, la Roja, el Moi y Coello por su paciencia al escuchar mis interminables y circulares discursos sobre varios de los temas que están plasmados en el presente trabajo. Sus comentarios me ayudaron sobremanera a aterrizar y formalizar mis pensamientos.

A Berenice, por haberme acercado al mundo de la Antropología y enseñarme, mediante el ejemplo, que la constancia y el orden son las claves para alcanzar el éxito. Gracias Berenice por haberme acompañado en la mayor parte de éste camino.

A todos ustedes, Gracias.

## INDICE

Introducción.....	5
<b>1. Construcción conceptual del objeto y análisis de la disciplina del diseño industrial.....</b>	<b>29</b>
<b>1.1. El objeto de diseño industrial .....</b>	<b>29</b>
<b>1.2. La disciplina del diseño industrial en Latinoamérica.....</b>	<b>49</b>
<b>1.2.1. Antecedentes. ....</b>	<b>49</b>
<b>1.2.2. Identidad del diseño industrial latinoamericano. ....</b>	<b>55</b>
<b>1.3. Práctica contemporánea del diseño industrial.....</b>	<b>60</b>
<b>1.4. Propuesta alternativa a los métodos de diseño.....</b>	<b>66</b>
<b>2. El ser humano, los objetos y su percepción del entorno.....</b>	<b>74</b>
<b>2.1. Experiencia y experiencia .....</b>	<b>74</b>
<b>2.2. Experiencia, cultura y estilos de vida.....</b>	<b>80</b>
<b>2.2.1. Experiencia y Cultura .....</b>	<b>80</b>
<b>2.2.2. Los objetos, la experiencia y la transformación de la cultura. ..</b>	<b>85</b>
<b>2.2.3. La asignación de significado a los objetos.....</b>	<b>89</b>
<b>2.2.4. Experiencia y estilos de vida .....</b>	<b>97</b>
<b>3. Diseño Regional.....</b>	<b>106</b>
<b>3.1. El contexto del diseño regional.....</b>	<b>112</b>
<b>3.2. El ser del diseño regional. ....</b>	<b>113</b>
<b>3.3. Los entes del Diseño Regional.....</b>	<b>121</b>
<b>3.4. La identidad del diseño regional.....</b>	<b>124</b>
<b>4. Aportaciones. ....</b>	<b>126</b>
<b>5. Bibliografía .....</b>	<b>129</b>

## **Introducción.**

La identidad nacional en los objetos es un tema recurrente en diversas prácticas dentro del ámbito del diseño industrial, la búsqueda del diseño mexicano; la búsqueda de el método que será capaz de dotar de una serie de significados a los objetos para que estos sean reconocidos a nivel internacional como objetos claramente perfilados desde México para el mundo. Para ello, la línea temática abordada generalmente es la inspiración estética desde productos artesanales y artísticos típicos de México. Lo azteca, el color –rosa mexicano-, la virgen de Guadalupe, la réplica de expresiones estéticas artesanales de culturas milenarias, etc., son los elementos recurrentes en lo que muchas veces se denomina como diseño mexicano. Sin embargo creo que se puede ir mucho más allá de la mera réplica estética, que termina por sólo tener cabida en espacios folclóricos y su único argumento es el exotismo dentro de los estilos-de-vida-objeto-del-deseo como símbolo de distinción.

Hablar de la producción e instauración de un estilo de diseño mexicano me parece una tarea literalmente imposible pues basta con hacer un breve análisis sobre la diversidad cultural enmarcada en el territorio mexicano para darnos cuenta de que la mexicanidad del sur es muy diferente de la mexicanidad del norte, del centro o de la costa del golfo o el pacífico. Así, aunque la presente investigación surge de la inquietud romántica de desarrollar un método para la producción de objetos mexicanos, ésta ha

dado un giro para procurar desarrollar lo que he denominado como diseño regional.

Partiendo de la premisa de que es imposible representar toda la diversidad cultural enmarcada en el territorio mexicano mediante una línea de productos con una estética única, se empieza por definir el diseño regional como un diseño representativo de alguna región, buscando como objetivo que se desarrollen una diversidad de diseños mexicanos. Si hay una característica que debería regir el diseño mexicano considero que ésta debe ser la diversidad.

Muchos de los diseños que buscan distinguirse mediante la proyección de una identidad mexicana, lo hacen, en el mejor de los casos, mediante una inspiración desde elementos puramente estéticos propios de culturas tradicionales establecidas en el territorio mexicano, aplicados sobre objetos producto del desarrollo capitalista en la modernidad que muchas veces son ajenos a los usos y costumbres de las culturas desde las cuales se toman dichos elementos estéticos de inspiración. Como ejemplo podemos mencionar la colección de zapatillas de Pineda y Covalin, zapatillas con aplicaciones textiles que hacen referencia a diversas culturas tradicionales de México, culturas dentro de las cuales la zapatilla de tacón es un elemento ajeno. El conflicto que encuentro en este tipo de productos deriva de la incongruencia entre la significación estética y la función de los mismos. Además, es común encontrarnos con situaciones de plagio, apropiación y mal uso del patrimonio cultural de dichas comunidades por parte de algunas empresas y sus diseñadores. El diseño regional busca entonces, una participación activa por parte de los habitantes de la región en cuestión con

la finalidad de que sean ellos quienes, mediante su inclusión en el proceso de diseño, influyan directamente en la construcción de su cultura pues, como se describe a continuación, la materialidad es un elemento fundamental en la construcción, desarrollo y permanencia de la cultura.

La materialidad, las cosas, los objetos, los artefactos, son indiscutiblemente reflejo de nuestra cultura, son testigo de las concepciones que tenemos de la realidad y de las formas en las que decidimos relacionarnos con el medio. Basta con observar el trabajo de los arqueólogos para entender dicho argumento<sup>1</sup>. El trabajo de los arqueólogos, a grandes rasgos, se fundamenta en el análisis de la materialidad encontrada en una región para deducir el comportamiento, las tradiciones y costumbres de una sociedad específica. Así, gracias a la materialidad encontrada alrededor de los restos humanos de una persona que murió hace ya varios siglos podemos inferir la posición social, las creencias, la procedencia, incluso los gustos de dicho ser humano; podemos recrear su identidad y deducir la cultura a la que perteneció. La materialidad nos define y nos ayuda a definir nuestras relaciones con el medio ambiente en el cual sucede nuestro devenir histórico.

En la actualidad, basta con voltear a un pasado no muy lejano, los inicios de la modernidad, para sorprendernos ante el desarrollo de la producción material de nuestras sociedades. Tanto en cantidad como en cualidad, calidad y diversidad nuestra materialidad ha tenido un desarrollo exponencial que sin lugar a dudas está ligado al desarrollo y la diversificación cultural.

---

<sup>1</sup> La Arqueología, que etimológicamente se define como la ciencia de lo antiguo, (del griego «ἀρχαίος» *archaios*, viejo o antiguo, y «λόγος» *logos*, ciencia o estudio) es una disciplina científica que estudia las sociedades y sus cambios a través de restos materiales distribuidos en el espacio y contenidos en el tiempo.

Todos los factores que han llevado a tal desarrollo y diversificación de la cultura son tema de otro tipo de investigación; sin embargo, para la presente habrá que resaltar dos de ellos que se relacionan con el desarrollo de la materialidad hasta su estado actual; la revolución industrial y el capitalismo. Es mi perspectiva que estos dos factores han intervenido de manera decisiva en el desarrollo de la materialidad y las culturas en tanto que dichos factores fueron determinantes para el desarrollo de la disciplina del diseño industrial. También, reconocer la relación biunívoca e indisociable entre el desarrollo material y la transformación cultural es una directriz en el presente trabajo de investigación.

En este momento me gustaría ejemplificar dicha relación mediante una reflexión, desde mis vivencias personales, el imaginario almacenado en mi memoria y relatos familiares, alrededor de la evolución del concepto música y cómo la materialidad relacionada a la música ha influido en dicha evolución. En épocas anteriores al fonógrafo<sup>2</sup> la música, en particular la música clásica, era todo un evento. Para disfrutar de la música era necesario trasladarse a un espacio en el cual un grupo de personas entrenadas en el arte de tocar música se reunía en un horario específico para deleitar al auditorio con un repertorio específico de canciones en una sala de conciertos. Habría que planear las actividades del día y reservar el horario en el cual se habría de dar la función para ir a escucharla. El auditorio se vestiría con sus mejores galas para participar de este evento social, espacio particular en el cual se podría escuchar la música, el evento musical era entonces una ceremonia. Los espacios, eventos y situaciones para disfrutar de la música, más allá del ámbito de la música clásica podían ser diversos. Una fiesta

---

<sup>2</sup> primer dispositivo para grabar y reproducir sonidos inventado en 1876

religiosa, un funeral, alguna celebración; en cualquiera de estos espacios se podía disfrutar de la música, pero siempre era indispensable la participación de los músicos y siempre, el disfrute de la misma, quedaba delimitado al espacio y tiempo enmarcado por una ceremonia. La música era efímera, no era posible apropiarse de ella, no era posible establecer una relación de posesión sobre la música y sólo nos quedaba el recuerdo auditivo de la misma.

Con la aparición del fonógrafo se desataron grandes cambios en la concepción que de la música se tenía; dejó de ser necesario trasladarse a un espacio específico para disfrutarla. La música se almacenó en un cilindro de cera y desde entonces podemos escuchar música en cuanto queramos. Ahora es posible disfrutarla en la



IMG 1. Fonógrafo de Edison

comodidad del hogar y ya no es necesario reservar un momento específico del día, ni decidir sobre la vestimenta que se requiere para ir a escuchar música. Hoy tan solo basta con sentarnos y oprimir *play* para escuchar cualquier sinfonía de Beethoven en la comodidad de nuestras pijamas y pantuflas. La música dejó de ser un evento para volverse un objeto<sup>3</sup> susceptible de ser apropiado y transformado.

---

<sup>3</sup> Si bien hoy en día existen eventos musicales o conciertos, esta no es la única forma de acceder a la música como lo era en épocas anteriores al fonógrafo.

Pensemos ahora en la experiencia de escuchar música en la casa. Alrededor de 1960 en la ciudad de México esta experiencia se llevaba a cabo mediante un reproductor de acetatos y dos bocinas montados en un mueble con un frente aproximado de 1.5 metros, producido en maderas finas o chapado, con una gruesa capa de barniz brillante, adornado con carpetitas tejidas por la abuela en sus ratos de ocio y muñequitas de cerámica. Este mueble se ubicaba en la estancia y sólo permitía escuchar música en la casa, conectado a algún contacto



IMG 2. Consola Tocadiscos

eléctrico. Las colecciones de acetatos en algunos casos podían llegar a miles, siempre que se contara con 4 metros de espacio libre, aunque en general las colecciones eran de 100 o 200 ejemplares; en cualquier caso la diversidad de dichas colecciones estaba limitada por las posibilidades de adquisición en las tiendas de discos locales.

Para vivir la experiencia de escuchar música era necesario trasladarse a la estancia y si alguien más estaba haciendo uso de la tornamesa o el espacio de la estancia tendrías que esperar hasta que estuviera disponible o entablar un dialogo con la otra persona para mediar el uso compartido de la tornamesa y el espacio. Si se quería vivir esta experiencia por la noche, en “horas de dormir”, habría que hacerlo estando a solas o a un volumen muy bajo.

Esta forma de vivir la experiencia de escuchar música nos llevaba al constante reconocimiento y diálogo entre los habitantes de la casa en donde había una sola consola que expandía su sonido a toda la casa y había que mediar su uso en la búsqueda de una coexistencia armónica de los habitantes de la misma. La consola en una casa acercaba y confrontaba a las personas, no por si misma pero gracias a las experiencias colaterales derivadas del deseo de vivir la experiencia musical.

Los reproductores de música actuales, en general, no reproducen acetatos; reproducen discos compactos y música almacenada en medios digitales como memorias *flash* o discos duros integrados al reproductor. Los podemos encontrar con 2 o hasta 5 bocinas, que proporcionan un sonido envolvente, potente y espectacular. Estos reproductores son fabricados con metales, y plásticos con acabados tradicionalmente en color negro o aluminio y los podemos encontrar en cualquier habitación dentro de la casa. Hoy es posible tener una biblioteca musical digital equivalente a miles de discos, la cual ya no está supeditada a lo que se puede conseguir en la tienda local de discos, ni al espacio disponible para almacenarlos.

Con estos reproductores, para vivir la experiencia de escuchar música basta con cerrar la puerta de nuestro dormitorio o colocarnos un juego de audífonos; no es necesario consultar con nadie sobre el volumen, el tipo de música o el horario para escucharla. La posibilidad de posesión de uno de estos



IMG 3. Reproductor de música contemporáneo

aparatos reproductores se extiende a todos los integrantes de la casa y cada quien puede utilizar el suyo en el momento que le plazca.

Ante esta nueva forma de vivir la experiencia de la música, la interacción con el otro se desvanece y se reducen los conflictos originados por el uso compartido, reduciendo también las posibilidades de vivir estas experiencias colaterales, de confrontación y convivencia, surgidas del deseo de escuchar música. Estas experiencias entre muchas otras, son las que de una u otra forma nos van integrando a nuestra cultura. A través de estas y muchas otras experiencias de lo cotidiano es que vamos formando nuestra personalidad y nuestra identidad dentro de una comunidad. La cultura se transmite mediante las experiencias vividas y la forma en la que somos guiados a vivirlas. Por otro lado, la materialización de la música<sup>4</sup>, aunada a los avances tecnológicos en telecomunicaciones nos ha permitido un intercambio global de la misma, de tal suerte que podríamos encontrarnos ante la influencia de ritmos africanos en el punk islandés, o podríamos encontrar una compilación de salsa en la audioteca de un berlinés.

Las experiencias ya no son las mismas y nunca volverán a ser, la vivencia de experiencias nos transforma, y con ello transforma nuestra percepción del mundo y nuestra concepción de lo que es deseable así como las formas de relacionarnos con nuestro ambiente y con las personas que nos rodean.

Con el ejemplo anterior podemos clarificar entonces una evidente relación entre la materialidad y la construcción de la cultura mediante la

---

<sup>4</sup> Por materialización de la música me refiero a la posibilidad de disposición de la misma ya sea para su reproducción, comercio o distribución.

relación que esta materialidad nos impone hacia el medio en el que nos desarrollamos.

La forma, las funciones y los significados de los objetos determinan en cierta medida las formas de actuar de las personas; a través de los objetos las culturas se expresan, cambian y se enriquecen. Los diseñadores proponemos nuevas posibilidades para el vivir y al hacerlo proponemos cambios en los hábitos y las costumbres; proponemos nuevas formas de aproximación a las experiencias cotidianas y proponemos también nuevas experiencias modificando con ello las formas actuales del vivir. Estas nuevas posibilidades de vivir se renuevan constantemente debido, entre otros, a los constantes y cada vez más apresurados avances tecnológicos impulsados por el insaciable deseo de novedad producto del condicionamiento mediático. Por supuesto, no hay que quitarle crédito a los avances en los medios de comunicación y las nuevas formas de producción, distribución y adquisición de bienes; todas ellas implicadas dentro del desarrollo del modelo de producción capitalista cuya finalidad principal es la acumulación de capital obtenido de la diferencia entre el costo de producción y el precio de venta.

La base del modelo capitalista es el consumo continuo, la continua renovación de la escenografía que elegimos para vivir nuestras vidas, la continua renovación de las herramientas que nos asisten para acoplarnos a nuestros ambientes en constante cambio; la constante adquisición de nuevas experiencias. Esta constante renovación material influye en la evolución de las culturas con la ayuda de los medios masivos de comunicación, los cuales invariablemente enmarcan los productos dentro de ciertos estilos de vida que proliferan en todo el mundo capitalista y año con año muestran una

nueva faceta de los mismos. Estos estilos de vida parecen estar prefabricados para promover el desarrollo de los sistemas productivos capitalistas y a su conveniencia es que se promueve una gran diversidad de estilos-de-vida-objeto-del-deseo<sup>5</sup> con la finalidad de promover el consumo. Ante el constante bombardeo mediático de estos estilos-de-vida-objeto-del-deseo-, poco a poco, se han ido desvaneciendo otros tantos estilos de vida propios, tradicionales y/o deseables; como consecuencia, las posibilidades de estos para ser elegidos por parte del consumidor son cada vez más escasas, privando así al consumidor de las experiencias específicas derivadas del contacto con los objetos contenidos dentro de estos estilos de vida; privándolo también de formas específicas de aproximación a ciertas experiencias y alejándolo de la posibilidad de la apropiación y transformación de su cultura local tradicional.

A través de los estilos de vida conformamos nuestra identidad y nos formamos como individuos dentro de una cultura específica. Un estilo de vida se diferencia de otros por la elección que se hace sobre la materialidad necesaria para vivirlo (Douglas, 1996). Los estilos de vida se relacionan con actitudes ante las experiencias e influyen en las formas específicas de actuar de un grupo social modificando o moldeando así su cultura mediante la elección de objetos específicos.

De las reflexiones anteriores, el problema que se percibe y se tomará como eje de trabajo en la presente investigación es el de una incipiente pérdida o dilución de elementos culturales tradicionales en México a causa

---

<sup>5</sup> Como definición preliminar de los estilos-de-vida-objeto-del-deseo podemos decir que son imaginarios de vida que se proponen desde la mercadotecnia como instrumento para enmarcar los productos que se quieren comercializar de acuerdo al grupo al que van dirigidos.

del desarrollo y consumo de una materialidad definida desde ámbitos globales, una materialidad que difícilmente se relaciona directamente con aquellos contextos sociales alejados de los ámbitos globales, una materialidad cuya finalidad es el mero consumo de cualquier estilo-de-vida-objeto-del-deseo. Como consecuencia, estilos de vida tradicionales se van diluyendo y con ello la identidad de grupos culturales. Además, a diferencia de otros países, en México no se ha logrado desarrollar una concepción del diseño industrial acorde a la realidad con la que se enfrenta, un diseño industrial capaz de generar aquella materialidad que nos vincule de una mejor manera con nuestro propio entorno mediante el desarrollo social.

Varios países alrededor del mundo han logrado, mediante el diseño, establecer una producción material que refleja y reproduce estilos de vida locales manteniendo una ambigüedad o sinceridad que facilita su inserción dentro de los estilos-de-vida-objeto-del-deseo propuestos desde los espacios



IMG 4 Sillón danés diseñado por Hans J. Wegner (1953)

mediáticos globales. El diseño escandinavo, el diseño italiano, el diseño alemán, son algunos de los ejemplos más representativos de esta tendencia. Estos países han logrado traspasar fronteras mediante la vinculación de lo local con lo global; han logrado producir una materialidad capaz de insertarse en espacios ajenos

manteniendo siempre una identidad que nos remite a los arquetipos o imaginarios que de ellos tenemos logrando así, la reproducción e inclusión de sus experiencias y con ello sus estilos de vida.

En México tenemos algunos ejemplos de diseño contemporáneo que han logrado instalarse en ámbitos globales. Proponiendo un catálogo que nos acerca a un discurso sobre la mexicanidad sin llevarnos al terreno ampliamente recurrido de la folclorización, empresas como Pirwi; que se ha desarrollado desde un inicio como una empresa socialmente responsable que considera seriamente el impacto ecológico de sus productos (PIRWI, 2010), Pirwi cuenta con un catálogo de más de 70 objetos en el cual se puede apreciar respuestas claras a diferentes necesidades universales en términos de una estética propia obtenida desde la forma particular del uso de los medios productivos de carácter industrial. Destaco en particular esta empresa pues en su innovador

catálogo podemos apreciar cómo es posible plasmar una estética propia en objetos de proyección internacional mediante la resignificación de códigos estéticos locales, históricos y/o regionales, y sin la necesidad de recurrir al



IMG 5. Sillón SP diseñado por Alejandro Castro y Emiliano Godoy para PIRWI

ampliamente practicado plagio del patrimonio cultural. Pirwi, desde su particular visión enfocada en el diseño sustentable, ha logrado consolidarse como una empresa que produce objetos de diseño mexicano.

Sin embargo encontramos también, dentro del diseño contemporáneo en México, empresas como Pineda Covalin, una empresa que busca invitarnos como dicen ellos:

“a viajar por los caminos de un México que se muestra al mundo moderno a través de su historia, de sus tradiciones, de su pluralidad cultural, de su multiplicidad étnica y de su fértil imaginación.” (Pineda Covalin).

Mediante la apropiación de patrones gráficos y estilos estéticos característicos de diversas regiones de México, Pineda Covalin estampa, mediante el uso de tecnologías industriales, sedas importadas que sirven para confeccionar una cantidad de objetos que en su mayoría tienen sus orígenes en otras culturas y que, mediante los procesos de consumo y globalización, hemos adoptado ya como propios y como tal son susceptibles de acomodarse en ciertos estilos de vida compatibles con los estilos-de-vida-objeto-del-deseo. Encontramos así en el catálogo de esta empresa una variedad de productos que van desde mascaradas, corbatas, zapatillas y



IMG 6 Sillón Virikuta diseñado por Pineda Covalin

bolsas hasta sillas, sillones y taburetes; confeccionados todos ellos con textiles estampados con motivos relacionados a diversas regiones del país

como las mariposas monarcas o los trabajos de chaquira de los huicholes, los pescadores de Pátzcuaro, incluso la imagen de Frida Kahlo es utilizada para ofrecer a sus clientes una gama de productos que, si bien han logrado insertarse dentro de los mercados internacionales, así como en ciertos sectores locales, se encuentran estancados en la respuesta obvia y trillada del *folclor mexicano* que sólo les permite insertarse en la cotidianidad global a manera de *souvenir*, curiosidad o símbolo de distinción llegando en algunos casos a convertirse en una falta de respeto para la misma cultura de la cual se están “inspirando” como es el caso del sillón Virikuta. En este sillón vemos la imagen del venado, figura sagrada de los huicholes, que se encuentra estampada tanto en el respaldo como en el mismo asiento. Personalmente creo que éste diseño es una falta de respeto hacia los Huicholes en tanto que dicho diseño te invita o te obliga a sentarte en la cara de una figura sagrada.

Es innegable la enorme diversidad cultural que encontramos a lo largo de todo el país. Una diversidad cultural que desafortunadamente se ha ido diluyendo con el paso del tiempo a causa de la influencia de los estilos-de-vida-objeto-del-deseo. Las culturas tradicionales de México cada vez se van reduciendo y de una u otra forma están siendo desplazadas por aquellos estilos-de-vida-objeto-del-deseo propuestos desde los medios que son parte de la cultura global, esa cultura institucionalizada a favor del progreso, la eficiencia y la estandarización buscados desde el pensamiento capitalista. Como consecuencia, ésa gran diversidad cultural de la cual se habla cuando se habla de México se ha ido reduciendo hasta mantenerse únicamente los elementos folclóricos atractivos para nuestros turistas internacionales.

Un caso claro es el de los pescadores purépechas del Lago de Patzcuaro, quienes ejercían la pesca como su actividad principal y, en sus procesos de relación con el entorno, desarrollaron barcas y redes características que reflejaban una manera específica de relacionarse con el mismo. Diversos factores, entre los que se destaca la inclusión de especies ajenas a dicho ecosistema, fueron mermando la población del pez blanco o Kuerepo urápiti, el cual era la base de su sustento, y se dio un desequilibrio ecológico hasta el grado de que actualmente los pescadores han recurrido a nuevas estrategias de pesca o de subsistencia. (Centro Geo, 2009) Las barcas y redes, así como el atuendo tradicional se conserva en el lago, pero desde una perspectiva folclórica en la cual los pescadores posan en medio del lago en sus barcas, con sus atuendos y redes tradicionales para que los turistas, que nos aproximamos a la isla de Janitzio, podamos tomar una fotografía de una actividad que ya no se realiza mas de esa manera y podamos regresar a nuestra cotidianidad a exhibir la prueba fehaciente de que vacationamos en un lago lleno de tradición, sin saber que dicha tradición es tan sólo un fantasma folclórico que se alimenta de los turistas o, en el mejor de los casos un elemento más de un museo interactivo en sitio.

No pretendo una apología por la conservación de las culturas cristalizadas, pues las culturas, como todo sistema, necesitan adaptarse para mantenerse vigentes. El tema es la problemática que se deriva de la incapacidad de las sociedades tradicionales para adaptarse y asimilar los cambios materiales y conceptuales, introducidos como consecuencia de la intervención y el contacto con elementos de las sociedades moderna o global. El planteamiento en este momento se torna respecto a la permanencia de la cultura local frente a la imposición de una cultura global

dominante. El derecho de participar en la construcción de la cultura global, pero una cultura global que se desarrolla a favor de la diversidad y la inclusión, esa cultura global que explota la inmediatez y disponibilidad de la información a favor del conocimiento, a favor de la generación de diálogo y discusión respecto a cómo enfrentarse al entorno. Esa cultura global que cuenta con los medios para difundir la enorme diversidad de aproximaciones a la vida que existen alrededor de todo el mundo. Una cultura global conformada por partes y detalles de todas las culturas, ¡nada más ecléctico, inclusivo y tolerante! Sin embargo creo que la realidad es otra, nos es ofrecida la ilusión de la libertad de elección, siempre y cuando se elija dentro de lo que se oferta. Más allá sólo queda la contracultura y la exclusión.

El diseño lleva en su germen la transformación del entorno mediante la materialización de nuevos objetos y de nuevas realidades.. Desde sus orígenes, la Bauhaus, la escuela de Ulm, tuvieron presente al diseño industrial como motor de desarrollo social, alimentado por el crecimiento industrial. El ser del diseño industrial es, en esencia, la transformación de los entornos en búsqueda de un desarrollo social mediante la materialización de objetos desde el paradigma de la racionalidad cognitivo-instrumental implementado en la producción industrial (Duque, 2008). Sin embargo, como lo constata la historia y evolución de la disciplina del diseño industrial, el término desarrollo puede ser entendido de muchas formas; el aumento de la eficiencia en términos de producción para alcanzar niveles de producción que satisfagan las necesidades actuales y nuevas de manera masiva, la mejora en la ergonomía de los productos para hacer de su uso uno más eficiente, generar relaciones más eficientes entre las personas y su entorno. Estas concepciones del desarrollo son algunas de las posturas que se han

tomado como directrices a lo largo de la concepción histórica del diseño industrial y de una u otra manera todas ellas han generado resultados positivos pues, en términos de Duque, se han logrado materializar en entes que mantienen una relación positiva con un contexto específico. Sin embargo, la pura concepción que se tenga del concepto desarrollo dentro del contexto trae cambios importantes en los resultados materiales del diseño industrial, cambios importantes en los objetos o entes a través de los cuales se materializa.

En su tesis de maestría Duque reconoce un conflicto entre el ser del diseño industrial y el contexto desde el cual se desarrolla dicha disciplina en Latinoamérica. El desarrollo del diseño industrial viene ligado desde sus orígenes al desarrollo industrial desde el esquema económico del capitalismo. Las naciones en Latinoamérica, tienen como factor común, de acuerdo con Duque, el de haber sido regiones coloniales que, en el momento de su emancipación no tuvieron clara una concepción de estado y de una u otra manera mantuvieron los esquemas coloniales de desarrollo, lo que impidió la construcción de las bases necesarias para el desenvolvimiento de un sistema capitalista enraizado en toda la sociedad. Por otro lado, la disciplina del diseño industrial llega a Latinoamérica ya con una concepción particular de la modernidad y modelos claros y específicos respecto al desarrollo desde el esquema capitalista. En su momento dicho modelo de diseño industrial logró impulsar un desarrollo industrial que, bajo el esquema capitalista, se puede entender como desarrollo social, sin embargo la concepción que del progreso tenían los grupos oligarcas y la burguesía era la de vivir la modernidad entendida no como un proceso de crecimiento y desarrollo social sino, como un proceso de allegarse de la materialidad

producida en las sociedades modernas, al respecto Juan Carlos Duque apunta: “Las clases dominantes no buscan el progreso de las naciones, más bien un consumo y un deseo de vivir en Latinoamérica lo que vivirían en Europa...” (Duque, 2008, pág. 93). Así, el mismo contexto latinoamericano terminó por contraponerse al ser del diseño industrial que se había implementado generando una relación negativa entre los entes producto de ese ser del diseño industrial y el contexto. El ser del diseño industrial no pudo mantener su esencia, la del desarrollo social, pues tuvo que adaptarse al concepto de desarrollo imperante en el contexto latinoamericano. Nos encontramos entonces ante una dinámica de consumo basado en “un consumo mínimo de mercancías nacionales y alto de extranjeras por parte de la oligarquía y burguesía” (Duque, 2008, pág. 93), dicha dinámica de consumo traerá como consecuencia, de acuerdo con Duque, la imposibilidad de generar un mercado interno que será básico para lograr cualquier unidad nacional, básico para generar una plataforma de verdadero desarrollo social. Derivado también del concepto que las oligarquías y la burguesía tienen del desarrollo, encontramos una inversión copiosa para el desarrollo de infraestructura que, de acuerdo con Duque, sólo sirvió para facilitar la entrada de productos extranjeros, en contraposición a una mínima inversión en desarrollo de la industria.

Este contexto sigue vigente en la actualidad, y el concepto de desarrollo adoptado por los grupos dominantes es el timón de los mercados nacionales. Basta con asomarnos a los centros comerciales o supermercados para observar cómo los patrones de consumo se dirigen a aquellos productos que nos acercarán al estilo-de-vida-objeto-del-deseo de nuestra preferencia propuesto, por supuesto, desde la sociedad global.

Nos encontramos ante una pendiente aspiracional provocada por la vorágine de desarrollos tecnológicos encaminados a la comunicación y la manipulación de dichos desarrollos para influenciar a las personas generándoles experiencias específicas, experiencias que buscan guiar al consumidor por los caminos exclusivos de los estilos-de-vida-objeto-del-deseo contraponiéndolos, en muchos casos, con lo tradicional, generando así una percepción de atraso o pobreza respecto a todo aquello que se encuentra fuera. En dicha pendiente, las sociedades tradicionales buscan acercarse a las comodidades materiales de las sociedades modernas mientras que las sociedades modernas aspiran a las nuevas posibilidades del vivir de la sociedad global. Como consecuencia las sociedades tradicionales se ven forzadas a deshacerse de sus mitos y tradiciones, pues éstos no tienen cabida en ningún estilo-de-vida-objeto-del-deseo. Los mitos y tradiciones de estas sociedades son percibidos muchas veces como un obstáculo para dar el paso a la modernidad. En la actualidad, dentro del ámbito profesionalista se ha vuelto un requisito ser bilingüe, y aquellos profesionistas que lo son tienen mejores posibilidades de desarrollo, siempre y cuando la segunda lengua sea una lengua extranjera. Saber hablar español y náhuatl, por el contrario, puede llegar a ser motivo de discriminación. Así, las nuevas generaciones de las culturas tradicionales llegan a sentir vergüenza o repudio de su herencia cultural y poco a poco se van alejando de ella, y al final sólo quedarán las reminiscencias folclóricas necesarias para el desarrollo del turismo en México cuya carta de presentación es la diversidad.

Podemos observar también, cómo México se encuentra en una situación socioeconómica caracterizada por una fuerte polarización de clases. Aquellos que tienen la capacidad económica para poder ejercer una

decisión real de consumo, en la búsqueda de ese *habitus*<sup>6</sup> que los distingue del resto, en cierta medida son quienes marcan las tendencias de consumo de la sociedad. En México, los grupos con un alto capital económico ejercen sus decisiones de consumo en la búsqueda de alguno de los estilos-de-vida-objeto-del-deseo que se proponen desde la cultura global. Al respecto Pierre Bourdieu explica cómo los elementos de los *habitus* asociados a grupos con un gran capital global van cambiando conforme se van popularizando y se van permeando a otros espacios con un capital global menor, de tal suerte que los elementos elegidos por los grupos con un gran capital global se van permeando a lo largo de toda la sociedad participando cada vez en diversos *habitus*. En este proceso, dichos elementos van modificando y adquiriendo nuevos significados a la vez que provocan experiencias particulares en las personas como consecuencia de su Experiencia, conformada por el desenvolvimiento en algún *habitus* en particular.

Además, en México, el diseño industrial se encuentra desvinculado de la realidad social a la que debería enfrentarse. Las causas que identificamos como factores claves para dicha desvinculación las encontramos en una contraposición entre la concepción histórico-teórica del diseño industrial y la realidad socio-económica del país. Por un lado encontramos que uno de los argumentos fundamentales de la disciplina del diseño industrial es el de la producción de una materialidad que genere desarrollo social partiendo de una base industrial. En contraposición nos encontramos con una realidad nacional en el que la ideología de los dueños de los medios de producción

---

<sup>6</sup> Concepto definido por Pierre Bourdieu como un “conjunto unitario de personas, bienes y prácticas” (Bourdieu, 1994, pág. 19) que retraduce una posición social en un espacio de tomas de posición. Se profundizará en este concepto más adelante.

concibe el desarrollo no como crecimiento sino como la acumulación de aquella materialidad que se disfruta en naciones más desarrolladas, y por consiguiente los esfuerzos por un desarrollo industrial enfocado en la producción de una materialidad de diseño y producción local se encuentra retraído a favor de un desarrollo económico fundamentado en el turismo, los servicios y la maquila. Así nos encontramos en México con un diseño industrial que busca vincularse a una industria manufacturera inexistente o a industrias manufactureras que, debido a la percepción que del desarrollo se tiene, se encuentran francamente desvinculadas de su contexto.

Por otro lado, dentro del contexto mexicano encontramos al sector artesanal. Un sector que claramente es percibido como un espacio con un fuerte potencial para generar alternativas de desarrollo; al respecto Olga Correa Miranda apunta:

“La situación actual de los artesanos en México es una paradoja, pues a pesar de la gran riqueza cultural que representan para el país, muchos viven en pobreza agobiante (Vázquez 2005). De allí la necesidad de que la actividad artesanal se convierta en una alternativa capaz de reducir la pobreza y lograr la estabilización económica en zonas rurales e indígenas del país cuyos índices de desocupación y subempleo son significativos.” (Correa, 2009)

El sector artesanal en México no ha logrado ser percibido como un espacio de desarrollo económico y generalmente se asocia a una actividad de medio tiempo o complementaria. Sin embargo la manufactura artesanal, que es altamente valorada por los turistas extranjeros podría traducirse en una práctica con alto potencial para generar una captación económica que pueda ser encausada al desarrollo social de la comunidad.

Dada la problemática expuesta, el objetivo fundamental de la presente investigación es proponer un modelo de trabajo que permita al diseñador proyectar una materialidad que nos vincule de mejor manera con nuestro propio entorno y, mediante interpretaciones locales o regionales de los estilos-de-vida-objeto-del-deseo ésta se pueda insertar en contextos globales con la finalidad de lograr una participación activa por parte de algún grupo cultural o región en la construcción de dichos estilos, fomentando así la valoración, construcción y desarrollo de su identidad y con ello, su cultura.

Así, la presente investigación se enfocará en los siguientes objetivos:

- a) Construir un modelo teórico del objeto desde la perspectiva del diseño industrial para ocuparlo como herramienta de análisis.
- b) Estudiar los procesos de trabajo que siguen los diseñadores industriales actualmente en el desarrollo de su profesión.
- c) Reconocer cómo las experiencias vividas en nuestra cotidianeidad tienen un efecto profundo en la forma particular que cada individuo tiene para percibir la realidad.
- d) Develar cómo, a través de las experiencias vividas, los individuos se van identificando con alguna cultura en particular y van eligiendo estilos de vida particulares.
- e) Proponer un modelo de exploración útil al diseñador para definir, dentro de los parámetros del diseño regional, la situación de diseño a la que se enfrentara.

Tomaremos como objeto de estudio al objeto de diseño industrial y su metodología para analizarlo desde dos perspectivas teóricas. Por un lado desde la disciplina del diseño industrial analizaremos la percepción que el diseñador tiene del objeto de diseño industrial así como las pautas que actualmente siguen los diseñadores para el desarrollo de objetos. Por otro lado, desde los ámbitos biológico, semiótico y sociológico analizaremos el objeto para dilucidar el papel que desempeña y los mecanismos mediante los cuales participa en la construcción de las identidades y las culturas.

En el primer capítulo, “Construcción conceptual del objeto y análisis de la disciplina del diseño industrial” se revisa en primer instancia, mediante una investigación bibliográfica, la historia del desarrollo de la disciplina del diseño industrial con la finalidad de reconocer cómo la concepción que del objeto se tiene ha ido complementándose mediante la asignación gradual de espacios de transformación del mismo para así, presentar un modelo teórico del objeto de diseño industrial que nos sirva como piedra angular para el desarrollo de un modelo de exploración pertinente a las inquietudes que dan pauta a la presente investigación.

También, en este capítulo, mediante la revisión bibliográfica del acercamiento sociológico al estudio de la identidad del diseño latinoamericano desarrollado por Juan Carlos Duque (2008), definiremos ciertas particularidades del desarrollo histórico de la disciplina del diseño industrial, con la finalidad de delinear la identidad de la misma en México. Se presenta también, en éste capítulo una breve discusión sobre la pertinencia del uso de métodos de diseño fundamentados en el método científico frente a nuevas posturas que plantean un acercamiento holístico transformando así

un problema de diseño en un proyecto de diseño que busca crear consenso entre los diferentes actores implicados en dicho proyecto.

En el desarrollo del segundo capítulo “El ser humano, los objetos y su percepción del entorno” exploramos las formas en las que los seres humanos nos relacionamos con las cosas, su impacto a nivel biológico, la asignación de significados al mismo así como el papel que la materialidad juega en el desarrollo de las culturas y los estilos de vida.

Éste capítulo parte de la definición del término experiencia desde el modelo de los sistemas autopoieticos propuesto por Humberto Maturana (1996), revisamos los fundamentos biológicos de la experiencia y como afecta la percepción de la realidad y por ende la apropiación de la cultura y el desarrollo de la identidad. Revisamos también, desde la perspectiva semiótica de Cesar González (2007), las instituciones sociales desde las cuales dotamos de significado a los objetos. Por último tomamos como referencia la teoría cultural revisada por Mary Douglas (1996) y el concepto de *habitus* de Pierre Bourdieu (1994) para reconocer los mecanismos fundamentales de relación entre la materialidad y la permanencia o transformación de los estilos de vida.

El tercer capítulo “Diseño Regional” tiene por objetivo construir la identidad del diseño regional; tomando como referencia el modelo de identidad propuesto por Juan Carlos Duque (2008) y atendiendo al cuerpo teórico revisado en los capítulos anteriores, definimos tanto el ser del diseño regional como los entes productos de dicho diseño desde una perspectiva congruente con el contexto dentro del cual se deben desarrollar para así presentar un modelo de diseño regional con una identidad positiva. Así el

planteamiento presentado en éste capítulo deberá servir a los diseñadores como referencia para desarrollar métodos específicos de trabajo y desarrollo de objetos dentro de los lineamientos propuestos.

Por último, el cuarto apartado del presente trabajo tiene como finalidad puntualizar las aportaciones de la presente investigación a la disciplina del diseño industrial.

## **1. Construcción conceptual del objeto y análisis de la disciplina del diseño industrial.**

### **1.1. El objeto de diseño industrial**

La historia de los objetos está íntimamente ligada al desarrollo humano al grado de que podemos afirmar que el estado actual de las civilizaciones no se pudo haber alcanzado sin la ayuda de los mismos. La evolución humana y su desarrollo se dio gracias a la capacidad únicamente compartida con los primates de poder oponer nuestros pulgares al resto de los dedos de la mano para asir cosas, pero el salto cuantitativo entre los primates y los humanos fue su capacidad para utilizar las cosas y así transformarlas en objetos que pueden ser utilizados como herramientas en sí y para producir nuevas herramientas y objetos. De una u otra manera hemos ocupado los objetos para configurar y modelar nuestro entorno y las relaciones con él. Conforme modelamos nuestra relación con el entorno vamos reconociendo nuevas necesidades y buscamos los medios para satisfacerlas. A la par del reconocimiento del objeto como algo capaz de transformar la realidad hemos

reconocido la capacidad de transformar los mismos objetos de tal forma que a lo largo de su historia se han percibido nuevas y diversas dimensiones de transformación del objeto en la constante búsqueda de saciar nuestras necesidades.

A continuación, realizare un recorrido histórico sobre la evolución del entendimiento humano acerca de las cosas para dar paso a los objetos. Si bien el siguiente relato sigue una línea temporal o histórica, no es mi intención tratar de definir periodos históricos fechados sino más bien hilar una serie de concepciones que se ligan a manera de acción-reacción en un proceso sinérgico que va configurando la percepción del objeto. También, debido a la naturaleza de la presente investigación y la disciplina desde donde se desarrolla, la intención del presente capítulo es reconocer tan solo las dimensiones de transformación específicas que caracterizan al conjunto de los objetos de diseño industrial.

Partiremos entonces de la caracterización axiomática del objeto como la de: cosa útil. En principio existen las cosas, las cosas son aquellos elementos que existen en nuestra realidad pero que no nos representan una forma de relacionarnos con el medio en el que estamos; no les encontramos una utilidad o un uso. Las cosas se tornan objetos cuando encontramos en ellas una utilidad, así

los objetos son cosas que de alguna manera son útiles o tienen un uso. Un hueso o una piedra



Fig. 1 Asignación de uso a la cosa

son tan sólo cosas hasta que logramos defender nuestro territorio o podemos matar a un animal con su ayuda. Un objeto es una cosa útil que nos proporciona maneras específicas para relacionarnos con el entorno, otros seres u otras cosas. En la figura 1 vemos cómo el objeto surge de la aplicación de un uso a la cosa.

La capacidad para conceptualizar y proyectar un uso sobre las cosas así como el reconocimiento y descubrimiento de, formas primero, luego técnicas de transformación material, permitió al ser humano fabricar los primeros objetos diseñados. El objeto diseñado se diferencia de un simple objeto por haber sido conceptualizado, prefigurado y creado con una función específica. Yves Zimmermann, define el diseño a partir de la raíz compartida con el vocablo *designio*: *signa* o *signum* y el prefijo *-di*. Por un lado *signa* o *signum* se refiere a la señal, marca o insignia, mientras que el prefijo *di* implica disociación o separación, pero también pertenencia (1998, págs. 110,111). Podemos definir entonces el objeto diseñado como aquel al que le fue asignado una marca o insignia para diferenciarlo del resto de las posibilidades materiales capaces de cumplir una función específica. Desde esta perspectiva, podemos argumentar que ya en el amanecer de la humanidad encontramos objetos diseñados. El pedernal que en un principio lastimaba la mano al querer rasgar la carne de algún animal muerto, se convierte a través de los años y muchos, muchos prototipos, en un cuchillo. Conformado para adaptarse a la mano del hombre y aumentar la eficiencia de rasgar, el cuchillo es producto de una concepción futura de uso, así como de la posibilidad material de transformar una o varias cosas y/o materiales en un objeto. El objeto *diseñado* aparece desde que el hombre prehistórico reconoce su capacidad, tanto racional como material, para transformar los

objetos del entorno y adaptarlos a su concepción de la realidad y lo funcional. En la fig. 2 podemos ver cómo el objeto diseñado se diferencia de cualquier objeto por haber sufrido una transformación material intencional. Dicha transformación material estaba guiada por la necesidad de contar con objetos que facilitaran la satisfacción de tal o cual necesidad de tal suerte que podemos empezar a hablar de objetos cuya prefiguración contenía una idea de mejora mediante la adaptación a la mano y la búsqueda de una mayor eficiencia.

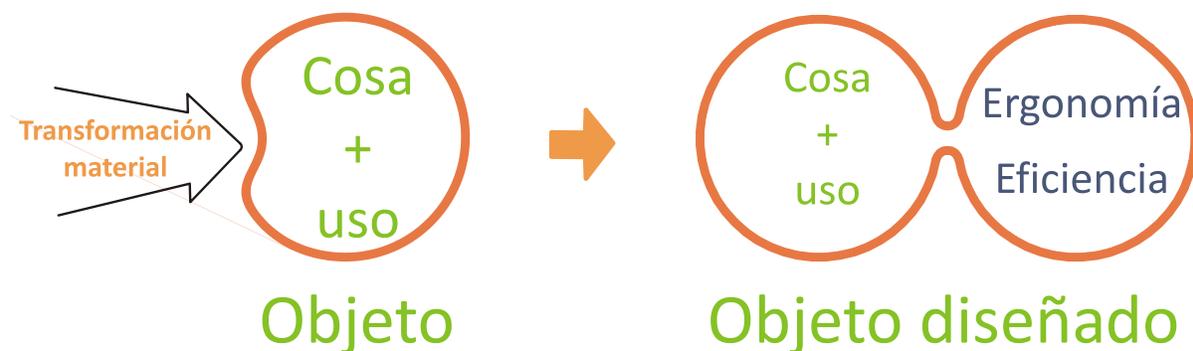


Fig. 2 El objeto diseñado

Conforme dichos objetos se van incorporando a la cotidianeidad y su uso o significado se va socializando o compartiendo, éstos adquieren una nueva carga simbólica; la respuesta a una necesidad. Los objetos van adquiriendo significados compartidos entre los humanos y su creación se va especializando tanto técnica como gremialmente; así se empieza a configurar una concepción de la materialidad marcada por el intercambio de objetos como estrategia para allegarse los medios que se consideran necesarios para satisfacer las necesidades propias. Desde esta perspectiva, los objetos comienzan a ser vistos como mercancías; los objetos, además de tener un

significado que es su uso como satisfactor inmediato de una necesidad, adquieren el significado de medio para la obtención, mediante el intercambio, de otro u otros objetos capaces de satisfacer otras necesidades. Los objetos toman parte en el comercio y se vuelven mercancías.



Fig. 3 Percepción del objeto diseñado como mercancía

En el siglo XVI, a partir de la evolución del capitalismo como filosofía de desarrollo y crecimiento económico y social mediante la acumulación de capital, se empiezan a gestar una serie de cambios económicos y sociales que para el siglo XVIII desembocan en lo que conocemos como la revolución industrial (Salinas, 1992, pág. 46). El punto de partida en este periodo es el

reconocimiento de nuevas variables a tomar en cuenta para la producción de objetos. La aparición de los primeros talleres, la mecanización de los procesos de manufactura, el cambio del uso de la energía hidráulica por la máquina de vapor, el control, el cambio y la dirección de los procesos de producción que quedan en manos de una sola persona: el productor, son los elementos claves que resalta Salinas para el desarrollo de las formas de producción industrial (1992, pág. 46); formas de producción mucho más eficientes que las que se conocían hasta el momento. En este periodo se empieza a reconocer en el objeto una nueva dimensión de transformación; la producción de objetos en forma industrial. Sin embargo, estas primeras producciones que se vislumbraban como la plataforma para un futuro en donde todas las necesidades estarían resueltas para todos, trajeron en principio consecuencias negativas y los productores tuvieron que replantear el rumbo de la producción industrial varias veces antes de empezar a obtener los primeros resultados satisfactorios.



Fig. 4 La producción industrial como factor determinante para el diseño de objetos

A partir del reconocimiento de esta nueva dimensión de transformación sobre los objetos y su consecuente aplicación práctica se desató una serie de cambios que, para el siglo XIX, llevaron a una configuración social e industrial en Inglaterra caracterizada por:

1. Una enorme capacidad industrial que habría de transformar el panorama urbano en el mundo occidental, originando grandes núcleos poblacionales que demandarían cada vez más artículos de consumo para su vida cotidiana y servicios públicos más eficientes y modernos acordes con el desarrollo que estaba teniendo lugar.

2. Una gran cantidad de artículos fabricados en forma masiva que sustituyeron a los productos artesanales, los cuales desaparecieron prácticamente del mercado, desplazados por la abrumadora presión de la nueva planta industrial.

3. Los nuevos artículos, manufacturados en forma iterativa, reflejaban una marcada despreocupación por parte de los industriales de tomar en cuenta los aspectos formales y estéticos en los productos que introducían en el mercado, limitándose a resolver sólo el funcionamiento técnico. (Salinas, 1992, pág. 50)

Desde esta configuración social e industrial, los productores empezaron a replicar los objetos artesanales en forma masiva y fueron encontrando nuevas técnicas para replicar la ornamentación propia de las artesanías en los productos fabricados de manera industrial (1992, pág. 55). Una vez que se reconocieron las infinitas posibilidades de la producción industrial y el alto margen de ganancias derivados de la sustitución de mano de obra por el uso de maquinaria, todos los esfuerzos se volcaron sobre la producción de objetos de manera industrial y la invención de máquinas para mejorar la producción de los objetos y máquinas para hacer nuevos objetos;

toda la atención y todos los esfuerzos estaban dirigidos a cómo fabricar los objetos (para reducir costos y aumentar las utilidades). Se buscaron nuevos procesos, nuevas máquinas para hacer los mismos objetos en grandes cantidades de forma más económica y eficiente. El resultado fue, de acuerdo con Salinas, que “El mercado se llenó de productos cuya característica principal era la ausencia de belleza” (1992, pág. 54) Los objetos, en esta época eran percibidos como meras mercancías y lo importante era venderlas y obtener ganancias de ellas.

En 1845 Henry Cole, Owen Jones, Mathew Digby Wyatt y Richard Redgrave, inconformes con la excesiva mecanización de los productos, la cual engendraba productos carentes de belleza, inician un movimiento que buscaba “demostrar la unión del mejor arte con la manufactura” (1992, pág. 58). Acciones como vincular a las industrias de cerámica, acereras y mobiliarias con proyectistas para la elaboración de sus productos, la organización de exposiciones de productos industriales y la edición del *Journal of Design and Manufacturers* (1992, pág. 59), provocaron como consecuencia un primer proceso de atención, reflexión y teorización alrededor del objeto, sus formas de producción y su configuración formal. Este proceso se vio fuertemente impulsado por la primer Gran Exposición Industrial; organizada por Henry Cole y patrocinada por el príncipe Alberto en el Londres de 1851. En este espacio, se destacaron los grandes avances tecnológicos, presentados principalmente por Estados Unidos, y se evidenció como una generalidad “la degradación de los productos industriales” (Salinas, 1992, pág. 61).

Henry Cole, no logro “demostrar la unión del mejor arte con la manufactura”, sin embargo origino la discusión sobre la vinculación del arte y la técnica para la producción y origino una reflexión sobre los objetos en la cual la estética forma parte de los mismos. En la fig. 5 podemos ver cómo aparece el factor estético aunque la importancia relativa es aun mínima.

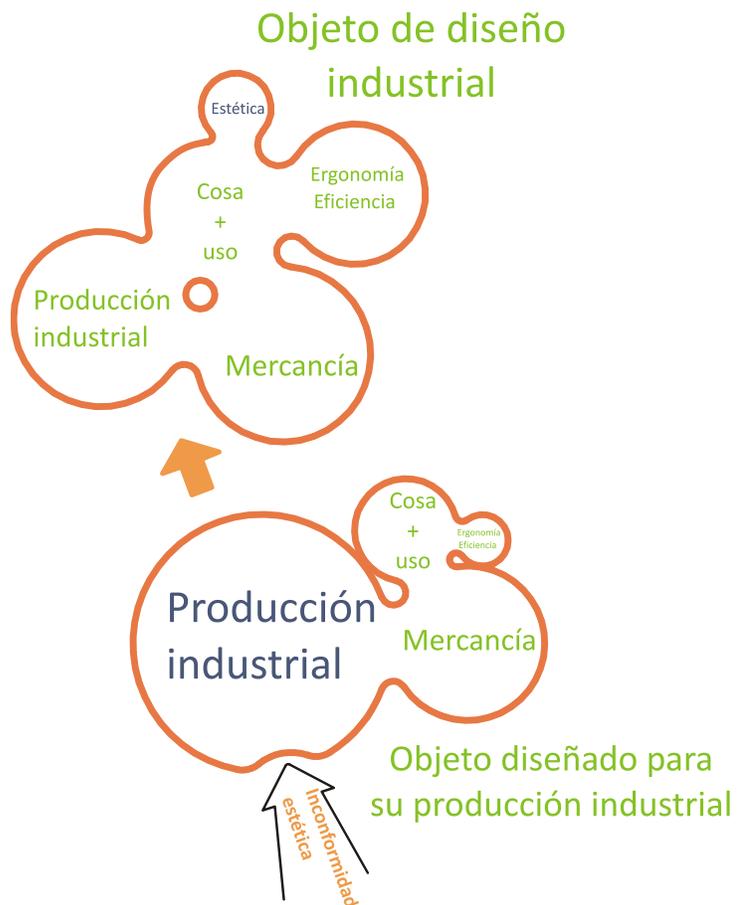


Fig. 5 Inclusión de una necesidad explícita de la estética en el objeto

Años más tarde, William Morris, arquitecto y artista, se pronunció también en contra de la excesiva mecanización de sus tiempos y la falta de belleza ornamental en los productos. A diferencia de Henry Cole, quien pensaba tan sólo en mejorar la estética de los objetos, la reflexión de William Morris sobre los objetos estaba enfocada a las personas que usan los objetos, estaba enfocada en las personas y su relación con los objetos. En 1857 Morris comentó “antes de ponerse a pintar cuadros sublimes, un hombre debe comenzar por vivir en un ambiente apropiado y tener una casa decente, con sillas y mesas decentes”<sup>7</sup>. Para William Morris los objetos deben ser una parte fundamental del desarrollo del hombre; no son sólo productos, no se

<sup>7</sup> Nikolaus Pevsner citado en (Salinas, 1992, pág. 64)

trata de una silla bonita, no se trata tampoco de una silla técnicamente bien lograda, sino de una silla decente, una silla que es capaz de invitar a un hombre a pintar un cuadro sublime. Morris afirmaba que “como condición de vida, la producción mecánica es totalmente perjudicial”<sup>8</sup> y así, junto con un grupo de amigos, intelectuales y artistas, fundó en 1861 la empresa Morris, Marshall y Faulkner “...cuyo trabajo consistía en diseñar y construir productos que se destacaran por la manufactura impecable y la calidad, en contraste con los objetos producidos en serie.” (Salinas, 1992, pág. 65) Morris, con su percepción respecto a los objetos como un elemento relacional entre el usuario y el entorno, atrajo a la discusión sobre cómo se deben diseñar los objetos la variable del vínculo con el entorno y acrecentó la importancia de la variable estética de los objetos (fig 6).

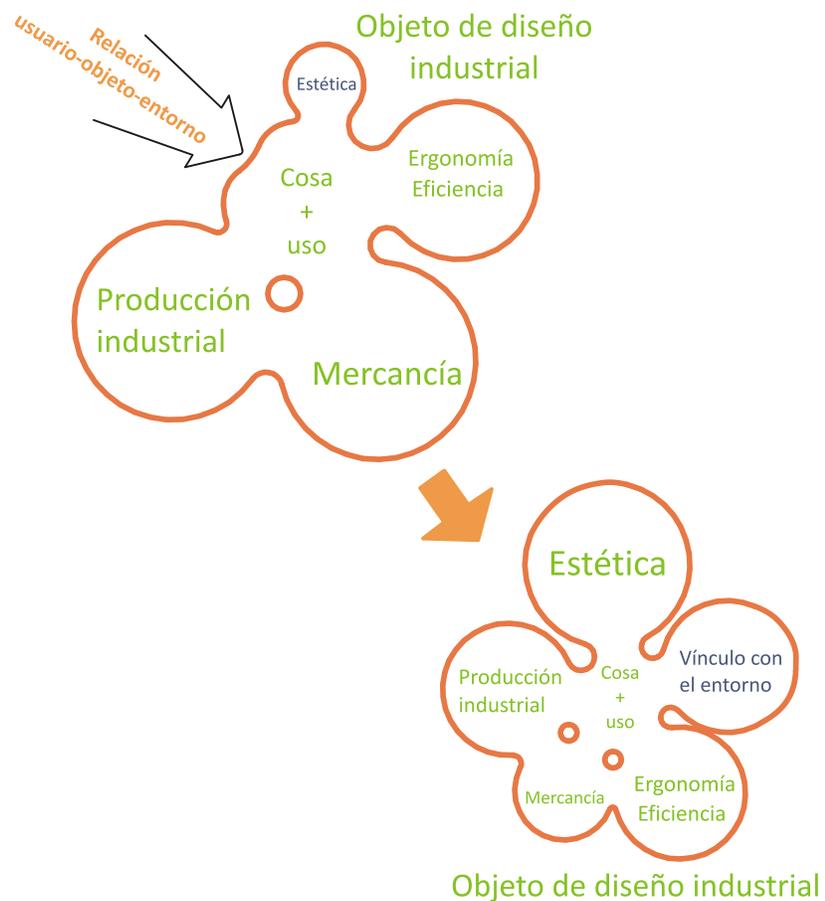


Fig. 6 Reconocimiento del objeto como medio de vinculación con el entorno

<sup>8</sup> Nikolaus Pevsner citado en (Salinas, 1992, pág. 65)

Después de observar el declive de la artesanía a favor de los productos industriales, gracias al trabajo de William Morris, surge el movimiento de Artes y Oficios que, “trajo consigo un renacimiento de la artesanía artística” (Salinas, 1992, pág. 65). Sin embargo el proyecto de Morris, que buscaba democratizar los productos de alta calidad, alcanzo tan sólo a un reducido círculo de compradores adinerados.

Sus seguidores, en cambio, lograron rebasar el repudio hacia la mecanización, y reconociendo su importancia Walter Crane, C.R. Ashbee, Lewis F. Day y John Sedding “lograron una vinculación entre arte e industria que ya nunca se rompería.” (Salinas, 1992, pág. 67)

Para finales del siglo XIX encontramos los primeros ejemplos de producción en serie considerados como los antecedentes del diseño industrial. Los muebles de Michael Thonet, producidos en madera curvada, se popularizaron rápidamente y debido a la demanda de los mismos “Thonet y sus hijos introdujeron en su empresa técnicas para estandarizar y simplificar sus diseños y así manejar un mercado más amplio” (Salinas, 1992, pág. 67). En este momento podemos observar en Thonet la importancia dada al usuario, a satisfacer los gustos y necesidades del mismo ofreciendo una amplia gama de modelos caracterizados por la economía, racionalización y estandarización de la producción. En todos éstos modelos podemos observar:

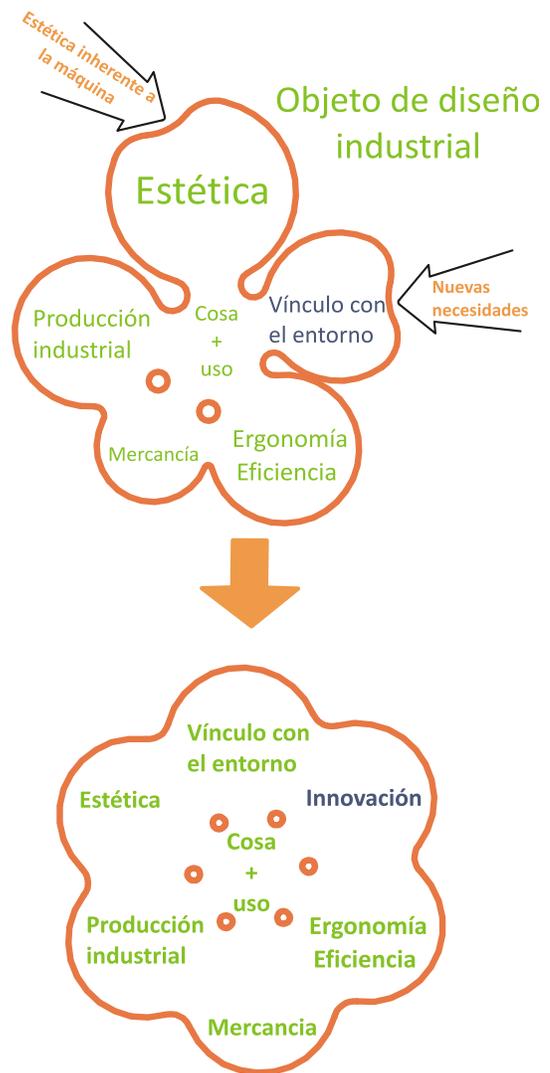
“una búsqueda por la economía en sus procesos (corte, curvatura, montaje), una normalización de piezas (modulares e intercambiables) y de los embalajes (máximo de piezas en un

mínimo de volumen), y un desarrollo de nuevas máquinas para la transformación del material” (Salinas, 1992, pág. 69)

En los diseños de Thonet podemos ver una depuración del elemento fundamental que hasta ese momento se contemplaba para producir objetos de manera industrial: la reducción de costos. También logró con elegancia disponer de la máquina para producir una amplia gama de muebles con una estética propia y en concordancia con sus innovadores procesos.

Thonet logro una estética propia fundamentada en las capacidades propias de la maquina, una estética que se alejaba de los cánones estéticos preindustriales y proponía así un lenguaje propio del objeto producido industrialmente.

También, en este periodo, en Estados Unidos empezó a surgir una buena cantidad de diseños en el área del mobiliario. Se empezó a tomar en cuenta al usuario para poder ofrecerle mobiliario que se adaptara al cuerpo humano y así aumentar la eficiencia en el trabajo y “...evitar muchas de las dolencias



## Objeto de diseño industrial

Fig. 7 Aparición de la innovación como factor para cubrir nuevas necesidades

propias de quienes trabajaban con estas máquinas...”<sup>9</sup>. La preocupación por aumentar el confort y la higiene en el hogar impulso la invención de objetos como el inodoro de cerámica, la bombilla de filamento incandescente, el teléfono, la cámara portátil, la estufa, la lavadora de ropa y la aspiradora; en todos estos objetos podemos observar como su finalidad está centrada en el usuario y su relación con el entorno, en reducir el esfuerzo de las tareas cotidianas y amenizar dicha cotidianidad. También en esta época se tomaron las primera medidas para proteger al obrero, en contacto directo con las máquinas, de posibles accidentes de trabajo. La preocupación por mejorar las experiencias domésticas del usuario, así como el asegurar la efectividad y aumentar la productividad de los trabajadores trajo consigo en este periodo el desarrollo de un sinfín de productos antes inexistentes.

Tanto en Europa como en Estados Unidos comenzamos a percibir en este periodo un elemento más a tomar en cuenta en la producción de objetos industriales: el usuario y la satisfacción de nuevas necesidades, la invención de nuevos objetos, la innovación. En este periodo encontramos una inquietud por simplificar y hacer más comfortable la vida de las personas logrando por fin satisfacer aquellas demandas originadas como consecuencia del devenir de la Revolución Industrial.

Podemos reconocer en este breve recorrido histórico que abarca hasta el siglo XIX, cómo la producción de objetos ha pasado por diversas perspectivas: el objeto como mercancía (inicios de la revolución industrial), la estética en el objeto industrial (Henry Cole), la relación estética del objeto con el entorno del hombre y sus implicaciones (William Morris), la estética

---

<sup>9</sup> Sigfried Giedion citado en (Salinas, 1992, pág. 71)

del objeto producido industrialmente (Thonet), la relación de los objetos con el hombre y las posibilidades de producir objetos totalmente nuevos (EEUU). Estas perspectivas son lo que considero las dimensiones fundamentales de transformación de los objetos. La concatenación de estas dimensiones de transformación son los temas principales que dan origen a la concepción del objeto diseñado para su producción industrial.

En la primer década del siglo XX podemos observar cómo todas estas percepciones y posturas que se han venido tomando desde mediados del siglo XVIII alrededor del objeto comienzan a cohesionarse y a tomarse en cuenta de manera conjunta para la producción de los mismos. En una mayor o menor ponderación podemos observar, en la fabricación de los objetos, reflejadas todas las posturas que con anterioridad se habían tomado. El objeto es percibido a partir de este momento como una mercancía en la cual,



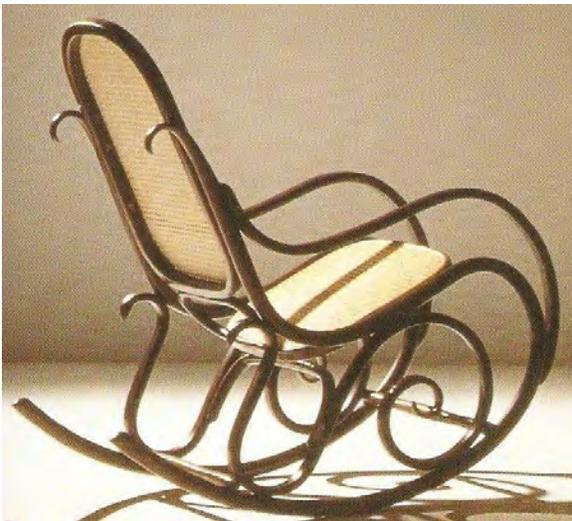
## Objeto de diseño industrial

Fig. 8 Modelo conceptual del objeto de diseño industrial

para su realización, es necesario contemplar tanto las técnicas o formas de producción como la configuración formal o estética, la relación directa con el usuario y la relación que el objeto genera entre el usuario y su entorno.

Partiendo de la premisa planteada en el párrafo anterior, podemos observar en adelante el desarrollo histórico del diseño industrial como un constante replanteamiento en la ponderación así como la profundidad, teorización y tratamiento de las dimensiones de transformación antes mencionadas.

Para corroborar el modelo que se propone, a continuación llevare a cabo un breve análisis sobre la concepción del objeto en dos periodos temporales diferentes para clasificarlos dentro del modelo propuesto en la presente investigación.



IMG 7 Mecedora del periodo del Art Nouveau

Como primer ejemplo podemos tomar el Art Nouveau, un movimiento estilístico que tiene como característica general la búsqueda de nuevos códigos ornamentales, la búsqueda de una nueva estética. La forma orgánica, la reproducción de motivos florales, la incursión en el uso de la línea recta o las figuras geométricas son todos ellos ejemplos de una búsqueda de cambio en las formas que hasta ese momento se estaban produciendo (Salinas, 1992, págs. 77-79).

De este periodo podemos destacar la importancia que se le dio a la representación formal, llena de elementos que de una u otra manera nos remiten a la naturaleza, a la sencillez y liviandad en oposición a la artificialidad generada desde las máquinas sólidas y pesadas. En este periodo hay una búsqueda de nuevas experiencias que se contrapongan al caos formal provocado por la mecanización de la producción industrial. Esta búsqueda de nuevas experiencias se centra en la reconstrucción formal de los objetos desde nuevos puntos de inspiración.

Dejando atrás todos los estilos estéticos que los industriales se empeñaron en mal-replicar, los representantes del Art Nouveau propusieron una recodificación de los objetos y su ornamentación, dicha

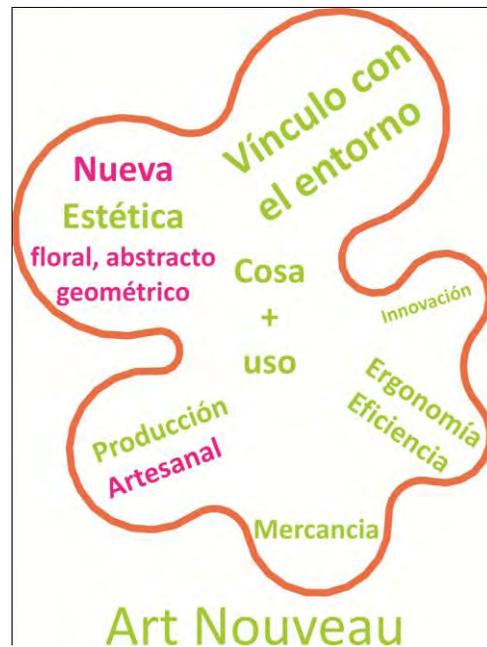


Fig. 9 Modelo conceptual del objeto en el periodo del Art Nouveau

propuesta llevo al desarrollo de al menos cuatro corrientes estilísticas distintas. En la región franco-belga se desarrolla un estilo abstracto y simbólico-cultural mientras que en Francia se desarrolla un estilo floral. Por otro lado, en Escocia se exploran las posibilidades de la bidimensionalidad y el simbolismo. A su vez, en Alemania encontramos un estilo marcado por una concepción constructiva y geométrica (Salinas, 1992, págs. 77-79). Lo que podemos reconocer como elemento común en este periodo es el desarrollo de una estética que se contrapone fuertemente a la estética con la cual se estaban produciendo los objetos hasta el momento. Como consecuencia de la exploración de estas

nuevas posibilidades estéticas que buscaban un contrapunto para la estética generada por la industria de la época, las propuestas de los diseñadores se inclinaron hacia soluciones de producción de tipo artesanal, dejando de lado, pero sin perder de vista las posibilidades de producción industrial.

En este periodo la dimensión de transformación estética se marco por una postura específica: alejarse de los estándares estéticos vigentes. Dado que dichos estándares eran consecuencia del sistema de producción industrializado, la postura que se tomó respecto a la dimensión de transformación de la producción fue la de acercarse a formas artesanales de producción sin relegar de manera tajante las posibilidades de la producción industrial.

Como segundo ejemplo tomaremos en consideración el periodo durante el cual se desarrollo la Bauhaus, periodo considerado por unanimidad como el momento de la génesis de la disciplina del diseño industrial en tanto que durante el mismo se conformo el primer espacio académico de formación de *diseñadores industriales* con un enfoque particular y muy puntual sobre las dimensiones de transformación de los objetos.

La Bauhaus nace en Alemania en 1919 y para 1933, debido a las condiciones políticas imperantes, se vio forzada cerrar sus instalaciones de manera definitiva. En este corto periodo podemos observar diferentes posturas respecto a los campos de transformación del objeto.

En sus inicios la Bauhaus es dirigida, bajo la dirección de Walter Gropius, desde una perspectiva encaminada a la producción de tipo artesanal. Los resultados materiales de la Bauhaus en este periodo son fruto de una constante experimentación con las formas, colores, materiales y texturas, y son también reflejo de la tendencia artística expresionista imperante en la época (Salinas, 1992, pág. 99). En este periodo podemos observar cómo la percepción del objeto se concentra tanto en la dimensión de la producción como en la de la estética definiendo cada una de éstas bajo concepciones particulares. En la dimensión de la producción se pretende retomar las formas de producción artesanal mientras que en la dimensión de la estética se buscan formas compatibles y acordes con la misma naturaleza de los materiales de producción. La figura 11 representa el objeto y la ponderación de sus dimensiones como se percibía en la Bauhaus de Gropius. En dicho modelo podemos observar una atención mucho más dirigida hacia los medios de producción artesanal y la participación de la estética artística contemporánea.



Fig. 10 Modelo conceptual del objeto en la Bauhaus de 1919

Durante 1923 y hasta dos años después, debido a diversos cambios en la estructura académica, la Bauhaus es encaminada hacia una producción de objetos caracterizada por una objetividad técnica y una economía de uso de los materiales (Salinas, 1992, pág. 99). A pesar de ser este un periodo sumamente corto, es el representante del imaginario contemporáneo de la Bauhaus. En este periodo se mantiene la dimensión de la producción en el ámbito de la producción artesanal reconceptualizándose la dimensión de la estética para enfocarse en la producción de los objetos desde el ámbito de la economía formal y material; este ámbito fue racionalizado y teorizado al grado de buscar la reproducción de dichos axiomas y corolarios de economía en otros espacios figurativos como lo son la pintura y la arquitectura. También podemos observar en este periodo una preocupación por la búsqueda de una armonía a partir de la organización funcional de los objetos en los espacios. En la figura 12 podemos observar cómo la atención se mantiene sobre las dimensiones de la producción y la estética; sin embargo podemos observar un cambio en la concepción

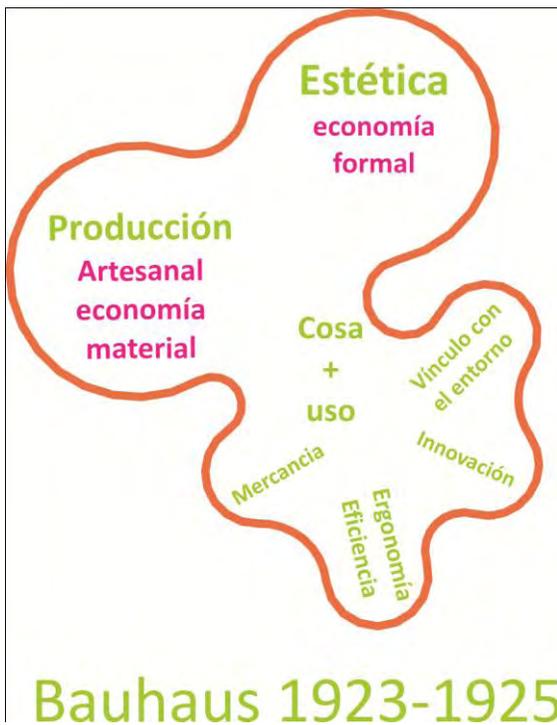
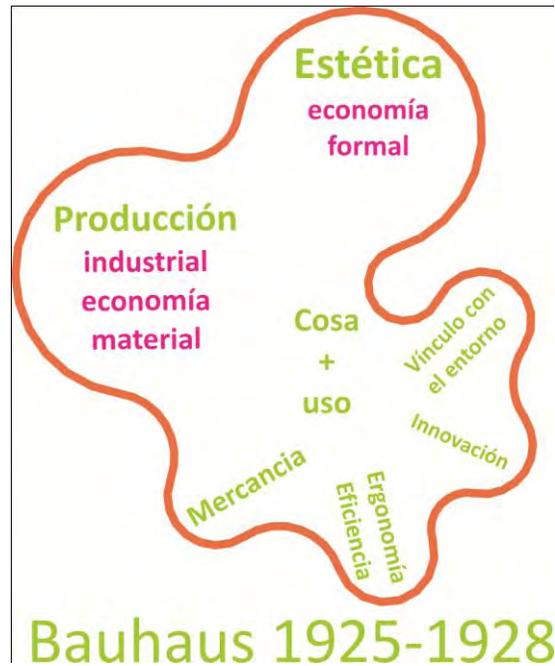


Fig. 11 Modelo conceptual de la Bauhaus alrededor de 1923

de dichas dimensiones, mientras que en el periodo anterior la producción se conceptualizad entro de la producción artesanal, en éste periodo se percibe la misma producción artesanal acotada a una economía material. Por otro

lado la concepción estética pasó del reflejo del expresionismo artístico de su época a la búsqueda de una economía formal.

En el periodo final de la Bauhaus, a partir de 1925, podemos reconocer una vinculación intensiva con la industria. El plan de estudios se modificó para explorar el desarrollo de objetos utilitarios con la finalidad de ser fabricados en la industria alemana (Salinas, 1992, pág. 103) manteniendo los cánones de economía formal y material desarrollados hasta el momento. La figura 13 nos muestra el modelo conceptual del objeto dentro de la Bauhaus hacia 1928. Podemos



observar aquí como la atención se sigue concentrando en las dimensiones de la producción y la estética, pero en éste periodo la dimensión de la producción se encuentra orientada hacia la producción industrial manteniendo los preceptos de economía formal.

A través de estos ejemplos podemos ver la aplicación de nuestro modelo conceptual de objeto como una herramienta que nos permite estudiar la concepción que de los objetos se tiene. La variación en la importancia relativa así como la, percepción o interpretación de las dimensiones que conforman el modelo conceptual de objeto conducen necesariamente a la producción de objetos con características particulares.

Fig. 12 Modelo conceptual de la Bauhaus alrededor de 1925

## **1.2. La disciplina del diseño industrial en Latinoamérica.**

### **1.2.1. Antecedentes.**

Hemos identificado ya la evolución y adición sinérgica<sup>10</sup> de significados al concepto del objeto de diseño industrial. En el presente apartado daremos cuenta del origen y la propia naturaleza de la disciplina del diseño industrial con la finalidad de volver explícitas las dimensiones del objeto sobre las que trabaja el diseñador.

Hemos hablado ya sobre cómo en el objeto se han percibido un grupo específico de dimensiones de transformación; el objeto como mercancía, la ergonomía y eficiencia del objeto, las formas de producción, la estética intrínseca al objeto, la relación usuario-objeto-entorno y la innovación. Todas estas dimensiones son los temas a partir de los cuales se conforma la disciplina del diseño industrial.

Si bien es cierto que el pensamiento alrededor del objeto y la forma más adecuada para su materialización se forja de manera intensiva y con lineamientos relativamente claros al respecto desde los inicios y a la par de la revolución industrial, no es sino hasta la conformación de la Bauhaus en Alemania que se sientan las bases de lo que será en adelante el germen de desarrollo para diversos modelos de pensamiento y transmisión de conocimientos alrededor de la conceptualización y producción de objetos, como lo afirma Oscar Salinas:

La aportación más importante de esta escuela radica en la promoción que sus miembros hicieron del diseño industrial en el

---

<sup>10</sup> La sinergia es el resultado de la acción conjunta de dos o más causas, pero caracterizado por tener un efecto superior al que resulta de la simple suma de dichas causas.

extranjero, no sólo con sus obras sino también con sus escritos y sus presentaciones en foros públicos. (Salinas, 1992, pág. 110)

Los integrantes de la Bauhaus, una vez disuelta, se diseminaron por el mundo y llevaron consigo un modelo educativo que se trató de replicar en diversos países.

En Estados Unidos, la llamada Escuela de Chicago se vio influenciada directamente por Lazlo Moholy-Nagy, profesor y activo participante del famoso *Vorkurs*<sup>11</sup> de la Bauhaus (Salinas, 1992, pág. 149); si bien dicha escuela tuvo una duración no mayor a un año, Moholy-Nagy fundó en 1939 la School of Design que hoy en día es reconocida como el I.I.T. (Instituto Tecnológico de Illinois) (Salinas, 1992, pág. 150).

En Alemania, después de la segunda guerra mundial, encontramos la escuela Hfg en Ulm. Dicha institución fue dirigida en sus inicios por Max Bill quien se proponía retomar la labor de la Bauhaus. Para el año de 1956 Max Bill fue remplazado por Tomas Maldonado; bajo su dirección el *Vorkurs*, justificado en un principio “por la falta de preparación de los alumnos...pasó de ser un curso de requisito previo al inicio de la carrera, a integrarse con creciente grado de complejidad a lo largo de los cuatro años de formación, aplicándose directamente en diversos ejercicios de diseño.” (Salinas, 1992, págs. 170-171).

En Brasil, en 1963, se funda la ESDI (Escuela Superior de Diseño Industrial) “que se estructura con un plan de estudios similar al de la escuela de Ulm en Alemania” (Salinas, 1992, pág. 266).

---

<sup>11</sup> El *Vorkurs* fue el curso introductorio dentro de la escuela de la Bauhaus impartido en un principio por Johannes Itten.

En Argentina encontramos también rastros de la ideología de la Bauhaus (matizada por la Hfg de Ulm) en tanto que Tomás Maldonado participa de forma activa en la fundación y desarrollo del CIDI (Centro de Investigación del Diseño Industrial y Gráfico) en 1963 (Salinas, 1992, pág. 270).

En Chile, Las primeras manifestaciones de diseño industrial surgen dentro del gobierno de Salvador Allende a partir de un equipo de trabajo conformado por diseñadores provenientes de la Hfg de Ulm: Gui Bonsiepe, Werner Zemp y Michael Weiss, entre otros (Salinas, 1992, pág. 274).

En México, la presencia de Joseph Albers, alumno también de la Bauhaus, y Clara Porcet, quién también realizó estudios en Europa, influyeron para desarrollar el concepto de diseño industrial en nuestro país permeando conceptos e ideas provenientes de escuelas como la Bauhaus y la Hfg de Ulm. Cabe resaltar que particularmente estos diseñadores desarrollaron diseños en los cuales se percibía una identidad fuertemente vinculada con México.

El modelo educativo de la Bauhaus se fundamentaba en un concepto de la objetualidad como una herramienta de transformación de la sociedad, una herramienta que debe estar al alcance de todos. Su postura respecto a las capacidades y alcances de la producción industrial se hacía patente más en un sentido de la economía que de la ganancia y la forma más eficiente de obtener dicha economía era mediante la racionalización, particularmente de la forma. Los elementos fundamentales en la enseñanza de la disciplina del diseño industrial en la Bauhaus eran el reconocimiento de las posibilidades de diversos materiales como la cerámica, la tela, la madera y el metal así

como la sensibilización sobre la producción de formas a partir del dibujo y el diseño (Salinas, 1992, pág. 99).

Bajo estas características y de alguna manera desde esta óptica es que el diseño industrial comienza a desarrollarse en Latinoamérica. La pregunta obligada en este momento es: ¿Por qué, si se manejó desde un principio un modelo de enseñanza y de trabajo similar al utilizado en la Bauhaus o la Hfg de Ulm, no se lograron los mismos resultados? Aunque se trató de replicar las experiencias<sup>12</sup> propuestas desde la Bauhaus, la conformación de la Experiencia en los primeros alumnos en Latinoamérica fue distinta. Incluso aunque se hubiera logrado replicar Experiencias que percibieran el desarrollo de la objetualidad de la misma manera que en la Bauhaus o la Hfg de Ulm, las condiciones regionales, temporales y políticas jugaron un papel determinante en el desarrollo de la disciplina del diseño industrial en Latinoamérica para convertirse en lo que es hoy en día.

Siguiendo la línea histórica hasta ahora planteada, podemos fechar los inicios del diseño industrial en Latinoamérica alrededor de la década de 1940. Al revisar los textos compilados por Gui Bonsiepe y Silvia Fernández en la primera parte del libro “Historia del diseño en América Latina y el Caribe. Industrialización y comunicación visual para la autonomía” podemos dar cuenta de cómo en sus inicios el diseño industrial, de la mano del diseño gráfico, tuvieron un comienzo alentador (Bonsiepe & Fernández, 2008). Como generalidad podemos percibir que el desarrollo del diseño en Latinoamérica fue impulsado fuertemente por el estado que buscaba una plataforma de progreso tecnológico y desarrollo económico y percibía en el

---

<sup>12</sup> A reserva del tratamiento que se le da al concepto experiencia en el segundo capítulo, en adelante el término experiencia estará definido como aquellas vivencias significativas que influyen en el marco perceptual de las personas, a éste marco perceptual le llamaremos Experiencia.

diseño una actividad fértil para lograr dichos objetivos. Silvia Fernández por su parte afirma:

“El programa y los valores de la HFG de Ulm marcaron la influencia más fuerte en el origen del diseño en Latinoamérica, principalmente en aquellos países donde la consciencia del diseño como factor económico estaba más desarrollada, y en donde los políticos mostraban receptividad por la importancia del diseño en el proceso de industrialización y comercialización” (Fernandez, 2006, pág. 15)<sup>13</sup>

Desafortunadamente, expone Fernández, este proceso de desarrollo se vio frustrado debido al intervencionismo norteamericano mediante la CIA apoyado por la milicia local y los políticos conservadores. La imposición de políticas basadas en la privatización de empresas públicas y el endeudamiento ante organizaciones financieras internacionales, debilitó y sumió en la miseria a los países Latinoamericanos. Se impulsó también el consumo de bienes importados al grado del desmantelamiento de la base productiva (Fernandez, 2006, pág. 17).

Bajo este panorama, que se incrementó durante la década de los años noventa Fernández puntualiza cómo se vio afectada la disciplina del diseño tanto en el ámbito industrial como en el educativo debido al impacto de la globalización perfilando el panorama actual del diseño en Latinoamérica (Fernandez, 2006, págs. 16,17).

Por un lado, en la industria, el perfil del diseñador se modificó para hacer de su mercado el cliente, dejando de lado o en un segundo plano

---

<sup>13</sup> Traducción del autor

intereses sociales más amplios. La nueva demanda requería de especialización de la identidad corporativa, ante la cual compañías multinacionales impusieron nuevos estándares de comunicación mediática y presentación de los productos. En este periodo algunos de los argumentos que soportan la actividad del diseño son: la identidad corporativa, la diferenciación del producto, la competencia y la eficiencia entre otros, dejando una vez más de lado, el desarrollo social.

En el ámbito de la educación se destaca la imposibilidad de la mayoría de las instituciones educativas pioneras en el diseño para cumplir con las demandas de la industria. Estas instituciones promovieron la investigación escolarizada que llevó a una teoría repetitiva desvinculada de la práctica profesional. También se vieron imposibilitadas, debido al presupuesto, para incorporar equipo de cómputo; el sector privado aprovechó dichas circunstancias e incluyó temas de marketing y administración en su currículo. La falta de renovación en la planta docente de las instituciones públicas de educación genera una inercia contraria al proceso pedagógico de la Hfg. El sistema de méritos en las universidades da preferencias a los títulos de posgrado por sobre la experiencia profesional de tal forma que la “industria educativa” promueve la reinserción de los estudiantes en el sistema docente sin que cuenten con una experiencia laboral consistente.

Así, concluye Silvia Fernández que el diseño en Latinoamérica está fuertemente enraizado en el ámbito académico y no en la industria o en el ámbito de los negocios de tal forma que es incapaz de generar un impacto profundo en los ámbitos económico, social y cultural (Fernandez, 2006, pág. 17).

### **1.2.2. Identidad del diseño industrial latinoamericano.**

Juan Carlos Duque, quien en su tesis de maestría aborda el tema de la identidad del diseño industrial desde una perspectiva sociológica, argumenta que las diferencias que encontramos en el desarrollo del diseño industrial en Europa y en Latinoamérica se deben principalmente a la diferencia del contexto social en el que se desarrollaron. Duque parte del entendimiento de la identidad como la posible materialización de un ser en un ente determinados por un contexto.

Desde este modelo es que el autor analiza la identidad del diseño, la identidad de las sociedades latinoamericanas y la identidad que el diseño adopta en Latinoamérica, y define el ser del diseño industrial como “todo aquello que determina su carácter, su forma de actuar, su concepto como disciplina proyectiva, sus búsquedas y valores, lo que vamos a llamar concepto o teoría” (Duque, 2008, pág. 29). Así, las características fundamentales asignadas al ser de la disciplina del diseño industrial, de acuerdo con Duque, son la racionalidad cognitivo-instrumental, el capitalismo y la ética protestante (2008, pág. 38).

Si partimos de la premisa en que el diseño industrial tanto en Latinoamérica como en Europa comparten un mismo ser, es la diferencia de contextos lo que nos lleva a una materialización del ente distinta en Europa y Latinoamérica generando identidades de diseño industrial distintas en cada una de estas regiones.

Más aun, Duque reconoce en su investigación tres tipos de sociedades que conviven simultáneamente en los países latinoamericanos; la sociedad tradicional, la moderna y la global (2008, págs. 79-83). Dichas sociedades se presentan como el contexto dentro del cual se desenvuelve el diseño

industrial en Latinoamérica matizando su identidad de acuerdo a las pautas propuestas desde cada tipo de sociedad:

“En cada tipo de sociedad la relación de identidad cambia desde la óptica del diseño, en la tradicional la búsqueda de productos que respondan a necesidades del contexto local y a las características del ser generan un trabajo interno que será coherente aunque probablemente aislado y lento. En la sociedad moderna, la apertura a otras realidades sin perder el concepto de comunidad, la unidad del grupo social, hace que lo ente se acerque a ser altamente representativo del sistema interno de la identidad social, fortaleciendo la estructura ser-ente en el contexto. En la sociedad global, la desaparición de un marco contextual rígido para el cual se diseña, la primacía de la rapidez, simultaneidad y fluidez de capital, destruye la unidad nacional, comunitaria y social y propicia la actividad individual o por núcleos de intereses particulares que giran alrededor de acciones estratégicas orientadas en la búsqueda del dominio del capital, de los recursos naturales y humanos, por lo que el ente o producto será homogéneo, mas elaborado pero probablemente desarticulado conceptualmente con la realidad local de la sociedad tradicional...” (Duque, 2008, pág. 81)

Cuando el diseño se inserta en Latinoamérica, a mediados del siglo XX, lo hace apoyado e impulsado por gobiernos progresistas que buscaban un verdadero desarrollo social. Siguiendo los principios tanto de la escuela de la Bauhaus como la escuela de Ulm, el diseño industrial se perfila en este periodo como el medio idóneo para acercar a Latinoamérica a la modernidad. En este periodo el diseño industrial tuvo una etapa de auge gracias a la constante e intensiva vinculación con la industria, la difusión del diseño mediante publicaciones impresas y la organización de concursos y

bienales, además de un constante actuar para el desarrollo de las sociedades tradicionales en la búsqueda de su transformación hacia una sociedad modernizada. La meta era transformar las sociedades tradicionales en modernas y así disfrutar de las dulces mieles del capitalismo, que en ese momento, se perfilaba como el modelo de desarrollo ideal. Desafortunadamente las condiciones sociales de Latinoamérica no permitieron lograr dicha transición. Al respecto, Duque apunta:

“...la herencia colonial de esclavitud y servilismo, traducida en su etapa de naciones independientes en un campesinado y proletariado pauperizado, sumado a una oligarquía y burguesía carente de un sentido nacional lo suficientemente fuerte como para enfrentarse permanentemente con los ideales imperialistas de los países centrales, fueron las causas evidentes de un difícil camino hacia el progreso moderno.” (Duque, 2008, pág. 110)

El concepto de modernidad que tenía en mente la burguesía se enfocaba más en replicar el estilo de vida europeo y norteamericano, de tal forma que enfocaban su consumo en productos extranjeros. Por su parte, los grupos oligarcas, al frente del poder y de las decisiones nacionales, buscaban enriquecerse y, más que enfocarse en generar desarrollo en sus países, embelesados por las promesas de riqueza planteadas desde el esquema del neoliberalismo, apoyaron políticas impuestas desde el extranjero que, como ya se mencionó con anterioridad, llegaron al grado del desmantelamiento de la planta productiva en algunos países.

La racionalidad cognitivo-instrumental, intrínseca al ser del diseño industrial, controlada desde las sociedades globales en Latinoamérica lleva a una producción de diseño desarticulada que se contrapone a la racionalidad comunicativa, característica de las sociedades tradicionales en Latinoamérica, propiciando el retraso en el desarrollo de dichas sociedades tradicionales.

El capitalismo en Latinoamérica se desarrolló de una manera muy distinta a como se desarrolló en Europa o Estados Unidos. El capitalismo en Latinoamérica viene impuesto desde esos países; factores como la colonización en un principio y más tarde el intervencionismo económico como práctica habitual han frenado un verdadero desarrollo económico en los países latinoamericanos manteniéndolos bajo un esquema productivo precapitalista, que en la actualidad se percibe como un retraso en el desarrollo de la planta productiva, lo que conlleva a una participación desigual en la competencia dentro de los mercados globales.

Por último, la ética protestante frente a aquella derivada del catolicismo causa también un conflicto originado en la razón de existir del hombre en la tierra. Mientras que la ética protestante plantea la salvación mediante el desarrollo de la profesión designada por dios, el catolicismo plantea castigo y sufrimiento para aquellos que vayan en contra de lo establecido por el mandato divino (Duque, 2008, págs. 61-73), de tal suerte que el esquema de desarrollo y progreso derivado de un entendimiento de la vida como –el camino que el individuo es capaz de forjar para sí mismo- se ve contrapuesto ante un entendimiento de la vida como –el tránsito sobre un camino establecido. Si bien en sus inicios el diseño industrial empezó a marcar pautas propias de desarrollo, prontamente fue truncado por las circunstancias políticas que ya hemos mencionado.

Retomando la caracterización del diseño industrial antes expuesto por Silvia Fernández, y recurriendo a la conceptualización que Juan Carlos Duque construye respecto al diseño industrial, podemos afirmar que: desafortunadamente el diseño industrial en la mayoría de los países de Latinoamérica se ha desarrollado desde las sociedades globales con un franco olvido de las necesidades de las sociedades tradicionales. En otras palabras, el desarrollo del diseño industrial en la mayoría de Latinoamérica, si bien tuvo un periodo durante el cual se percibía como una herramienta de desarrollo social, prontamente fue impulsado y dirigido desde y para las élites capaces de pagar y dispuestas a consumir objetos con diseño dejando en el olvido uno de los componentes esenciales del ser de la disciplina del diseño industrial; el desarrollo social.

A manera de conclusión del presente apartado podemos afirmar que el diseño industrial en México, salvo algunas excepciones, se encuentra dirigido hacia la satisfacción de las necesidades de las élites capaces de consumir productos con diseño. Podemos caracterizar a dichas élites como insertas dentro de lo que Duque ha definido como las sociedades globales. Partiendo del concepto de *habitus*<sup>14</sup> de Pierre Bourdieu podemos localizar a dichas élites en un contexto dentro del cual sus tomas de posición y sus preferencias de consumo están influidas por contextos internacionales que se entienden como -la modernidad-. Así, el diseño en México ha buscado reproducir los patrones estéticos provenientes de otros países, particularmente los occidentales, para satisfacer la demanda de las élites dominantes y su necesidad o deseo de “ser modernos”. Ante dicha práctica los mismos diseñadores mexicanos hemos truncado la posibilidad de desarrollar

---

<sup>14</sup> Este concepto se explicará con mayor detalle en el segundo capítulo.

conceptos propios de “lo moderno” a la vez que nos hemos olvidado de las posibilidades de transformación social implícitas en la práctica del diseño de nuestra materialidad.

### **1.3. Práctica contemporánea del diseño industrial**

Hemos apuntado ya que el desarrollo del diseño industrial viene hermanado al desarrollo de la revolución industrial. Es desde este periodo, alrededor del siglo XIX, que se comienza a validar, por la misma naturaleza del ámbito en el cual se desarrolla el diseño industrial, el uso de métodos de proyectación como parte del acto de diseñar dentro del esquema productivo vigente. Debido a “la necesidad de controlar los cada vez más complejos sistemas productivos” (Rodríguez, 2006, pág. 22) el desarrollo y la inclusión de métodos para la proyectación de objetos se fue racionalizando desde el ámbito que en ese periodo había estado generado notables resultados; el ámbito científico. La proyectación de objetos para su producción industrial impuso “la necesidad de racionalizar y normalizar no sólo el dibujo, sino el proceso de diseño en general” (Rodríguez, 2006, pág. 22), de tal forma que para el siglo XX los métodos de diseño ya se encuentran cimentados en la práctica del diseñador.

En los inicios del siglo XX, Theo van Doesburg, miembro del grupo *De Stijl*, Muthesius, fundador del *Deutsche Werkbund* y Walter Gropius, director de la Bauhaus, coincidían en la necesidad de un sistema objetivo de trabajo y buscaban un racionalismo en la actividad proyectual del diseñador que fuera acorde con el pensamiento moderno el cual no aceptaba más “la espontaneidad

animal, el dominio de la naturaleza y la palabrería artística”<sup>15</sup>. El diseño, en este periodo “debía aceptar parámetros objetivos tales como la adaptación al medio ambiente, la función, la estandarización de los materiales, etc., buscando así liberar al diseño del caos ornamental, ...” (Rodríguez, 2006, pág. 23). Bajo estos preceptos es que nace el Funcionalismo, sin embargo, dichos métodos probaron ser insuficientes pues no lograban definir la totalidad de los problemas de diseño y así, la búsqueda de otros métodos más objetivos se fue encaminando hacia la ingeniería y el método científico (Rodríguez, 2006, pág. 23). La búsqueda de nuevos métodos más eficientes se fue permeando entre los diseñadores y ya en 1965 podemos encontrar conferencias en las cuales el tema principal era el método de diseño. (Rodríguez, 2006, pág. 23)

Luis Rodríguez, en su libro “Diseño: estratégica y táctica” plantea diversas causas, tanto exógenas como endógenas, que dan origen a los métodos de diseño en el ámbito del diseño industrial.

Como causas exógenas el autor plantea las de orden económico y las de orden tecnológico. Respecto a las causas de orden económico, debido a que el diseño industrial necesariamente está inserto dentro del desarrollo capitalista, se vuelve partícipe de la maximización de la ecuación costo/beneficio, por lo tanto se argumenta a favor de la necesidad de “una herramienta lógica que permita guiar y evaluar lo más objetivamente posible el proceso de diseño y sus resultados” (Rodríguez, 2006, pág. 15) con la finalidad de apoyar sus propuestas en “argumentos lógicos con una sólida base de factibilidad económica” (Rodríguez, 2006, pág. 15). En cuanto a las causas de orden tecnológico, debido al constante desarrollo exponencial de la tecnología, la toma de

---

<sup>15</sup> G.Naylor citado en (Rodríguez, 2006, pág. 22)

decisiones por parte de los diseñadores se vuelve cada vez más compleja. Cada vez existen más variables a tomar en consideración y los métodos se vislumbran entonces como una herramienta decisiva para la toma de decisiones. En palabras de O. Olea y C. González Lobo:

“A medida que se incrementa el grado de colaboración humana requerida en la elaboración de un proyecto, aumenta proporcionalmente la necesidad de formular métodos de trabajo que faciliten al máximo la colaboración y ayuden a traducir a un lenguaje único los miles de datos y propuestas que provienen de diversos campos del diseño por una propuesta aparentemente aislada”<sup>16</sup>

Luis Rodríguez resalta también, la creciente complejidad en los problemas a los que se enfrenta el diseñador, la conveniencia pedagógica, el apoyo psicológico y la búsqueda de un status académico como las principales causas de orden endógeno que han llevado a los diseñadores a apoyarse fuertemente en los métodos de diseño (Rodríguez, 2006, págs. 17-21).

Las problemáticas a las que se enfrenta el diseñador son cada vez más complejas puesto que las necesidades a resolver también lo son. Es evidente que desde la modernidad las formas que hemos adoptado para relacionarnos con el medio se han ido complejizando cada vez más; las expectativas sobre formas de vida específicas y sobre la calidad de vida son cada vez más diversas y muchas veces contradictorias. El diseñador se encuentra entonces ante un panorama amplísimo de necesidades que si bien en su origen pueden ser comunes y la misma, en su expresión particular pueden ser extremadamente diversas multiplicando así de manera exponencial las variables sobre las cuales debe trabajar. De igual forma, ante una reciente

---

<sup>16</sup> O. Olea y C. Gonzalez Lobo, citado en (Rodríguez, 2006, pág. 16)

“conciencia clara sobre el valor que la actividad proyectual tiene en el contexto social” (Rodríguez, 2006, pág. 18), se vuelve evidente la necesidad del diseñador de concentrar su atención ya no sólo en los aspectos formales y de producción, sino también en el papel que dichos objetos toman en un contexto social específico. Ciertos estilos de vida exigen la comodidad total sin importar el costo ambiental que devenga su consumo, por otro lado, grupos ambientalistas urgen a las empresas para que adquieran una ética ecológica que disminuya el impacto de su actuar sobre el medio ambiente, así el diseñador debe ser capaz de resolver tales tipos de conflictos. Los diseñadores deben trabajar cada vez más con más información y los métodos se vislumbran entonces como la herramienta idónea para la organización de información y toma de decisiones.

También, debido a la formación del diseñador desde los métodos, éste busca siempre reconocer una estructura común ante los problemas a los que se enfrenta; lo que se traduce en la búsqueda del método idóneo para aproximarse a dicha estructura, que en el fondo se trata de percibir como única para cualquier problema.

Además los métodos han servido a los diseñadores como apoyo psicológico para dar el “salto al vacío”, definido por Luis Rodríguez como:

“El momento en el que el diseñador crea formas que pretenden dar solución a una demanda verbal, ese momento en que queda solo frente a un papel en blanco y en su mente dan vueltas diversas informaciones, en ocasiones opuestas, y hay que dar una forma que las resuelva.” (Rodríguez, 2006, pág. 20)

Por último, tenemos la búsqueda de un estatus académico. El hecho de fundamentar el hacer del diseñador en un método, que de alguna manera se basa en el método científico, le da validez y credibilidad al diseño y es posible “dar explicaciones de por qué un proyecto ha llegado a determinadas soluciones y no a otras”<sup>17</sup>. Así, a través del uso de algún método es posible justificar las decisiones de diseño que de otra manera podrían parecer arbitrarias.

Debido a estos factores es que se han desarrollado diversos métodos en el ámbito del diseño industrial. Dichos métodos, apunta Luis Rodríguez, se pueden clasificar dentro de tres tendencias:

“1) Una tendencia buscaba la manera de utilizar computadoras en el proceso de diseño. En esta corriente se distinguieron los trabajos de Asimow, Alexander, Archer y Simon. En México se destaca particularmente el trabajo de Olea y González Lobo.

2) La corriente de la “creatividad”, que tiene sus raíces en técnicas como la “lluvia de ideas”, “la sinéctica” y el “pensamiento lateral”, en ésta se destacan los trabajos de Osborn, Adams y De Bono

3) Por último, está la que podemos considerar la corriente central, que además ha sido la de mayor impacto en nuestro país. Se destacan autores como Jones, Broadbent, Bafnall, Archer, Asimow, Maldonado, Gugelot y en México, Olea y González Lobo, así como un grupo de profesores de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Azcapotzalco, entre otros” (2006, págs. 23-24)

En síntesis podemos hablar de los métodos de diseño como aproximaciones para resolver problemas de diseño desde el ámbito de la

---

<sup>17</sup> G. Selle citado en (Rodríguez, 2006, pág. 21)

planificación de primera generación caracterizada por la aplicación secuencial de una serie de pasos o etapas que a grandes rasgos podemos enumerar de la siguiente forma: 1) Comprensión del problema. 2) Recopilar información. 3) Analizar la información. 4) Generar alternativas. 5) Evaluar las soluciones. 6) Implementación. 7) Probar. 8) Modificar si es necesario y aprender para una siguiente oportunidad. (Rittel, 1972)

Podemos observar entonces cómo los métodos se han permeado, formalizado y desarrollado ampliamente en la práctica del diseño industrial principalmente por una necesidad de ordenar, organizar y evaluar la información necesaria para llegar a la solución material más adecuada tratando de equilibrar las tensiones entre los requerimientos y las posibilidades del proyecto. Sin embargo, es evidente que cada vez es más fácil recopilar información y cada vez hay que tomar en cuenta más elementos dentro del proyecto de diseño y, si bien en un momento los métodos eran prácticos para la cantidad de información que se podía tomar en cuenta, en la actualidad los métodos de diseño son insuficientes por sí mismos.

Si ponemos atención al espacio social y económico dentro del cual se desarrolla el diseño a través de los métodos: el capitalismo y la modernidad, y observamos cómo en la actualidad esos espacios son totalmente diferentes; hoy hablamos ya de neoliberalismo y la posmodernidad, y además reconocemos en el diseño un elemento fundamental de la economía y el desarrollo social, entonces resulta coherente explorar nuevas posturas de trabajo para el diseñador. Nuevas posturas que sean más congruentes con las nuevas realidades a las que se enfrenta el diseñador.

#### **1.4. Propuesta alternativa a los métodos de diseño.**

La complejización de nuestro desarrollo material y con ello la creciente inundación de información, fueron unas de las tantas causas que impulsaron el desarrollo de los métodos de diseño, sin embargo los métodos de diseño no nos han permitido explorar la verdadera complejidad de las situaciones de diseño. La desventaja de los métodos de diseño radica en que buscan acotar el problema de diseño dentro de un espacio imparcial, objetivo, demostrable y práctico de tal forma que, como en todo experimento científico, se busca eliminar las variables sobre las que no se tiene control o se considera que tienen poca injerencia sobre el problema. Como consecuencia, el problema de diseño se acota y se limita desde su planteamiento, desechando posibles espacios de exploración del problema y con ello la percepción de variables que aunque en un principio parezcan irrelevantes pueden llegar a ser fundamentales.

Autores como Charles L. Owen , Kees Dorst y Nigel Cross entre otros, afirman que la verdadera naturaleza de los problemas de diseño es la misma de los problemas “perversos”<sup>18</sup> y, hasta el momento, los problemas de diseño se han tratado como problemas estructurados, buscando así métodos generales que permitan dar solución a una diversidad de problemáticas de diseño. Se argumenta entonces, que resolver los problemas de diseño desde

---

<sup>18</sup> Término introducido por Horst Rittel en 1972 (Rittel, 1972) para diferenciar un tipo específico de problemas de aquellos que se categorizan como “bien estructurados”

el paradigma de los métodos es inadecuado. En su lugar Kees Dorst plantea una aproximación al diseño como una -práctica discursiva- (Dorst, Design Problems and Design Paradoxes, 2006)

Para llegar a una mejor comprensión del planteamiento que hace Dorst, a continuación hare explícitas las diferencias entre los problemas perversos y los problemas estructurados de acuerdo con Rittel.

Horst Rittel caracteriza los problemas perversos reconociendo varias propiedades en ellos en contraposición a los problemas estructurados o, como él los llama, problemas domesticables:

1. “El problema domesticable (...) puede ser formulado exhaustivamente de modo escrito en una hoja de papel que puede ser entregada a un experto quien eventualmente lo solucionará sin necesitar información adicional. (...) Los problemas perversos no se pueden formular exhaustivamente”.
2. “La formulación del problema perverso corresponde al estado de la solución y viceversa. (...) entender el problema es lo mismo que resolverlo. Cada estado del problema implica un estado de la solución. Esto es muy distinto a los problemas domesticables, donde una cosa es el problema y otra es la solución”
3. “No existe una regla de detención para los problemas perversos. (...) siempre puede tratar de hacerlo mejor”.
4. “Dada la solución a un problema domesticable Ud. Puede probarla asignándole los atributos correcto o falso indicando las equivocaciones y los errores. Esto no es así en los problemas perversos (...) Solo podemos decir que esto es bueno o malo en diversos grados y posiblemente de diferente manera para distintas personas”
5. “Para problemas domesticables existe una lista exhaustiva de operaciones permitidas (...) Pero es diferente con los problemas perversos. No existe una

lista exhaustiva y enumerada de operaciones permitidas; todo opera por principios éticos y de fantasía”

6. “Un problema puede ser considerado como una discrepancia en cuanto lo comparo con la imagen de lo que debería ser. La próxima consideración en problemas de éste tipo es preguntar ¿Y porque no es como debería ser? Y busca una razón para la discrepancia, la causa y la explicación. Y la dificultad es que en problemas perversos hay muchas explicaciones para la misma discrepancia y no existe ninguna prueba que permita descubrir cuál de las explicaciones es la mejor. (...)Dependiendo de que respuesta haya escogido para la discrepancia, la solución va a conducirlo en diferentes direcciones (...) La dirección en que vaya la solución depende en primer lugar de la solución”
7. “Todo problema domesticable tiene cierta forma natural, y no existe ningún motivo para cuestionarse por ejemplo el nivel del problema. Sin embargo, todo problema perverso puede ser considerado como un síntoma de otro problema.”
8. “La solución a un problema se puede corroborar. Para un problema perverso no existe una corroboración inmediata ni una final.”
9. “Existen soluciones prototípicas para cada clase de problemas domesticables. (...) Cada solución a un problema perverso es una operación de <<un tiro>>.”
10. “Cada problema perverso es esencialmente único.”<sup>19</sup>

Partiendo de la caracterización de los problemas de diseño como problemas perversos es necesario buscar nuevas formas de aproximación a las soluciones de los mismos, formas que no estén asentadas en el paradigma de los métodos de diseño. En esta búsqueda Dorst y Cross,

---

<sup>19</sup> Extractos de la traducción hecha por Andrés Weil P., profesor de Arquitectura en la Universidad de Chile, al texto “On the planning Crisis: Systems Analysis of the <<First and second generations>> por Horst Rittel.

mediante un estudio empírico comienzan por describir el proceso de diseño como una co-evolución del problema de diseño y la solución de diseño:

“El diseño creativo se asemeja más a un asunto de desarrollar y refinar juntos, tanto la formulación de un problema como las ideas para una solución, con constantes iteraciones de procesos de análisis, síntesis y evaluación entre los dos <<espacios>> teóricos de diseño -el espacio del problema y el espacio de la solución.”<sup>20</sup> (Dorst, 2006, pág. 10)

Desde esta perspectiva, el diseñador busca generar una pareja compatible entre el espacio del problema y el espacio de las soluciones y va, en un proceso gradual, empatando tanto la percepción del problema como la proyectación de la solución hasta que encuentra un puente que une una percepción del problema con una solución. (Dorst, 2006, pág. 10). Al percibir el proceso de diseño de esta manera, Dorst concluye que no debemos presuponer que exista algo como un problema de diseño definido en cualquier parte del proceso de diseño. (Dorst, 2006, pág. 10). Así, si no podemos hablar de un problema de diseño, ¿qué utilidad tiene el proceso de solución de problemas?

En su lugar Dorst propone una aproximación desde la -solución situada de problemas-, desde esta perspectiva, es necesario asumir dos cambios importantes en nuestro punto de vista:

- 1) La percepción del problema de diseño se da desde el punto de vista del diseñador y la situación de diseño. Debemos también lidiar con la vaguedad y subjetividad inherente a las acciones y decisiones de

---

<sup>20</sup> Traducción propia

diseño locales. El problema de diseño como tal no existe, el problema de diseño es una amalgama de diferentes problemas centrados en un desafío propuesto en un *brief* de diseño. (Dorst, 2006, pág. 11)

- 2) Para la mayor parte del proceso de diseño los pasos para resolver problemas son bastante lógicos, rutinarios e implícitos. Los problemas aparecen ante las rupturas de dicho proceso- las situaciones críticas de diseño- (Dorst, 2006, pág. 11)

También propone Dorst, tomando como referencia el trabajo de Hatchuel, que el diseño no puede ser considerado tan solo como un proceso de resolución de problemas. Hatchuel marca tres diferencias entre la resolución de un problema y una situación de diseño:

“ a) La situación de diseño incluye la expansión inesperada de los conceptos en que se demarco la situación inicial. Esto convierte el proceso de solución en un proyecto en lugar de un problema.

b) Una segunda diferencia es que la situación de diseño requiere el diseño y uso de mecanismos de aprendizaje para llegar a una solución

c) Finalmente, al diseñar, el entendimiento y el diseño de las interacciones sociales es parte del proceso de diseño en sí mismo.”<sup>21</sup> (Dorst, 2006, págs. 12-13)

“Para Hatchuel, el proceso de diseño incluye resolución de problemas, pero no puede ser reducido tan solo a la resolución de problemas. El afirma que cualquier modelo o

---

<sup>21</sup> Traducción propia

método descriptivo que reduzca el diseño a la resolución de problemas está atado a perder aspectos importantes de la actividad del diseño.”<sup>22</sup> (Dorst, 2006, pág. 13)

Desde estas afirmaciones Dorst reflexiona sobre la noción del problema de diseño pues, si un problema de diseño no es conocible en ningún momento y las connotaciones de los conceptos a partir del cual se plantea el problema de diseño cambian durante el proceso de diseño, entonces es necesario reconsiderar el uso del término <<problema de diseño>>. (Dorst, 2006, pág. 13)

Para encontrar una alternativa al uso del término problema de diseño Dorst propone una nueva concepción que se centra en los términos paradoja y discurso

El significado que Dorst adopta para el termino paradoja es el de una “aseveración compleja que consiste de dos o más aseveraciones en conflicto, todas las aseveraciones que componen la paradoja son verdaderas o válidas, pero no pueden combinarse”<sup>23</sup> (Dorst, 2006, pág. 14). Una paradoja, de acuerdo con Dorst, requiere de una redefinición de la situación problemática para llegar a una solución. Así, siguiendo este argumento Dorst afirma que “la creación de soluciones para una situación paradójica de diseño usualmente requiere el desarrollo y redefinición creativa de la situación” (Dorst, 2006, pág. 14)

Seguido de esta definición Dorst propone el uso del término discurso como aquellas aseveraciones que entran en conflicto y generan la paradoja. Dichos discursos pueden ser los mismos cuerpos de conocimiento a los que debe atender el diseñador durante el desarrollo de un diseño, y pueden ser

---

<sup>22</sup> Traducción propia

<sup>23</sup> Traducción del autor

también los intereses de los accionistas involucrados en el proyecto, de tal forma que la creación de una solución a la situación paradójica de diseño se convierte en un proceso social.

Desde estos dos conceptos Dorst concluye con una definición de diseño como un mediador de discursos en conflicto. Para tales fines el diseñador necesita en primer lugar, observar la situación desde un espacio ajeno a todos los discursos en conflicto, y basado en un claro entendimiento de tales discursos así como la experiencia previa ante situaciones paradójicas se generan soluciones que habrán de evaluarse desde cada discurso pertinente. Así la situación paradójica sirve de espacio común tanto para generar como para evaluar diferentes alternativas de solución a la paradoja misma.

De esta manera Dorst nos propone un modelo de trabajo que no se encuentra asentado en un método de diseño, ni siquiera se percibe el problema de diseño como tal. En su lugar el problema de diseño es más bien una situación de diseño en donde entran en conflicto diferentes posturas, discursos o ideologías y el trabajo del diseñador es generar alternativas que unifiquen las posturas, discursos o ideologías en conflicto.

Desde mi perspectiva considero que el problema con los métodos de diseño que parten del paradigma racional, es que éstos se enfocan principalmente en las causas, dejando de lado las consecuencias. Los métodos asentados en el paradigma de la racionalidad, como el utilizado en las ciencias exactas, tienen por finalidad comprender las causas de cualquier fenómeno para así poder replicarlo a través de un modelo experimental o prototipo. En el campo del diseño industrial, estos métodos dirigen la

práctica del diseñador a la discusión de las formas más eficientes de producción, distribución y consumo de la materialidad (causas del objeto de diseño industrial) y así las decisiones que se deben tomar durante el desarrollo de la solución, se toman, generalmente, desde estos ámbitos. Sin embargo poco se reflexiona o se toma en verdadera consideración las consecuencias de la solución propuesta y mucho menos en las consecuencias de las consecuencias de la solución propuesta. Es evidente que las capacidades industriales de nuestra era nos han llevado a una inminente saturación de materialidad y en el proceso de su producción se han desatado enormes consecuencias; consecuencias sociales, políticas, económicas y medioambientales.

Por el otro lado, una propuesta de solución a problemas de diseño basado en la solución situada de problemas, nos permite una comprensión más general de la problemática y sus consecuencias. Bajo este esquema las decisiones de diseño no tienen por qué estar restringidas o privilegiadas desde la evaluación de la eficiencia. Bajo este modelo las decisiones de diseño se deben evaluar desde todos los discursos interesados y afectados por la problemática.

Considero entonces que, si bien en el pasado los métodos fueron una herramienta adecuada para diseñar, hoy en día es necesario ampliar el panorama de los métodos y explorar nuevas dinámicas de trabajo para el diseñador, nuevas dinámicas que permitan un estudio mucho más comprensivo y consiente sobre las consecuencias de la producción material.

Personalmente creo que la propuesta de Dorst puede acercarnos o ampliar nuestro espectro de evaluación de soluciones para incluir tanto las causas como las consecuencias de las decisiones tomadas durante el proceso de diseño pues, desde este planteamiento es posible mediar las diversas posturas o discursos convergentes en una situación de diseño sin privilegiar las causas sobre las consecuencias. La propuesta de Dorst puede ayudarnos, de acuerdo con el modelo de objeto que hemos propuesto con anterioridad, a conceptualizar modelos más equilibrados y adecuados a contextos diversos.

## 2. El ser humano, los objetos y su percepción del entorno

### 2.1. Experiencia y experiencia

La experiencia, en términos coloquiales, presenta dos acepciones. La experiencia como el evento en el cual interactuamos con un medio particular que de alguna manera deja una marca en nuestra memoria que queda asociada a nuestros

sentimientos y sensaciones; bajo esta acepción encontramos frases como: “¡Que experiencia tan maravillosa he vivido!” o “esa experiencia no se la deseo a nadie.” La segunda acepción, bajo la cual encontramos frases

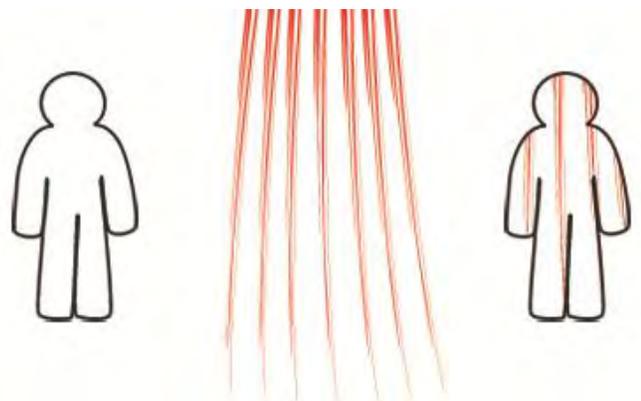


Ilustración 1. La participación en una experiencia conlleva un cambio que se refleja en la Experiencia

como: “SE SOLICITA DISEÑADOR CON EXPERIENCIA” o “Ella tiene la experiencia para...” se puede entender como una capacidad o habilidad específica adquirida a lo largo del tiempo para enfrentarse ante tal o cual situación de manera exitosa. El vocablo experiencia se presenta entonces como una acción (vivir una experiencia) o como una cualidad obtenida mediante la acción (tener experiencia para...) <sup>24</sup>. De esta doble significación podemos definir, como primera aproximación, a la Experiencia (con mayúscula) como aquello que se adquiere mediante la experiencia (con minúscula) o, la experiencia como aquello que conforma la Experiencia. Ya sea que partamos del acto como dador de cualidad o la cualidad como consecuencia del acto, habrá que recalcar la naturaleza del cambio en la cualidad derivado del acto o la participación de un acto en sí.

Para profundizar en la caracterización de nuestro concepto Experiencia/ experiencia me referiré a Humberto Maturana quien, al hablar sobre la biología de la experiencia estética, presenta cinco rasgos fundamentales de los sistemas autopoieticos (Maturana, 1996, págs. 43-45); a continuación retomo cada uno de éstos puntos con la finalidad de aclarar la naturaleza y posibilidades del cambio en los seres vivos:

1. “... y nada externo a ellos [los sistemas vivos] puede especificar o determinar qué cambios estructurales experimentan en una interacción; un agente externo, por lo tanto, puede sólo provocar en un sistema vivo cambios estructurales determinados en su estructura” (Maturana, 1996, pág. 43)

---

<sup>24</sup> Ante esta doble significación, me referiré a la primer acepción como “experiencia” y a la segunda como “Experiencia” con mayúscula.

El cambio está determinado por la naturaleza de la estructura del sistema. Ningún evento nos puede cambiar sino dentro de nuestros límites estructurales. No hay evento alguno que nos pueda modificar fuera de la naturaleza de nuestras propias capacidades de cambio como el sistema vivo humano que somos. No importa que tan enojados estemos jamás nos “volveremos chango”<sup>25</sup>, el cambio tiene límites estructurales.

2. “los sistemas vivos existen en interacciones recurrentes en un medio que provoca en ellos cambios estructurales determinados... los sistemas vivos siguen siendo sistemas vivos mientras conservan su autopoiesis y su relación de adaptación al medio, en una relación de congruencia con él, en coherencia con su dinámica de interacciones” (Maturana, 1996, pág. 43)

El cambio es constante debido a las interacciones recurrentes, debido a nuestra participación en eventos. El cambio deviene de nuestra constante necesidad de adaptación al medio para conservar nuestra autopoiesis. El cambio deviene de una constante necesidad de adaptación.

3. “Los cambios anatómicos y fisiológicos que ocurren en el sistema vivo, tanto como el resultado de su dinámica interna y como resultado de sus interacciones, determinan su forma de encuentro con el medio y, en consecuencia, el curso que siguen las interacciones” (Maturana, 1996, pág. 44)

Todo cambio, ya sea a nivel anatómico o fisiológico, va determinando la forma en la que nos relacionamos con el medio. Un cambio define y guía los futuros cambios y acciones.

---

<sup>25</sup> Expresión de algunas regiones del sur de México para denotar un verdadero enojo.

4. “Las diferentes clases de sistemas vivos viven de manera diferente” (Maturana, 1996, pág. 44)

Cada clase de sistemas vivos, por el puro hecho de ser sistemas diferenciados viven de manera distinta; no todas las clases de sistemas vivos perciben la realidad de la misma manera.

5. “el organismo y el medio cambian juntos de manera congruente o el organismo se desintegra.” (Maturana, 1996, pág. 45)

El cambio debe ser congruente con el medio. En el caso de los seres humanos, hemos logrado adaptarnos al medio, paradójicamente, mediante la adaptación del medio a nosotros.

Ante esta caracterización del cambio inherente a los sistemas vivos podemos hablar de la experiencia como aquel evento en el cual hemos participado activa o pasivamente cuya consecuencia se refleja en un cambio; un cambio constante y permanente surgido del continuo participar en eventos. Un cambio que, por ser nosotros sistemas vivos autopoieticos<sup>26</sup>, se presenta bajo las características específicas del sistema vivo que somos en congruencia con la naturaleza del medio en el cual vivimos. La Experiencia por su parte es consecuencia de la acumulación de los cambios producidos, tanto a nivel anatómico como fisiológico, ante el constante flujo de experiencias en una constante transición hacia la congruencia con su medio. La Experiencia, por lo tanto, es el reflejo de la estructura construida como consecuencia de las experiencias vividas.

---

<sup>26</sup> Maturana y Varela, 1972, 1983, y Maturana 1973; referencia en “La Realidad: ¿Objetiva o construida? I. Fundamentos biológicos de la realidad.” 1996 pg. 43-

Los cambios estructurales; fisiológicos y anatómicos, incluyen cambios en el sistema nervioso; el cerebro, como parte del sistema nervioso, también cambia. Uno de los constantes cambios se da en el nivel de las sinapsis; las neuronas fortalecen o debilitan sus conexiones, y con ello cambia nuestro entendimiento, nuestra percepción del mundo.

El aprendizaje es la más contundente prueba del cambio sufrido como consecuencia de la vivencia de alguna experiencia. Para aprender a reconocer un fonema de otro, el estudiante de idiomas debe estar ante una constante experimentación de los sonidos característicos del idioma, debe “entrenar a su oído”, debe exponer su sistema auditivo a la experiencia del sonido del idioma para estructurar sus sinapsis a la manera específica que le permitirá distinguir un fonema de otro, debe configurar su Experiencia. Si no se logra la configuración adecuada de sinapsis, seremos incapaces de reconocer diferencias sutiles en los fonemas. Estas sutiles diferencias fonéticas nos pueden provocar experiencias sustancialmente diferentes.

Tomando en cuenta que las experiencias producen cambios a nivel anatómico y fisiológico en todos nuestros subsistemas, podemos afirmar que estos cambios afectan, entre otros al sistema nervioso; sistema a través del cual percibimos nuestro entorno y los eventos que en él se producen. Un cambio en nuestro sistema nervioso se reflejará en un cambio en nuestra manera de percibir; la Experiencia se torna entonces en la manera particular que tenemos de percibir el medio y por lo tanto nuestra manera de reaccionar ante los eventos que en él nos suceden.

Reflexionando sobre el tercer punto mencionado anteriormente y la caracterización que Maturana hace de los cambios estructurales de cualquier organismo, así como los cambios estructurales de su sistema nervioso como “una historia de desencadenamientos de cambios estructurales, no como una historia de eventos” (Maturana, 1996, pág. 54) podemos deducir también la naturaleza única de la Experiencia.

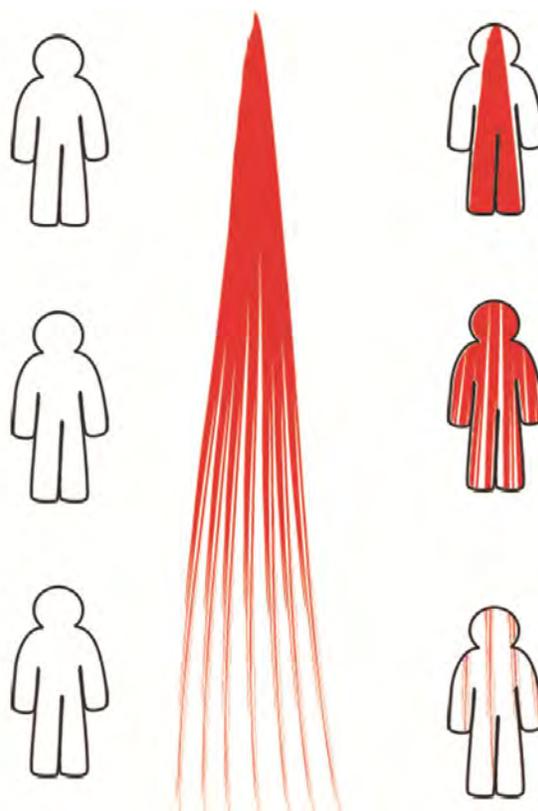


Ilustración 2. La misma experiencia afecta de manera particular a cada individuo

Aunque se comparta el mismo evento, la experiencia es única y diferente para cada individuo que lo comparte, pues al ser la Experiencia de cada uno de ellos diferente, el mismo evento tendrá diferentes impactos en el sistema nervioso de cada individuo debido al “desencadenamiento de cambios estructurales” y en consecuencia, interpretaciones diferentes, generar cambios diferentes en cada individuo, marcando así una diferencia estructural entre las Experiencias de los individuos. Incluso algo tan fundamental como la ubicación espacial o temporal ante un evento, provoca la aproximación de una manera muy distinta entre los individuos que en él participan. Como dos seres vivos no pueden ocupar el mismo espacio al mismo tiempo, la ubicación temporal o espacial siempre es única y por lo

tanto la aproximación al evento también. La experiencia siempre es única y como consecuencia la Experiencia también. (III. 2)

Así, para el presente trabajo de investigación definiremos la Experiencia como la configuración fisiológica y anatómica única de cada individuo a partir de la cual percibimos la realidad. La Experiencia se conforma desde las restricciones específicas de cambio del sistema vivo que somos, cambios que son producidos por el constante actuar<sup>27</sup> ante la multiplicidad de eventos en los cuales participamos.

La forma en la que entendemos nuestro entorno y todo lo que nos sucede está determinada por la estructura específica que toma el sistema vivo que somos. La forma que toma nuestra Experiencia como consecuencia de las condiciones particulares en las que vivimos experiencias determina nuestra percepción de la realidad.

## **2.2. Experiencia, cultura y estilos de vida**

### **2.2.1. Experiencia y Cultura**

En el apartado anterior, al definir nuestro concepto de experiencia/Experiencia hemos afirmado que la Experiencia particular de un individuo permea su percepción de la realidad, o en otras palabras, que la percepción que un individuo tiene de la realidad está definida por la particular configuración de su Experiencia.

---

<sup>27</sup> Incluso el no actuar es una forma de participación.

En el presente apartado buscamos definir la cultura como una configuración particular de Experiencia compartida por un grupo humano; dicha Experiencia se construye mediante la inmersión o exposición a diversas experiencias específicas.

Maturana define a las culturas como “...redes cerradas de conversaciones. En consecuencia, una cultura, como linaje, está definida y constituida por una red cerrada particular de conversaciones que se conserva en la vida de los seres humanos que la realizan.” (Maturana, 1996, pág. 52). Dichas conversaciones nos llevan a estructurar nuestra Experiencia en formas particulares, lo que genera, de acuerdo con Maturana, espacios psíquicos diferentes, los cuales “ocasionan maneras diferentes de tocar, de oler, de ver, de emocionarse, de reaccionar, de moverse, de crecer, de levantarse...” (Maturana, 1996, pág. 55). Las diferencias en estas formas de relación son lo que nos permite distinguir entre culturas diferentes, o familias, o clases.

Geertz, por su parte, en su libro *La interpretación de las culturas* define a la cultura como:

“...un esquema históricamente transmitido de significaciones representadas en símbolos, un sistema de concepciones heredadas y expresadas en formas simbólicas por medios con los cuales los hombres comunican, perpetúan, y desarrollan su conocimiento y sus actitudes frente a la vida.” (Geertz, 2005, pág. 88)

Entiendo en la definición de Geertz a las significaciones como las formas particulares de asignación de sentido a los símbolos. La manera en la que un significado particular se asocia a un símbolo tiene que ver invariablemente con la percepción del mismo (Experiencia) y las circunstancias (experiencias)

en las que percibimos tal o cual símbolo, de tal manera que, desde la perspectiva de Maturana, la significación se produce desde las condiciones particulares en las que percibimos el símbolo; desde la red cerrada de conversaciones de la cual somos partícipes al vivir dentro de una cultura que nos lleva a participar de un espacio psíquico particular. La Experiencia se conforma a partir de la percepción particular de los símbolos implícitos y partícipes de la experiencia desde un conjunto de significaciones compartido pero único y en constante cambio ante la interacción con el constante flujo de experiencias.

En palabras de Naomi Quin y Claudia Strauss, un significado cultural es “la interpretación típica, recurrente y ampliamente compartida de algún objeto o evento, evocada en cierto número de personas como resultado de experiencias de vida similares (p.6)”<sup>28</sup> En esta definición habrá que resaltar la relación entre la percepción y la interpretación para poder afirmar que la percepción es inherente a la estructura de una Experiencia que comparte ciertas estructuras en común con otras Experiencias por el hecho de compartir experiencias de vida similares. Es decir, las Experiencias se vuelven estructuralmente parecidas por la provocación recurrente y compartida de las experiencias<sup>29</sup> y es la reproducción de éstas lo que permite la reproducción de las estructuras que determinan nuestra percepción y con ello determinan un estilo de vida que incita a la vivencia de experiencias específicas.

Cuando Geerts habla de los “medios con los cuales los hombres comunican, perpetúan, y desarrollan su conocimiento y sus actitudes frente a la vida”, entiendo

---

<sup>28</sup> Citado por Gilberto Giménez en “Identidad y Cultura”, 2006.

<sup>29</sup> Al hablar de *las experiencias* estoy haciendo referencia a una experiencia específica cualquiera que ciertamente provoca un cambio estructural.

entonces que esos medios provocan una inclinación hacia aquellas condiciones particulares que reproducen experiencias específicas compartidas, y como consecuencia la conformación de las Experiencias, comunes y diferentes. En estas Experiencias es donde se plasman las formas de comunicar, perpetuar y desarrollar su conocimiento y sus actitudes ante la vida.

Las experiencias compartidas unifican nuestra percepción y al mismo tiempo marcan la diferencia ante otras percepciones, y como consecuencia unifican y diferencian nuestras actitudes frente a la vida. La experiencia compartida genera Experiencias comunes, la similitud en las Experiencias da cohesión a los grupos de seres humanos en tanto que se comparte la misma percepción de la realidad y con ello se comparten formas de acción y expresión. Las formas de acción y expresión compartidas, motivadas desde un mismo conjunto de significaciones, son los elementos mediante los cuales nos identificamos como parte de una cultura e identificamos a aquellos que pertenecen a otra cultura. Las condiciones particulares bajo las cuales se viven las experiencias comunes conforman Experiencias más o menos comunes y más o menos diferentes, ayudando a la identificación y a la diferenciación colectiva e individual; la identidad colectiva (cultura) y la identidad individual (estilo de vida) que, paradójicamente, sólo puede construirse en la colectividad.

Hasta aquí he argumentado a favor de una postura que nos permite plantear al ser humano como un actor que percibe la realidad mediante una Experiencia (estructura) de una manera específica. Esta Experiencia se conforma como reacción ante experiencias específicas vividas (rituales,

costumbres, tradiciones), inducidas por el o los grupos culturales en los que el ser humano se desenvuelve construyendo así en cada uno de los individuos una Experiencia más o menos común que les permite entender la realidad de una manera similar, logrando así grupos de individuos que se identifican como iguales entre sí pues su entendimiento y por ende su forma de actuar ante ciertas experiencias es más o menos la misma, grupos de individuos que comparten la misma cultura. También, debido al pequeño diferencial ocurrido por la forma única en la que se vive la experiencia, se conforman Experiencias que, si bien son muy parecidas, al mismo tiempo son diferentes provocando así un sentimiento de individualidad sin ser ajeno.

Podemos afirmar también que la forma de percibir la realidad depende de la cultura en la que uno se desenvuelve; depende de las experiencias que uno vive; depende de las experiencias que uno decide vivir. Las decisiones que tomamos dependen de la forma en la que percibimos la realidad, dependen de nuestra Experiencia y por consiguiente dependen de las experiencias que vivimos. Entramos así en un ciclo dentro del cual las experiencias vividas modelan nuestra Experiencia que nos induce a decidir sobre la siguiente –experiencia- que queremos vivir.

La repercusión más importante del argumento anterior es el entendimiento del ser humano como un actor en constante cambio que es capaz de modificar (y no se escapa a la modificación de) su percepción de la realidad mediante la vivencia de experiencias. Además podemos hablar desde ésta perspectiva, de grupos humanos más o menos homogéneos que comparten en cierta medida una Experiencia más o menos similar es decir, los grupos culturales; éstos grupos a los cuales pertenecemos

circunstancialmente y con los cuales nos identificamos, pero dentro de los cuales buscamos diferenciarnos mediante la adhesión voluntaria a otros grupos culturales, buscando así nuestra identidad individual: esa cantidad de particularidades que nos hace únicos e irrepetibles y por lo tanto valiosos ante los demás.

### **2.2.2. Los objetos, la experiencia y la transformación de la cultura.**

Los seres humanos hemos logrado adaptarnos al medio ambiente de manera cada vez más precisa mediante artefactos ajenos a nuestra propia biología. Estos artefactos han modificado sustancial y exponencialmente nuestras relaciones con el medio ambiente de tal forma que el actual medio ambiente “natural” de los seres humanos es en términos generales un ambiente artificial. Hemos logrado diferenciarnos de todas las especies de este planeta al ser los únicos capaces de adaptarnos a cualquier medio ambiente mediante la imposición de un ambiente artificial que cubra nuestras necesidades y caprichos.

Desde este planteamiento, difícilmente podremos hablar de un ser humano que evolucione para tener un alcance visual de reconocimiento a 2 km de distancia o sea capaz de correr a 60 km/h; sin embargo eso no significa que el ser humano no sea capaz de ver más lejos o desplazarse más rápido de lo que en la actualidad lo hace. El ser humano es capaz de crear las herramientas necesarias para ver más lejos o desplazarse más rápido, incluso es capaz de desarrollar diversas respuestas para el mismo reto. Podemos hablar entonces de la constante evolución del ser humano desde la

materialidad; cada vez somos capaces de hacer más cosas y de actuar para adaptarnos mediante diversas estrategias a distintos medios y a distintos retos. Si bien es cierto que hemos tenido una historia de adaptación de la naturaleza a nuestras necesidades, en la actualidad podemos registrar movimientos de diseño que exploran las posibilidades de la adaptación del hombre a la naturaleza, o la incorporación de la naturaleza en las necesidades humanas.

Un factor determinante en el desarrollo de la humanidad hasta su actual estado es la capacidad de simbolizar, entendiendo que aunque la capacidad de simbolizar es inherente a toda la especie humana, ésta no es anterior o natural pues “el símbolo siempre es instituido, es producto de una convención, de un contrato; es necesario aprenderlo...” (González Ochoa, 2007, pág. 90). Respecto a esta capacidad de simbolizar Cesar González Ochoa afirma que “no hay relación natural, inmediata y directa entre el hombre y el mundo, ni entre el hombre y el hombre, si no que entre ellos siempre está presente un intermediario...el aparato simbólico” (pág. 90). Un aparato simbólico que siempre es aprendido desde otro ser humano y que en cierta medida delinea las pautas de relación de los individuos con su entorno, su sociedad y su materialidad; con su realidad.

Los objetos primero, después las herramientas y artefactos, se fueron integrando a la realidad humana en tanto que se les fueron asignando significados y usos; su desarrollo hasta el estado actual de la materialidad en la que, y desde la cual, nos desenvolvemos, se debe a la capacidad del hombre para asignarles ciertos significados y usos y trabajar con esos significados a nivel mental para crear nuevos objetos, herramientas y artefactos, así como la relación sistémica que se forma entre la materialidad

y el resto de las esferas de lo humano. Las esferas de lo humano son todos aquellos espacios producto de la capacidad de simbolizar. Entre los espacios más primitivos podemos encontrar las relaciones de parentesco, las cuales limitan o permiten las relaciones sexuales con otros individuos dentro del mismo grupo u otros grupos, permitiendo así el intercambio, las transacciones y las alianzas (González Ochoa, 2007, pág. 139). El lenguaje, el mito, la religión, la danza, la música, la ciencia, las ingenierías, el diseño en general, son todos ellos espacios de simbolización y por consiguiente son también esferas de lo humano.

Al definir las esferas de lo humano como espacios de simbolización y reconocer la capacidad humana de asignar significados a los objetos, podemos decir que la materialidad es también un espacio de simbolización. Si además atendemos a la definición de cultura, propuesta por Cesar González Ochoa, que dice: "...un primer acercamiento al concepto de cultura sería definirlo como un conjunto organizado de sistemas de signos o símbolos, un sistema de sistemas" (pág. 140) Podemos concluir entonces que la materialidad humana, en tanto espacio de simbolización, es un sistema más del sistema denominado cultura.

Hasta este punto hemos logrado reconocer la materialidad humana como parte de la cultura, pero la materialidad no es tan sólo una parte más de la cultura. La materialidad nos relaciona de manera inmediata y directa con el medio; desde una caña de pescar, una red o una lanza que definen las formas específicas de aproximarse a conseguir alimentos (y lo define de maneras distintas en diferentes ambientes) hasta una silla y una mesa que delimitan un espacio particular y una posición específica para sentarse a

comer o trabajar. La materialidad es un agente fundamental del desarrollo de la cultura, en tanto que define formas específicas de actuar y de relacionarse con nuestros congéneres y con los medios en los que habitamos. Incluso la misma materialidad nos aporta información sobre cómo es la realidad; tanto la invención del telescopio como el microscopio ampliaron nuestra concepción de la realidad, ese medio ambiente universal en el cual todos nos desenvolvemos de maneras diversas a partir de las diferentes concepciones que de ella se tiene, y con ello cambió de manera drástica nuestra relación con la misma. Por un lado, la invención del telescopio nos aportó información acerca del planeta, su forma y sus alrededores, y a partir de esta información se desarrolló una concatenación de ideas que desembocó en los viajes espaciales, los cuales a su vez nos han llevado a describir nuevas porciones de realidad. La invención del microscopio trajo a nuestra atención todo un mundo de microorganismos y nos permitió conocer la configuración de los distintos sistemas que conforman el cuerpo humano; con ello las ciencias médicas lograron el desarrollo de la medicina alópata hasta su estado actual. Los objetos, hoy más que nunca en la historia de la humanidad, son el mediador entre el ser humano y su medio ambiente. Es a través de los objetos que delineamos y explicamos nuestra realidad y conformamos nuestra identidad.

Los objetos nos provocan experiencias y también nos invitan a participar de experiencias particulares y es a través de la vivencia o participación en dichas experiencias que se va configurando nuestra Experiencia.

El canal fundamental del individuo para relacionarse con el medio en el que se desenvuelve es su Experiencia; ésta va adquiriendo una estructura

específica de acuerdo con las experiencias particulares a las que es sometido desde su nacimiento y las experiencias que más tarde va eligiendo. Los objetos particulares que el individuo tiene a su alcance para relacionarse con el medio, así como los significados particulares que se le asignan a dichos objetos, modelan la estructura de la Experiencia individual, pero siempre en un contexto social. Aprendemos de nuestros padres, maestros, amigos, redes sociales, medios de comunicación, etc., lo que son las cosas y los significados y usos que podemos asignarle a las mismas, pero también somos capaces de asignar nuevos significados y usos a los objetos y, al hacerlo, vamos modificando nuestra propia Experiencia y con ello los modelos que tenemos para interactuar con los otros y con nuestro medio.

Si entendemos a la cultura como las formas particulares que tiene cada grupo de entender y relacionarse con su medio, entonces la asignación de nuevos significados y usos a los artefactos existentes, así como la generación de nuevos artefactos conllevan necesariamente a la transformación de la cultura.

### **2.2.3. La asignación de significado a los objetos.**

Aristóteles, en el libro V de su *Metafísica*, propone que la esencia de cualquier ente se debe a sus causas primeras: *la causa material*, que se refiere a la materia de la cual se conforma el ente; *la causa formal*, que se refiere a lo que un ente es; *la causa eficiente*, que se refiere a aquello que ha producido al ente o al proceso que desembocó en dicha entidad, y *la causa final*, que se refiere a los fines propios del ente. Podemos afirmar que la naturaleza de cualquier objeto está determinada por estas cuatro causas;

podemos definir entonces cualquier objeto respondiendo tan sólo a cuatro preguntas esenciales:

1. ¿De qué está hecho? Esta pregunta busca reconocer las características físicas del objeto como son su composición química, sus propiedades físicas, la materia prima que lo conforma, etc.
2. ¿Qué es? Con la respuesta a esta pregunta encontramos una descripción sobre las características particulares de configuración y función que lo diferencia de otros objetos.
3. ¿Para qué fue hecho? A partir de esta pregunta podemos encontrar la utilidad primordial del objeto; la necesidad que impulso la creación del mismo objeto.
4. ¿Quién o qué lo hizo?

Siguiendo el pensamiento aristotélico, nos encontramos con que los objetos están definidos también por sus accidentes. Por accidente entenderemos todas aquellas características que modifican al objeto sin despojarlo de su misma esencia.

A través de estos accidentes es que los objetos acumulan diversos significados y se enriquecen. Todos los objetos cuentan con ciertos elementos que los hacen lo que son; la ausencia de alguno de estos elementos o la aparición de otro provocarán su transmutación en otro objeto. Estos elementos, a los que llamaremos esenciales, son los que le dan su función principal al objeto que componen y gracias a ellos es que podemos nombrarlos y definir su causa final primordial, su significado esencial. A

través de los accidentes de nuestro objeto es que podemos afinar, especializar y enriquecer el significado del mismo.

Pero la forma particular en la que definimos la esencia de los objetos siempre va permeada por la configuración de la Experiencia del que la define. Hemos argumentado ya en el primer apartado de la presente investigación a favor de la conformación de la Experiencia mediante la participación en experiencias colectivas, de tal suerte que la definición que se hace de los objetos depende de las experiencias vividas con anterioridad. Por lo tanto, todos los objetos cuentan entonces con un significado esencial, un significado que es compartido por todos aquellos que conocen el objeto desde el mismo marco de referencia, desde una Experiencia más o menos similar. Podemos entender este significado esencial como un significado social pues siempre es compartido por una comunidad.

Las características esenciales de los objetos invariablemente nos inducen a asignar significados compartidos socialmente de manera amplia. Por su parte, las características accidentales de los objetos nos inducen a asignar significados tanto compartidos como individuales a los objetos.

Así, desde la perspectiva aristotélica, podemos encontrar tres niveles de asignación de significado a los objetos.

a) Significado social. Partiendo de sus características esenciales asignamos a los objetos significados sociales, significados compartidos ampliamente dentro de la sociedad de la cual formamos parte. Un objeto con respaldo y una superficie para sentarse es una silla.

b) Significado colectivo. Partiendo de sus accidentes podemos asignar a los objetos significados compartidos de manera local, dependiendo de los significados asociados de manera independiente a los accidentes *per se* del objeto, relacionados con la parte compartida de nuestra Experiencia. Un objeto con respaldo y una superficie para sentarse tejida en yute es una silla mexicana.

c) Significado Individual. Partiendo de los accidentes del objeto podemos también asignar significados personales relacionados con nuestra Experiencia única. Un objeto con respaldo y una superficie para sentarse tejida en yute puede ser una silla mexicana de campo, ecológica, económica o invaluable, o..., o..., etc. Los significados individuales dependen de la unicidad de la Experiencia que se planteo en las primeras páginas del presente capítulo.

Hasta aquí podemos afirmar que los objetos cuentan con características tanto esenciales como accidentales; las características esenciales nos llevan forzosamente a la asignación de un significado social mientras que las características accidentales nos llevan a la asignación de significados tanto sociales como individuales, asignación de significados particulares e íntimos provocados por la manera particular en la que percibimos desde la configuración específica de nuestra Experiencia única e irrepetible, así como las experiencias específicas desde las que percibimos tal o cual objeto.

Para definir con mayor precisión la forma en la que asignamos significado a los objetos, me refiero nuevamente a Cesar González Ochoa, quien en su libro “El significado del diseño y la construcción del entorno”, se

cuestiona sobre los mecanismos que hacen del objeto –silla- una silla moderna o una silla elegante, es decir, los mecanismos mediante los cuales asignamos ciertos significados a los objetos. La tesis central de su argumentación parte del reconocimiento de dos tipos de hechos en los objetos: los hechos brutos, que pueden ser explicados mediante enunciados que traducen las “simples observaciones empíricas que registran las experiencias sensoriales” (pág. 63), y los hechos institucionales, de los cuales afirma: “no existe un conjunto simple de enunciados sobre propiedades físicas o psicológicas al que se puedan reducir los enunciados sobre hechos de este tipo.” (pág. 65), la existencia de los hechos institucionales presupone la existencia de ciertas instituciones humanas (pág. 65).

Sobre los hechos brutos no hay mucho que decir, son tan sólo aquellos hechos que traducen la materialidad de los objetos, su peso, sus dimensiones, su composición química, su configuración molecular, todas aquellas características que son objeto de estudio de las ciencias naturales.

De los hechos institucionales podemos comenzar afirmando que sólo existen dentro de la realidad institucional. Para la comprensión de los hechos institucionales Cesar González plantea cuatro nociones fundamentales: los rasgos dependientes del observador, las reglas constitutivas, la intencionalidad y la asignación de función.

Para explicar estas nociones retomaré un objeto al cual le asignaremos un hecho institucional, por ejemplo lo mexicano. Lo mexicano es un hecho institucional pues no es posible expresar su significado mediante un conjunto específico de propiedades físicas. Lo mexicano es aquello que nos

remite a la institución México<sup>30</sup> o a alguna parte de ella, insinuándonos su pertenencia.

Como ejemplo usaremos un objeto que forma parte de la exposición “Cajas de tránsito: [...] desde México”<sup>31</sup> cuya finalidad es: presentar “...un corte transversal del diseño mexicano contemporáneo, ilustrando distintas maneras de concebir a la [...], sus usos y sus diversas posibilidades formales.” (Cajas de tránsito: Sillas desde México)

Los rasgos dependientes del observador son aquellas características que pueden estar o no en el objeto y, como su nombre lo indica, dependen del observador. El objeto en la imagen núm. 4 podría ser considerado como silla, como banco o como escultura; esto depende esencialmente del observador y de las experiencias que el observador ha vivido respecto a otras sillas, bancos o esculturas; experiencias que lo han llevado a deducir y aprender reglas constitutivas que le permiten diferenciar entre una silla, un banco y una escultura.

Para ejemplificar más claramente las nociones de rasgo dependiente del observador y regla constitutiva apelaré a la afirmación de que nuestro objeto es mexicano. Nuestro objeto será mexicano en tanto que el observador sea capaz de asignar algún rasgo de mexicanidad a nuestro objeto. Para ello, nuestro observador debe ser capaz de:

---

<sup>30</sup> Hablamos de la institución México como un caso particular de la institución humana país. Institución que se conforma a partir de otras instituciones como lo son la cultura, la lengua, el gobierno, incluso el diseño, entre otras.

<sup>31</sup> En este título he omitido deliberadamente una palabra sustituyéndola por corchetes para ayudarme más adelante con la definición de *intencionalidad*.

- a) reconocer en el objeto la silueta de una figura prehispánica importante dentro de la cultura maya, el Chac Mool
- b) aplicar la regla constitutiva que dice “si es prehispánico es mexicano”<sup>32</sup>

Así, el rasgo de la mexicanidad podrá decantarse en nuestro objeto si y sólo si nuestro observador es capaz de reconocer la figura del Chac Mool en el objeto y al mismo tiempo asocia este ícono prehispánico maya con México.

Hasta aquí hemos hablado de un objeto que puede ser definido como silla, banco o escultura. Hemos dicho que este objeto es mexicano pues lo hemos relacionado con un elemento prehispánico gracias a la notable abstracción que el autor ha hecho de la figura del Chac Mool, nuestro conocimiento previo de la cultura maya y la regla constitutiva que relaciona lo prehispánico con lo mexicano.

Al introducir nuestro presente ejemplo eliminé deliberadamente una palabra del título de la exposición de la cual forma parte. El título completo es el siguiente: “Cajas de tránsito: Sillas desde México”. Cesar González define la intencionalidad como la relación entre nuestros estados subjetivos y el mundo. (González Ochoa, 2007, pág. 70) Al introducir la palabra faltante en el título de la exposición podemos reconocer ahora la intencionalidad que el autor decantó en el objeto, la relación que se provoca dentro del autor entre su concepto subjetivo de silla y el objeto que tenemos de ejemplo. Nuestro ejemplo no es ni una escultura ni un banco; ahora, de acuerdo con el

---

<sup>32</sup> Aunque esta regla carezca de validez y siendo incluso un tema ante el cual se opone el presente trabajo de investigación la presento pues es una regla que se ha mantenido vigente aun en la actualidad. Más adelante se presentará la crítica correspondiente a la constante vinculación de lo prehispánico con lo mexicano.

autor, nuestro objeto es una silla. En el momento en el que el autor nos hace partícipes de su intención y nosotros coincidimos con él nos encontramos ante una intencionalidad colectiva que nos permite nombrar y percibir al objeto de nuestro ejemplo como una silla.



IMG 8. Chac-seat diseñado por Mauricio Lara (1968)

En el momento en que leemos el nombre de la exposición reconoceremos o trataremos de reconocer el concepto –silla- en todos los objetos que encontremos dentro de la sala de exhibición y de manera paralela les asignaremos en primer instancia al menos una función; la función de sentarse, pues para eso es una silla. Además de esta primer función podemos asignarle a nuestra silla una diversidad de funciones, como ejemplo podemos hablar de la función de contener alguna expresión de lo mexicano. Que una silla es para sentarse nadie lo puede negar, pero que una silla expresa lo mexicano es tema de discusión que depende de las reglas constitutivas que se ocupen para la evaluación. Así la función de sentarse de una silla es innegable mientras que la función de transmitir lo mexicano será posible solo en la medida en que una colectividad reconozca tal función. Cesar González escribe acerca de la asignación de función: “Parte de la definición del status de función es que la función no puede ser realizada solo por las características físicas del objeto que tiene ese status. Solo puede realizarse en virtud de la aceptación o reconocimiento colectivo de que ése objeto tiene esa función.” (pág. 73) Podemos afirmar entonces que existen al menos dos tipos de funciones que

asignamos a los objetos; la función primaria, que es la razón de ser del objeto, y las funciones simbólicas, que nos permiten representar otros conceptos como lo moderno o lo mexicano.

#### **2.2.4. Experiencia y estilos de vida**

Desde la modernidad, desde el desarrollo y el crecimiento del sistema económico del capitalismo, la gama de experiencias que puede vivir un individuo se ha ampliado y se sigue ampliando de manera exponencial. El individuo ha sido empoderado con la toma de decisión ante las experiencias que quiere incluir en su vida<sup>33</sup> y con ello ha sido empoderado con la posibilidad de la propia construcción de su Experiencia que termina por reflejarse en la forma en la que percibe la realidad y la forma en la que se percibe a sí mismo. Hoy podemos participar de infinidad de experiencias, podemos informarnos sobre cualquier evento en cualquier parte del mundo, podemos comunicarnos instantáneamente con cualquier persona en cualquier lugar (siempre que se tengan los medios adecuados), podemos comprar cualquier producto producido en cualquier parte del mundo (siempre que se tenga el poder adquisitivo) podemos vivir cualquier experiencia que deseemos y con ello podemos construir nuestra Experiencia a voluntad.

Los individuos hemos sido empoderados con la posibilidad de construir nuestra propia realidad, pero al mismo tiempo hemos quedado encasillados

---

<sup>33</sup> Siempre restringido por normas instituidas desde la cultura para perpetuarse a sí misma.

en ciertas posibilidades de realidad: los estilos-de-vida-objeto-del-deseo. Estas posibilidades de realidad son propuestas por los mercados producto del modelo económico y de producción capitalista. Posibilidades de realidad supeditadas a las posibilidades de lo que se puede consumir; de lo que se oferta para el consumo y de lo que las posibilidades económicas y culturales del individuo le permite y está dispuesto a consumir.

En este momento se vuelve imperante definir tanto el concepto de estilo de vida como el de estilo-de-vida-objeto-del-deseo. Retomo los conceptos de estilo de vida propuesto por Mary Douglas (1996) y *habitus* de Pierre Bourdieu (1994) para analizarlos desde la perspectiva de nuestro concepto experiencia/Experiencia; propongo entonces el concepto de estilo de vida como el resultado de un cruzamiento entre los cuatro estilos fundamentales de pensar propuesto por Mary Douglas y una inmensa diversidad de *habitus* como los plantea Pierre Bourdieu. Retomo en particular estos conceptos pues han sido propuestos desde investigaciones antropológicas y sociológicas relacionadas con temas fundamentales dentro de la práctica del diseño industrial; las preferencias de consumo, la construcción de los estilos de vida, las formas en las que buscamos diferenciarnos de los demás y el consumo como elección sobre estilos de vida particulares para afirmar una identidad.

En primera instancia me referiré a la teoría cultural explicada por Mary Douglas en la cual define cuatro estilos de vida fundamentales que se relacionan con cuatro modos particulares de pensar:

El estilo de vida individualista “Es una elección para una red muy abierta, competitiva, que disfruta los instrumentos de alta tecnología, de los deportes, de lo

ostentoso, los estilos riesgosos de entretenimiento y de libertad para cambiar sus compromisos.” (pág. 96)

El estilo de vida jerárquico es “(...) formal, que se adhiere a las tradiciones e instituciones establecidas y mantiene una red definida de familiares y viejos amigos.” (pág. 96)

El estilo de vida igualitario “(...)que está en contra de toda formalidad, la pompa y el artificio, que rechaza las instituciones autoritarias y prefiere la simplicidad, la franqueza, las amistades íntimas y los valores espirituales.” (pág. 96)

El estilo de vida ecléctico “introvertido pero impredecible, de los que se aíslan. (...) escapa a la tarea de mantener amistades y a los costos impuestos por otros tipos de cultura. El que se aísla no deja que los amigos le impongan nada, no gasta su tiempo en ceremonias, no se preocupa por la competencia; no se somete a la tiranía de los obsequios obligatorios que exigen los demás estilos de vida, ni se ata a horarios rígidos: es libre.” (pág. 96)

Cada uno de estos estilos de vida provocará formas fundamentalmente diferentes de percepción y por lo tanto de aproximación a la realidad. Las formas de pensar y actuar van de la mano con la percepción que se tiene de la realidad, van de la mano con la Experiencia. Mientras en uno de estos modos de pensamiento, el jerárquico, se puede considerar como primordial mantener una red de relaciones sociales estable a través del tiempo debido a que se percibe el mundo como un espacio en el cual es necesario tener a la mano el apoyo de los amigos y familiares en otro modo, el individualista, la red de relaciones sociales tendrá importancia tan sólo en la medida en que esta red no le impida alcanzar las metas que se ha fijado en un mundo en donde la forma más rápida de avanzar es de manera totalmente individual.

Estos cuatro estilos de vida, apunta Mary Douglas “son los únicos cuatro estilos de vida que deben tomarse en consideración...cada uno de ellos está en permanente competencia con los demás” (pág. 97). Según la autora, sin importar hacia que cultura o espacio social volteemos nuestra atención, siempre encontraremos estos cuatro modos fundamentales de pensamiento.

Considero este modelo como muy útil para la presente investigación; sólo hay que concentrarse en cuatro formas de pensar y cualquier individuo caerá en cualquiera de estas cuatro categorías. Si bien este modelo se presenta como un modelo coherente, útil y práctico, para los fines de la presente investigación, hace falta agregar la variable del espacio social<sup>34</sup>, pues tanto las posibilidades de acción como las opciones de experiencias disponibles a un pensador individualista que ha realizado estudios de nivel superior pueden ser esencialmente diferentes a las de un pensador individualista que decidió no seguir el camino de la educación institucionalizada; en esencia la forma de pensar podrá ser muy parecida, sin embargo la Experiencia conformada por el acceso a experiencias diferentes será diferente y en consecuencia las formas de actuar y percibir la realidad serán también diferentes. El espacio social particular al que pertenecen cada uno de nuestros pensadores individualistas modela en cada uno de ellos Experiencias que, si bien en algunos ámbitos pueden ser iguales, en otros serán fundamentalmente diferentes.

Para conceptualizar los *habitus*, Pierre Bourdieu expone el concepto del capital global como el principal agente diferenciador de los actores o grupos, y observa la distribución de estos actores o grupos dentro del espacio

---

<sup>34</sup> Definido más adelante de acuerdo con el modelo teórico de Pierre Bourdieu

social de acuerdo con la composición de su capital global cuyas variables son el capital económico<sup>35</sup> y el capital cultural<sup>36</sup>. De acuerdo con el autor “(...) los poseedores de un capital [global] considerable, como los empresarios, los miembros de las profesiones liberales y los catedráticos de universidad se oponen globalmente a los que carecen de capital económico y de capital cultural, como los obreros sin calificación (...) desde el punto de vista del peso relativo del capital económico y el capital cultural en su patrimonio, los catedráticos se oponen con mucha fuerza a los empresarios.” (pág. 18). Desde ésta perspectiva nos encontramos con que las diferencias en la composición del capital global de una persona a otra provocan diferencias y oposiciones que se originan desde las formas distintas de percibir la realidad ocasionadas por la diversidad de la composición del capital global de cada uno de los actores distribuidos dentro del espacio social. El espacio social, según Bourdieu, “se constituye de tal forma que los agentes o grupos se distribuyen en él en función de su posición en las distribuciones estadísticas según los *dos principios de diferenciación* (...) el capital económico y el capital cultural” (Bourdieu, 1994, pág. 18)

Partiendo de esta concepción del capital global, Bourdieu propone los *habitus* como “ese principio generador y unificador que retraduce las características intrínsecas y relacionales de una posición en un estilo de vida unitario, es decir un conjunto unitario de elección de personas, de bienes y de prácticas.” (pág. 19) Ante esta definición, afirmo que a través de los *habitus* es posible identificar estilos de vida asociados con composiciones específicas del capital global<sup>37</sup> poseído por grupos específicos de personas. Por otro lado, siendo los *habitus* un “conjunto unitario de elección de personas, de bienes y de prácticas” (pág. 19), podemos afirmar, debido a las experiencias provocadas por las prácticas, que

---

<sup>35</sup> Representado principalmente por el dinero y su poder adquisitivo

<sup>36</sup> Representado por la educación; tanto la institucionalizada, como la recibida desde la familia y la comunidad a la que se pertenece,

<sup>37</sup> Entendido como el capital cultural + el capital económico

un habitus específico provocará una conformación específica de Experiencia en las personas que lo comparten; el *habitus* retraduce una posición social en un espacio de tomas de posición (pág. 19) gracias a la reproducción de experiencias específicas (que se encuentran al alcance de un grupo que cuenta con una composición de capital global específica) conformando así Experiencias más o menos comunes que se reflejan en formas similares de percibir la realidad. Además, la participación en la misma experiencia por parte de dos actores que se ubican en espacios sociales diferentes, provocará necesariamente Experiencias diferentes.

Mientras que dos pensadores -individualistas- comparten el ímpetu de buscar estilos riesgosos de entretenimiento, la pertenencia a espacios sociales ajenos los hará participar de estilos riesgosos de entretenimiento diferentes conformando en cada uno de ellos Experiencias diferentes; incluso podrían participar en los mismos estilos riesgosos de entretenimiento, pero tal vez alguna diferencia (originada por la pertenencia a espacios sociales diferentes) en el ánimo, la motivación o incluso la frecuencia con la cual se aproximan al mismo evento provocará de cualquier manera Experiencias diferentes en cada uno de ellos, provocará formas distintas de percibir la realidad.

Estas formas distintas de percibir la realidad son originadas, como ya se mencionó, por conformaciones diferentes de las Experiencias consecuencia de las diferencias en la cualidad y calidad de las experiencias particulares a las cuales las personas tienen acceso de acuerdo con su capital global.

Así pues, defino los estilos de vida como formas particulares de aproximación a la realidad que se componen de:

a) un modo específico de pensar<sup>38</sup>, que viene modelado desde la infancia por las experiencias circunstanciales y particulares de vida de los individuos, y

b) un conjunto específico de personas, bienes y prácticas a las cuales se adhieren las personas debido a la conformación específica de su Experiencia, debido a su forma particular de percibir la realidad, producto de las experiencias particulares a las cuales tuvieron acceso por la composición de su capital global.

Para definir nuestro concepto de estilo-de-vida-objeto-del-deseo hace falta acercarnos a la definición de identidad propuesta por Gilberto Giménez; éste autor define la identidad como el “proceso subjetivo (y frecuentemente autoreflexivo) por el que los sujetos definen su diferencia de otros sujetos (y de su entorno social) mediante la asignación de un repertorio de atributos culturales frecuentemente valorizados y relativamente estables en el tiempo (...) requiere ser reconocida por los demás sujetos con quienes interactúa para que exista social y públicamente.” (Giménez: 2006 pg.6) Ante esta definición nos encontramos con que los seres humanos buscamos conscientemente pertenecer a un grupo, pero siempre en la búsqueda de distinción del resto de los del mismo grupo. Los seres humanos buscamos diferenciarnos del grupo al cual pertenecemos circunstancialmente. Buscamos diferenciarnos pero sin ser ajenos y tomamos elecciones sobre experiencias específicas que nos induzcan a un cambio en nuestra Experiencia. Buscamos la distinción de

---

<sup>38</sup> Provocado por el conjunto de experiencias asociadas tanto a la cultura a la cual se pertenece como a las prácticas particulares que se desarrollan en los diferentes espacios sociales

nuestra Experiencia frente a otras Experiencias que se han conformado de manera más o menos similar a la nuestra. Buscamos la unicidad de nuestra Experiencia a través de la vivencia de experiencias individualizantes.

Ante esta búsqueda de identificación y diferenciación es que los medios publicitarios han provocado toda una diversidad de estilos-de-vida-objeto-del-deseo cuya finalidad es la de proponer a los consumidores espacios desde los cuales podamos construir nuestra identidad a través del consumo. Construimos nuestra identidad partiendo de lo que consumimos (o dejamos de consumir), pues tenemos la esperanza de que lo que consumamos nos provocará experiencias que nos acercarán al estilo de vida propuesto desde los medios publicitarios como el estilo de vida ideal. Buscamos identificarnos con un estilo de vida prefabricado pues los mismos medios publicitarios han desdibujado los estilos de vida “tradicionales” desde el discurso de la modernidad y el hombre moderno, definido por Foucault como “... el hombre que constantemente intenta inventarse a través de sí mismo.” (Featherstone, 1991, pág. 26)

Estos estilos-de-vida-objeto-del-deseo propuestos desde los mercados capitalistas a través del bombardeo publicitario buscan, por supuesto, el consumo de lo que sea que se oferte, usualmente de manera rapaz y sin atención al costo social que pueda derivarse de la persecución de un estilo de vida prefabricado que más que acercarnos a la realidad local nos aleja hacia las fantasías globales y perennes de la moda y, al ser ésta sustituida por la moda de la siguiente temporada o la siguiente innovación tecnológica, deja a todos sus seguidores, paradójicamente, sin identidad, en el aire, desvalidos y desprotegidos; con la única opción de aferrarse a la nueva moda mediante el

consumo de lo que se oferta desde el nuevo estilo-de-vida-objeto-del-deseo vigente.

En la actualidad los medios de comunicación son los principales oferentes de experiencias, partiendo de lo que nos es comunicado elegimos las experiencias que queremos reproducir en nuestras vidas. Escogemos un estilo-de-vida-objeto-del-deseo y buscamos vivir experiencias que modelen nuestra Experiencia para así percibir nuestra realidad como el estilo de vida al que aspiramos. Un buen ejemplo de esto lo encontramos en los teléfonos celulares, un objeto que hoy en día es utilizado en forma masiva y que ha tenido un potente desarrollo y alcance en no más de dos décadas. En sus orígenes el teléfono celular era un símbolo de status, tener un teléfono celular era símbolo de poder adquisitivo pues no cualquiera lo tenía. En la actualidad el teléfono celular es casi una herramienta indispensable de comunicación, ya en el año 2010 existían cerca de 5000 millones de celulares en el mundo (Noticia al día, 2010) y existen modelos específicos para cada estilo de vida y para cada región del mundo, por supuesto promocionados con su respectiva publicidad que apunta hacia una gran diversidad de estilos de vida. Cuando decidimos comprar un teléfono celular, la motivación principal es el poder comunicarnos en cualquier momento y en cualquier lugar, ya sea mediante una llamada de voz, un mensaje de texto o el acceso al internet, entre otros. En el momento en el que elegimos un modelo específico, lo que buscamos es un modelo que “se adapte” a nuestro estilo de vida, pero a la manera de Preámbulo a las instrucciones para dar cuerda a un reloj<sup>39</sup>, lo que terminamos por escoger es un modelo que nos adapte al estilo-de-vida-objeto-del-deseo del cual queremos ser partícipes. Escogemos

---

<sup>39</sup> Cuento corto de Julio Cortázar incluido en “Historias de Cronopios y de Famas”. 1962

un teléfono celular que creemos nos hará vivir las experiencias necesarias para transformar nuestra percepción de la realidad de tal manera que encaje en un estilo-de-vida-objeto-del-deseo al cual le tenemos especial aprecio justo por todo el cumulo de experiencias vividas con anterioridad y que hasta ese momento han modelado nuestra –Experiencia-.

### **3. Diseño Regional.**

Cesar González define el diseño como “un tipo de práctica particular que tiene como finalidad la prefiguración para la producción de objetos, imágenes, ambientes, entornos [...] la construcción del espacio” (González Ochoa, Texto inedito, 2011, pág. 58), y aún cuando reconoce que la producción de nuestro entorno es un factor de autorrealización, reconoce también éste hecho como un factor de alienación, pues el acto de diseñar guiado desde la industrialidad ha limitado a los seres humanos como meros consumidores de realidades concebidas por unos cuantos que buscan “la satisfacción de sus fines hedonistas particulares mediante la generación de riqueza pecuinaría” (2011, pág. 59). Afortunadamente, reconoce González en el diseño postindustrial un discurso en gestación que demanda “una nueva cultura que encuentre en sus espacios la manera de mantener la dignidad de la existencia de manera mucho más rica y compleja que el mero consumo” (2011, pág. 59).

Ante éstas reflexiones podemos empezar a caracterizar el diseño regional como un ejemplo del diseño postindustrial de acuerdo con la definición de González. El diseño regional tiene como intención superar la

percepción de los objetos como artículos de mero consumo para darles un papel preponderante explícito en la construcción de identidades y alternativas de desarrollo social.

Las culturas enmarcadas dentro del territorio mexicano pueden ofrecer mucho más que una distinción de vitrina, pueden acercarnos a nuevas formas de interacción con la cotidianeidad mediante objetos que se integren con naturalidad dentro de los estilos-de-vida-objeto-del-deseo. El diseño regional busca rebasar el campo de lo estético para difundir la experiencia en sí y así expresar la regionalidad, mediante la expresión directa de uso y relación con el objeto, recontextualizando la experiencia que se desarrolla a partir de una particular relación con los objetos y el entorno. El diseño regional busca extrapolar hacia los estilos-de-vida-objeto-del-deseo experiencias específicas de las culturas que se desarrollan en las diversas regiones enmarcadas dentro del territorio mexicano.

A manera de ejemplo, pensemos, en una persona mexicana cuyo estilo-de-vida-objeto-del-deseo está enmarcado por conceptos como la pureza, la naturalidad, la modernidad y la salud. Dicha persona mantiene su casa pulcra y limpia en un ambiente predominantemente blanco y lleva una dieta sana (lo que implica alejarse de una amplia gama de platillos mexicanos). Llega el día de su cumpleaños y como tiene de visita en casa a unas amistades extranjeras, decide preparar una cena tradicional mexicana, para compartir con sus visitas un poco de su cultura. Un pozole es la respuesta ideal, todavía conserva la receta que escribió su madre en su lecho de muerte y aún recuerda las técnicas culinarias necesarias. El día de la celebración llega, y entre prisas y vaivenes para conseguir una olla pozolera,

la cena está lista, sin embargo faltó un detalle. La vajilla de nuestro personaje es una vajilla blanca brillante con detalles en blanco mate, de porcelana irrompible, con platos específicos para ensaladas, sopas, incluso platos especiales para sushi, pero no cuenta con un plato pozolero. ¿Cómo puedes servir un pozole en un plato hondo para sopa? A primera vista, parecería un detalle insignificante, sin embargo, el hecho de que el pozole se sirva en un tazón hondo tiene diversas implicaciones que están relacionadas con los propios ingredientes y la forma particular de preparar y comer dicho platillo. Una de ellas, el poder agregar -a mano suelta- los complementos como la lechuga, la crema, el orégano, la cebolla, o un poco más de carne, sin miedo a desbordar el tazón, incluso el poder colocar una tostada sobre el mismo tazón sin que ésta toque directamente el caldo. Otra de las ventajas del plato pozolero es poderlo pasar de mano en mano e incluso te permite comerlo de pie o sentado sin necesidad de tenerlo apoyado en una mesa todo el tiempo. El pozole por sí mismo es un plato tradicional mexicano milenario, sin embargo, la experiencia cultural de comer el pozole sólo se puede obtener de todos esos detalles originados del uso de un tazón pozolero, pues en esos detalles se reflejan conceptos como la generosidad al servir el plato, la solidaridad al pasar el plato de mano en mano o la espontaneidad al poder comerlo parado o sentado. La experiencia de comer pozole en un plato pozolero implica la vivencia de -lo mexicano-.

Metafóricamente podemos decir entonces que, el problema no es tener una vajilla blanca que cumpla con los cánones estéticos propuestos por el estilo-de-vida-objeto-del-deseo al cual se aspira, el problema es que dicha vajilla no cuente con un tazón adecuado para servir pozole. Continuando con la metáfora, el diseño regional pretende que exista una gama de vajillas

específicas para cualquier o algún estilo-de-vida-objeto-del-deseo que incluyan el plato pozolero. No porque la gente esté obligada a comer pozole, si no para que tenga la opción de vivir la experiencia completa de comer un pozole, y dado el caso que dentro de dicho estilo de vida no se coma el pozole, la reproducción de la experiencia puede llegar a ser similar aun cuando el caldo sea otro. El diseño regional busca la permanencia de la posibilidad de vivir la experiencia de comer pozole dentro de la cada vez más dominante cultura global, no por el hecho de comer pozole en sí, si no por la posibilidad de experimentar y aprehender la solidaridad, la generosidad y la espontaneidad desde una forma cultural tradicional de México.

La geometría de una mesa de comedor, por su misma morfología modela las relaciones de la familia que la usa. Una mesa rectangular es preferida por familias regidas por un orden jerárquico mientras que una mesa circular es favorecida por familias que buscan una integración más horizontal y participativa. En la medida en que la actividad de alimentarse se desarrolla en una mesa rectangular o circular, se generan experiencias que devienen en Experiencias que perciben las relaciones familiares dentro de un orden jerárquico o un orden participativo. De la misma manera, el diseño regional pretende generar experiencias que devengan en Experiencias que, en la medida de lo posible, se asemejen a la Experiencia de aquellos grupos culturales que se tomen como referencia y participen en el desarrollo de tal o cual objeto o proyecto.

El diseño regional busca que el usuario pueda participar en experiencias y no sólo vea la cultura del otro desde una materialidad folclórica, pero sobre todo busca la permanencia de la diversidad cultural

mediante su incorporación a los estilos-de-vida-objeto-del-deseo a la vez que la producción de dichos objetos esté guiada por lineamientos encaminados al crecimiento y desarrollo social de las comunidades que los producen.

El diseño regional busca la transmisión, propagación y afirmación de elementos culturales de una región específica tomando como eje la reproducción de experiencias particulares de la región dentro de ámbitos globales.

El diseño regional tiene como objetivo la valorización de culturas tradicionales dentro de aquellos estilos de vida construidos en la persecución de los estilos-de-vida-objeto-del-deseo, mediante la inclusión de objetos utilitarios o mobiliario cotidiano desarrollados en regiones específicas, tomando en consideración los usos y costumbres que las personas tienen en dichos espacios con respecto a las actividades cotidianas.

Desde estas reflexiones defino entonces como columna vertebral del diseño regional el desarrollo de productos que:

- a) Divulguen experiencias particulares de una región dentro de los estilos-de-vida-objeto-del-deseo.
- b) Sus modalidades de producción estén encaminadas a la generación de desarrollo social.

Procederemos entonces a presentar las bases para un modelo teórico de exploración desde el campo del diseño industrial que asista a los

diseñadores en la concepción de objetos con las características antes mencionadas.

En el primer capítulo logramos construir un modelo teórico del objeto. Dicho modelo, de acuerdo a lo que hemos argumentado, nos es útil para definir en términos generales los objetos de acuerdo a la percepción que se tiene de los campos de los que se conforma. Revisamos también en el primer capítulo la evolución histórica de la disciplina del diseño industrial para constatar que, si bien el desarrollo de la metodología del diseño industrial se ha dado en términos del desarrollo de métodos de diseño, dichos métodos pueden no ser la respuesta más adecuada para la proyección de objetos dentro del contexto contemporáneo. También en el primer capítulo revisamos la propuesta de Duque en la cual se presenta un modelo ontológico que nos permite caracterizar la identidad, en éste caso, del diseño regional. Dicho modelo parte de la definición y relación de tres elementos, el ser, el ente y el contexto. Partiremos pues de dichos argumentos para delinear, desde el entendimiento de la experiencia como generadora de cultura, la identidad del diseño regional.

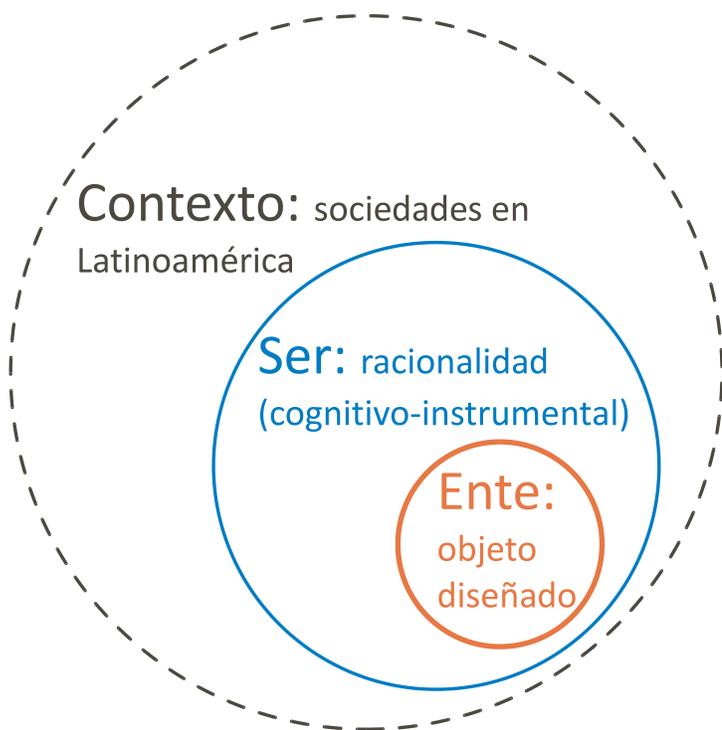


Fig. 13 Modelo de identidad propuesto por Duque (2008, pág. 36)

### **3.1. El contexto del diseño regional.**

En la introducción de la presente investigación definimos el contexto desde el cual surgen las inquietudes de la presente investigación. Ése contexto, al ser el detonante de la presente, es el mismo dentro del cual se enmarca el ser del diseño regional. A continuación enlisto las características que definen dicho contexto.

- a) En México, las decisiones sobre la construcción de la materialidad son tomadas por un grupo minoritario cuyas preferencias están enmarcadas por una constante exposición a experiencias proyectadas desde espacios globales. Ya sea mediante el ejercicio del consumo o la administración de los medios productivos, las particularidades de la materialidad disponible en México está definida por un pequeño grupo.
- b) Debido a la influencia de experiencias propuestas desde ámbitos globales, las identidades locales tradicionales se van diluyendo y con ello grupos culturales tradicionales se encuentran en procesos de desmembramiento y desaparición
- c) Como ya se mencionó, México carece de una industria manufacturera capaz de proponer proyectos que desemboquen en un verdadero desarrollo social.
- d) La situación económica imperante en el país urge a un desarrollo social ausente hasta el momento.

Desde éste contexto es que la presente investigación se ha desarrollado para construir un cuerpo teórico que nos permitirá definir la naturaleza de una disciplina de diseño que proyecte objetos que se vinculen de manera adecuada al mismo que proyecten objetos que expresen la esencia misma del diseño industrial, el desarrollo social.

### **3.2. El ser del diseño regional.**

El ser del diseño industrial es definido por Juan Carlos Duque como: “todo aquello que determina su carácter, su forma de actuar, su concepto como disciplina proyectiva, sus búsquedas y valores, lo que vamos a llamar teoría” (Duque, 2008, pág. 29), y define como uno de los elementos fundamentales del ser del diseño industrial, la racionalidad técnica. Así, el ser del diseño industrial se encuentra en conflicto cuando se enfrenta con las sociedades tradicionales latinoamericanas caracterizadas, en contraste, por guiarse dentro del paradigma de la racionalidad comunicativa. Ante dicho conflicto Duque propone un ser del diseño industrial caracterizado por un desarrollo desde la racionalidad comunicativa, un ser que permita generar entes que por sí mismos ayuden en la construcción de la identidad de dichas sociedades.

En la presente propuesta el planteamiento del diseño regional va dirigido desde un esquema dentro del cual, si bien la práctica del diseño está dirigida desde la racionalidad comunicativa, los entes producidos en el marco de una región se vuelven un pretexto o herramienta para generar desarrollo técnico e industrial que pueda devenir en desarrollo social y crecimiento económico. El ser del diseño regional percibe a sus entes como un engrane para generar aquellas bases productivas de las cuales carecen las

sociedades tradicionales para avanzar hacia la modernidad. Por otro lado los entes, producto del diseño regional tienen por finalidad la de extrapolar experiencias regionales a ámbitos globales de tal manera que dichas experiencias sean compartidas a escala global y así, en la medida en que éstas sean reconocidas por los integrantes de la región dentro de los estilos-de-vida-objeto-del-deseo (a los cuales está expuesto desde los medios de comunicación), la misma identidad de los integrantes se irá reforzando a la vez que se va integrando en principio a la sociedad moderna. Además, la producción de los entes en una región específica ayudará a afianzar una identidad regional en tanto que los integrantes de dicha región se reconozcan como los autores de aquellos entes que ahora son parte de la cultura global, en tanto que los integrantes se sientan partícipes de la cultura global mediante la expresión de su cultura, además de generar un beneficio económico que les permita ejercer su derecho de elección dentro de los mercados en los que participan.

El diseño regional busca mejorar la situación económica de las comunidades tradicionales con la finalidad de que éstas cuenten con los recursos para posibilitar la elección sobre lo que se consume en los mercados globales. A la par, el diseño regional busca reforzar la identidad de la región mediante la acción, mediante la participación y la proyección de su cultura.

El diseño regional busca la ampliación de la oferta cultural implícita en la materialidad que se enmarca dentro de los estilos-de-vida-objeto-del-deseo, mediante la búsqueda de la permanencia de aquellas experiencias que ayudan en la construcción de Experiencias regionales dentro de los

esquemas de consumo de las sociedades globales. Así, atendiendo a la pendiente aspiracional descrita con anterioridad, dichas experiencias se irán permeando hacia todos los espacios sociales y terminarán por ser readaptadas por los mismos integrantes de la región.

Para la construcción del ser de un diseño regional capaz de llevar a buen término las intenciones anteriores presentaremos algunas pautas de trabajo que considero como indispensables.

En primera instancia es necesario cuestionarnos sobre la vigencia y pertinencia de los métodos de diseño. Hemos discutido ya, acerca de su origen; los métodos de diseño surgen como parte del modelo de desarrollo capitalista bajo el precepto de encontrar la solución más práctica, económica y eficiente para asegurar una producción con un amplio margen de utilidades dentro del ámbito de lo industrial, los métodos de diseño son producto entonces de la aplicación del paradigma de la racionalidad técnica. Sin embargo, es esta racionalidad técnica la que ha imposibilitado el desarrollo del diseño industrial como herramienta de transformación social debido a las particularidades del contexto mexicano.

Hemos caracterizado también a los métodos de diseño como una herramienta que permite resolver problemas específicos, problemas estructurados. El ser del diseño regional busca una amplitud que permita su aplicación a diversas problemáticas o las mismas pero en diferentes espacios regionales. Por lo tanto, tratar de presentar un diseño regional fundamentado en un método de trabajo en particular acotaría demasiado su alcance a tan sólo un puñado de problemáticas de diseño. En su lugar, para

el desarrollo del diseño regional, considero pertinente partir de la propuesta metodológica de Kees Dorst.

Kees Dorst define la práctica del diseño como un mediador de discursos en conflicto, un mediador que busca resolver la paradoja que se presenta ante el enfrentamiento de diversos discursos que entran en conflicto. Esta propuesta nos permite ampliar el campo de acción del diseño para entender al objeto dentro de contextos más amplios que sólo la producción y el consumo para incluir el desarrollo social. El objeto o ente del diseño regional se vuelve entonces un medio más que un fin. El objeto o ente de diseño regional es un pretexto para activar el desarrollo económico de una región a la vez que afianza la identidad de la misma.

Partiendo de éste modelo podemos percibir con más claridad cuáles son esos discursos que se encuentran en conflicto. Dichos discursos planteados desde la perspectiva del diseño regional son:

- e) La definición de una identidad propia de una región mediante la divulgación de experiencias locales dentro de ámbitos globales y la búsqueda de desarrollo social mediante el diseño industrial vs la imposición de identidades extranjeras fundamentadas en las bases del capitalismo.
- f) La búsqueda de desarrollo social desde la racionalidad comunicativa vs el desarrollo social definido desde la racionalidad técnica y el concepto de desarrollo imperante en México.

La identidad de un pueblo, una comunidad o una sociedad se construye a partir de Experiencias compartidas que devienen en una percepción compartida de la realidad. En el caso de las sociedades tradicionales, dicha percepción de la realidad se fundamenta en mitos, tradiciones y rituales, elementos culturales que no tienen cabida dentro de las sociedades modernas pues éstas están caracterizadas por un pragmatismo técnico y científico guiado por la eficacia y la eficiencia. Desafortunadamente dicha Experiencia, así como la historia de dominación y desigualdad ante la que se encuentran las sociedades tradicionales no les han permitido un desarrollo igualitario, y al confrontarse con experiencias ajenas, experiencias extranjeras, desarrolladas desde esquemas capitalistas, generan un desequilibrio en la relación con su entorno, provocando así un conflicto de identidad.

Al hablar de sociedades tradicionales es imposible no reconocer una situación de atraso y marginación, evaluada por supuesto desde la concepción capitalista de desarrollo. La carencia de asistencia médica o acceso a bienes de consumo y servicios, así como constantes procesos discriminatorios fundamentados en la ingenuidad que los hace mantener sus mitos, tradiciones y rituales, desembocan en la devaluación de la identidad de las sociedades tradicionales.

Para fortalecer la identidad de dichas sociedades es necesario entonces buscar los medios para que dichas comunidades tengan acceso a aquellos elementos que consideramos fundamentales dentro de la concepción moderna de desarrollo con la finalidad de que sus integrantes sean capaces de lograr una transición de la sociedad tradicional a la sociedad

moderna pero desde su propia Experiencia. ¿Cómo entrar en la modernidad sin perder ésa identidad construida en principio de mitos, ritos y tradiciones, de experiencias? ¿Cómo mantener el acervo cultural de las diversas culturas de México ante la constante presión para construir la identidad propia desde los esquemas de los estilos-de-vida-objeto-del-deseo?

Ante este panorama es necesario plantear alguna estrategia para generar desarrollo económico como motor primario del desarrollo social. El espacio común para la búsqueda de desarrollo económico es generalmente la implantación de algún tipo de industria, fundamentada por supuesto en preceptos capitalistas, lo que deriva en la implementación de tecnología, maquinaria y procesos que buscan reducir los costos de producción para maximizar las ganancias de los dueños del capital o medios de producción, generalmente reduciendo la mano de obra. Se posibilita la reproducción del capital sin una distribución del mismo dentro de la región. Se posibilita la explotación.

Como alternativa a dicha estrategia el diseño regional busca la participación de la mayor cantidad de mano de obra generando complejos productivos basados en cooperativas o sociedades conformadas por los mismos integrantes de la región, complejos productivos que deriven en una reproducción de capital aunado a una distribución equitativa del mismo. La producción industrial queda, en primer instancia, en un segundo plano o como un elemento complementario. En el diseño regional es imperante acercarse, como punto de partida, a aquellas técnicas locales de producción que, ante un proceso de desarrollo, puedan eventualmente perfilarse como generadoras de industria.

El diseño regional busca generar plataformas de desarrollo social tomando como pretexto la manufactura de productos dentro de la región, evaluando las fortalezas de la misma, ocupando las herramientas, técnicas y materiales, y lo más importante, incorporando a las personas a una dinámica productiva definida no por capacidades industriales sino por una manufactura artesanal de alta calidad capaz de reflejar su Experiencia, su percepción del mundo y las formas de relacionarse con el mismo. Así, el diseño regional busca diseñar entes que se vuelvan competitivos dentro del ámbito global, no por su precio sino por la alta calidad de producción manual y la particularidad de la experiencia que generan.

El diseño regional busca la inclusión de las culturas tradicionales dentro del marco de la globalización mediante la extrapolación de experiencias propias de los espacios tradicionales hacia los espacios globales. Reconocer qué elementos de ése objeto tradicional de una región son los que lo individualiza de entre todos los objetos que tienen por finalidad la misma experiencia, para reproducir dicha experiencia dentro del marco de algún o varios estilos-de-vida-objeto-del-deseo que presentan una temática similar.

Para concluir con el presente esbozo del ser del diseño regional hace falta definir las herramientas de trabajo adecuadas para facilitar la concreción de sus objetivos. Actualmente, y cada vez más, el diseño industrial se enfoca en el usuario; ¿Qué es lo que quiere? ¿Qué es lo que necesita? ¿Ante qué problemas se encuentra al realizar tal o cual actividad? ¿Cuáles son sus preferencias? Para responder a dichas preguntas las oficinas de diseño han incorporado a su actividad herramientas de las ciencias

sociales tales como la antropología, la sociología, la psicología; disciplinas cuyo objeto de estudio es el ser humano desde una perspectiva social. La concepción de su entorno, de la realidad, la naturaleza de sus relaciones sociales y la relación directa con su medio son algunos de los temas que estas disciplinas exploran.

La participación tanto de la antropología como la sociología en el desarrollo de productos es cada vez más socorrida pues, gracias a los resultados de las investigaciones hechas a partir de estas disciplinas los diseñadores pueden conocer a mayor profundidad al usuario para el cual están diseñando y con ello logran diseñar productos que la gente está dispuesta a comprar.

En el ámbito del diseño regional la vinculación con éstas disciplinas tiene por objetivo, tanto el análisis de la región y como la gente se vincula con ese entorno, como el estudio de aquellos espacios dentro de las sociedades globales a los que pueden ir dirigido los entes producto del diseño regional. El desarrollo del diseño regional debe ir forzosamente hermanado tanto a la sociología como la antropología y la semiótica y se debe apoyar en las herramientas propias de dichas disciplinas como lo son las encuestas y la investigación participativa aunados a modelos de análisis semiótico como el de Cesar González. (El Significado del Diseño y la Construcción del Entorno, 2007)

Por último, es importante también incorporar dentro del cuerpo del ser del diseño regional una ética de respeto ante las expresiones materiales de la región en la cual se trabaje pues, uno de los objetivos del diseño regional es

el de generar desarrollo social. El diseñador deberá atender a los diversos estatutos, reglamentaciones y legislaciones que normen la propiedad intelectual de grupos culturales sobre su patrimonio cultural, de tal suerte que el diseñador regional se enfrenta ante la delicada labor de difundir expresiones culturales locales mediante su reinterpretación hacia los espacios globales, manteniendo en todo momento su valor e integridad.

### **3.3. Los entes del Diseño Regional**

En el presente apartado definiremos los elementos característicos de los entes del diseño regional. Partiremos del modelo de objeto presentado en el capítulo 2 y definiremos sus dimensiones de transformación en concordancia con las características del ser del diseño regional.

Al construir nuestro concepto de objeto a partir de ciertas dimensiones de transformación que se han ido incorporando a través de la historia de la humanidad y en particular de la historia del diseño, hemos destacado cómo la ponderación que se le otorga a dichas dimensiones varía de una tendencia de diseño a otra. En el caso del diseño regional la dimensión más importante es la del objeto en sí, la cosa con uso, aunada al vínculo con el entorno pues es en esa relación en donde se produce la experiencia, esa experiencia que se quiere extrapolar hacia los espacios de consumo globales.

En cuanto a la dimensión de transformación estética para nuestro modelo de objeto, ente del diseño regional; en tanto que lo que se busca es la extrapolación de experiencias hacia los estilos-de-vida-objeto-del-deseo, la estética de los entes producto del diseño regional debe estar guiada por las tendencias y pautas que se delinearán desde la mercadotecnia y la publicidad dirigida a dichos estilos-de-vida-objeto-del-deseo pues son éstas quienes van modelando de diversas maneras las preferencias de consumo de las sociedades globales. Es importante recalcar que dicha estética debe estar supeditada a aquella experiencia que se busca extrapolar en el entendimiento de que el fin propio del objeto regional es la reproducción de la experiencia local.

Para la producción de los entes producto del diseño regional se plantea su desarrollo en principio desde un ámbito no industrial, posibilitando e incentivando así el desarrollo de talleres y espacios que permitan producciones de tipo manual-artesanal, con la finalidad de generar empleos sin la necesidad de grandes inversiones. Por supuesto, en tanto que se contempla a los objetos producto del diseño regional como mercancías que serán consumidas en espacios globales, y los consumidores de dichos espacios están acostumbrados a altos estándares de calidad, la producción de los objetos de diseño regional debe estar guiada por una impecable producción manual o semi-industrial.

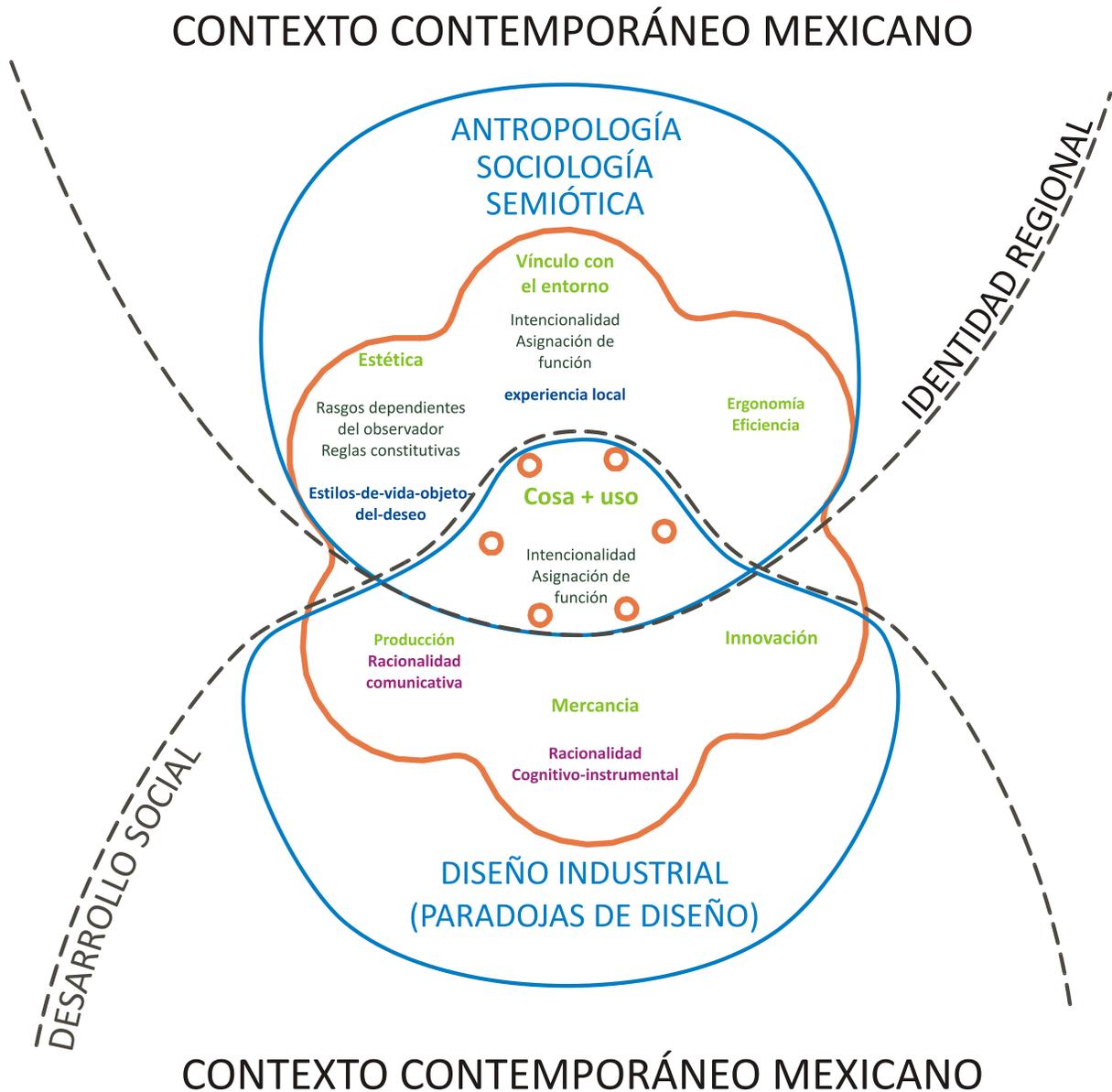
Así el modelo conceptual del objeto planteado desde el Diseño Regional se puede representar de la siguiente manera:



Fig. 14 Modelo del objeto de diseño regional

### 3.4. La identidad del diseño regional.

Una vez que hemos definido los tres elementos que, de acuerdo con Duque, conforman la identidad, podemos proceder a definir la identidad del diseño regional. Adaptando el modelo propuesto por Duque podemos esquematizar el diseño regional de la siguiente manera:



## Identidad del diseño regional

Podemos observar al centro de la figura el modelo de objeto o ente que hemos desarrollado en el apartado 3.2 del presente capítulo; encontramos en él sus dimensiones de transformación y diversos conceptos que se han tratado a lo largo de la presente investigación. Dichos conceptos, como ya lo advertimos, son los que inducen a perspectivas específicas de cada una de las dimensiones de transformación del objeto.

Para la definición del ser del diseño regional; en tanto que el ser está definido por “todo aquello determina su carácter, su forma de actuar, su concepto como disciplina proyectiva, sus búsquedas y valores, lo que vamos a llamar concepto o teoría” (Duque, 2008, pág. 29), encontramos a las disciplinas que considero como las más relevantes para el desarrollo del diseño regional: el diseño industrial, la antropología, sociología y semiótica. En la figura observamos dichas disciplinas distribuidas en la parte superior e inferior acotando las dimensiones del objeto sobre las cuales tienen mayor injerencia.

Por último el contexto dentro del cual se desarrolla el diseño regional es el contexto contemporáneo mexicano que ha sido en la introducción del presente trabajo. De igual forma he resaltado, para fines meramente ilustrativos, aquellos espacios dentro del contexto que son fundamentales para cumplir con los objetivos del diseño regional; la búsqueda de una identidad regional y el desarrollo social. Las líneas punteadas pretenden traer la atención hacia qué dimensiones del objeto de diseño regional son afectadas por la búsqueda del desarrollo social y la búsqueda de construcción, propagación o afirmación de una identidad regional.

Así la fig. 15 representa un modelo de exploración y trabajo para aquellos diseñadores que compartan las inquietudes que originaron la presente investigación.

He procurado durante la presente disertación alejarme de la tentación de presentar un método particular de acción para el diseñador pues, como logramos constatar desde el primer capítulo, los métodos, no son la mejor alternativa para aproximarse a temáticas complejas. Por lo tanto he decidido concluir el presente trabajo con un esquema descriptivo sobre las disciplinas, herramientas y posturas que debe contemplar el diseñador para que sea él quien defina un programa de acción de acuerdo a sus capacidades e intenciones así como las características particulares de la región de trabajo.

#### **4. Aportaciones.**

Durante el proceso de esta investigación pude desarrollar algunos temas que considero son aportaciones importantes para el desarrollo teórico y práctico de la disciplina del diseño industrial.

Como primer punto me gustaría mencionar la construcción del concepto de experiencia /Experiencia como fundamento para entender la construcción de las culturas y las identidades. En principio, un grupo cultural es aquel que se relaciona con su entorno desde una Experiencia compartida mientras que la identidad se construye desde las particularidades específicas a través de las cuales se viven aquellas experiencias que son producto de la

Experiencia compartida. Aunque todos los diseñadores reconocen de manera implícita la relación que los objetos generan entre las personas y su entorno, la presente investigación ha logrado explicitar dicha relación de tal forma que muestra la relevancia y la verdadera magnitud de ésta, colocando al objeto como un elemento fundamental de la construcción de la cultura. Además, el explicitar dicha relación deberá llevar al diseñador a una reflexión ética respecto a su papel en la sociedad.

Desde la construcción del concepto experiencia/Experiencia, es que podemos percibir a los objetos como estafetas culturales que permiten la reproducción de la misma o su eventual transformación además de entender a los propios objetos como herramientas de toma de posición, lo que se consume o se deja de consumir nos define como agremiados de ciertos grupos culturales, así el diseñador puede desarrollar nuevas herramientas para el estudio de los usuarios desde la materialidad que poseen y podrá también mapear experiencias específicas dentro de la construcción de Experiencias compartidas.

La presente investigación planteó un cambio en la percepción del reforzamiento de la identidad de una región mediante la producción de objetos –representativos- de la misma con la finalidad de hacer frente a los embates de la cultura global, por una postura que percibe la construcción de la identidad de una región por la posibilidad de los consumos globales a la par que se ofertan productos regionales en ámbitos globales. El diseño regional no pretende cristalizar la identidad de una región mediante el reforzamiento de la misma en contraposición a lo global. El diseño regional pretende el desarrollo de las identidades fundamentado en un desarrollo

social que permita la participación de las sociedades tradicionales y la eventual incorporación adecuada a la sociedad global.

Por otro lado, construimos un modelo conceptual del objeto que puede ser de utilidad para definir tendencias específicas de diseño así como indagar sobre diferentes posturas frente a la disciplina del diseño misma.

Dicho modelo puede tomarse también como referencia para futuras investigaciones tanto en el ámbito académico como el pedagógico además de la exploración pragmática dentro de la sociedad. A partir de este modelo se posibilita el desarrollo de esquemas pedagógicos alternativos a los modelos actuales que se fundamentan en la enseñanza de métodos específicos para la proyección de objetos. También la explicitación de los campos de transformación del objeto se puede tomar como punto de partida para futuras investigaciones que profundicen y amplíen el cuerpo de conocimiento de la disciplina mediante la descripción y construcción de nuevas herramientas metodológicas enmarcadas dentro del campo teórico del diseño pero fuera del paradigma cientificista del diseño.

Los resultados de ésta investigación se presentan también como un cuestionamiento respecto a la postura paradigmática del diseño industrial en tanto que busca nuevas alternativas de desarrollo de la disciplina; nuevas alternativas que buscan replantear lo que considero la columna vertebral de la disciplina del diseño industrial: el desarrollo social. El diseño regional se presenta entonces como una aportación al desarrollo de lo que Cesar González define como el diseño postindustrial.

## 5. Bibliografía

- Bonsiepe, G., & Fernández, S. (Edits.). (2008). *Historia del diseño en América Latina y el Caribe. Industrialización y comunicación visual para la autonomía*. Sao Paulo: Blücher.
- Bordieu, P. (1994). *Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción*. Barcelona: Anagrama.
- Cajas de transito: Sillas desde México. (s.f.). Recuperado el 15 de Abril de 2010, de Sillas de México: <http://www.transitcases.com.mx/>
- Centro Geo. (11 de 11 de 2009). *Fauna*. Recuperado el 21 de 08 de 2011, de Centro Geo: <http://www.centrogeo.org.mx/internet2/patzcuaro/02/paisaje/0201b%20Fauna.htm>
- Correa, O. (Abril de 2009). *EGAL 2009 - Programa on-line 12 Encuentro de Geógrafos de América Latina*. Recuperado el Septiembre de 2011, de [egal2009.easyplanners.info/area08/8044\\_Correa\\_Miranda\\_Olga.doc](http://egal2009.easyplanners.info/area08/8044_Correa_Miranda_Olga.doc)
- Dorst, K. (2006). Design Problems and Design Paradoxes. *Design Issues* , 4-17.
- Dorst, K. (2003). The Problem of Design Problems. *Design Thinking Research Symposium 6* . Sydney: Creativity and Cognition Studios.
- Douglas, M. (1996). *Estilos de pensar*. Barcelona: Gedisa.
- Duque, J. C. (2008). *Identidad y diseño industrial en Latinoamérica*. México, 2008.
- Featherstone, M. (1991). *Cultura de consumo y posmodernismo*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Fernandez, S. (2006). The origins of Design Education in Latin America: From the hfg in Ulm to Globalization. *Design Issues* , 22 (1), 3-19.
- Geertz, C. (2005). *La interpretación de las culturas*. Barcelona: Gedisa.
- González Ochoa, C. (2007). *El Significado del Diseño y la Construcción del Entorno*. Mexico DF: Designio.
- Jiménez, R. (29 de Noviembre de 2010). *Casa Haus*. Recuperado el 8 de Agosto de 2011, de <http://casahousespanol.blogspot.com/2010/11/la-silla-acapulco.html>
- Maturana, H. (1996). *La Realidad:¿ ¿Objetiva o Construida? I. Fundamentos biológicos de la realidad*. Barcelona, España: Ed. Anthropos.

Miranda, O. C. (02 de 06 de 2009). Recuperado el 18 de 07 de 2011, de Observatorio Geográfico de América Latina:  
<http://observatoriogeograficoamericalatina.org.mx/egal12/Geografiasocioeconomica/Geografiaturistica/10.pdf>

Pineda Covalin. (s.f.). *Acerca de Pineda Covalin*. Recuperado el 18 de Noviembre de 2010, de Pineda Covalin: <http://www.pinedacovalin.com/>

PIRWI. (2010). *Pirwi*. Recuperado el 15 de Enero de 2011, de PIRWI:  
<http://www.godoylab.com/pirwi/sp/pirwi.html>

Rittel, H. W. (1972). On the planning crisis: Systems analysis of the First and Second Generations. *Bedrjfts Okonomen* , 4-19.

Rodríguez, L. (2006). *Diseño: Estrategia y Tácticas*. Mexico: Siglo XXI editores.

Salinas, O. (1992). *Historia del diseño industrial* (reimp, 2009 ed.). México, DF, México: Trillas.

Varela, F. J., Thompson, E., & Rosch, E. (1997). *De Cuerpo Presente*. España: Gedisa.

Wikipedia. (19 de Abril de 2011). *Arqueología*. Recuperado el 26 de Abril de 2011, de Wikipedia, la enciclopedia libre:  
<http://es.wikipedia.org/wiki/Arqueolog%C3%ADa#Bibliograf.C3.ADa>

Zimmerman, Y. (1998). *Del Diseño*. Barcelona: Gustavo Gili.