



La Profesión del Diseño

Expresiones y experiencias



Universidad Autónoma
del Estado de México



cime
Centro de Investigación
Multidisciplinaria en Educación

Ana María Reyes Fabela
René Pedroza Flores
Coordinadores

La Profesión del Diseño

Expresiones y experiencias

La Profesión del Diseño

Expresiones y experiencias

**Ana María Reyes Fabela
René Pedroza Flores**

Copyright © 2018 por Ana María Reyes Fabela; René Pedroza Flores.

Número de Control de la Biblioteca del Congreso de EE. UU.:	2017919152	
ISBN:	Tapa Dura	978-1-5065-2327-9
	Tapa Blanda	978-1-5065-2329-3
	Libro Electrónico	978-1-5065-2328-6

Todos los derechos reservados. Ninguna parte de este libro puede ser reproducida o transmitida de cualquier forma o por cualquier medio, electrónico o mecánico, incluyendo fotocopia, grabación, o por cualquier sistema de almacenamiento y recuperación, sin permiso escrito del propietario del copyright.

Las opiniones expresadas en este trabajo son exclusivas del autor y no reflejan necesariamente las opiniones del editor. La editorial se exime de cualquier responsabilidad derivada de las mismas.

Fecha de revisión: 10/01/2018

Palibrio
1663 Liberty Drive
Suite 200
Bloomington, IN 47403

Fondo Editorial

Centro de Investigación Multidisciplinaria en Educación de la Universidad Autónoma del Estado de México (CIME-UAEM)

A través del Acuerdo del Rector de la Universidad Autónoma del Estado de México, se crea el Centro de Investigación Multidisciplinaria en Educación, el día 4 de septiembre del 2017. Dentro de sus atribuciones esta la de regular la elaboración, ejecución, seguimiento y aseguramiento de la calidad de su producción científica. Acorde con este espíritu, el CIME crea su Fondo Editorial como parte de su programa de difusión que tiene como bases:

Criterio de arbitraje. La producción científica, libros, capítulos de libros, artículos y ponencias deben someterse a un proceso riguroso y minucioso de arbitraje donde se valora la correspondencia con la línea de investigación del investigador, contenido científico y calidad editorial.

Criterio de visibilidad. Se valora el impacto científico, académico y social de la obra para lograr una difusión internacional a través de formatos físico y electrónico.

El libro *La profesión del diseño, expresiones y experiencias*, ha pasado por estos dos criterios de evaluación para su publicación en una editorial internacional de reconocido prestigio junto con la Universidad Autónoma del Estado de México.

D.R. © 2017, Diseño editorial de cubierta:

M. en Dis. Mariana Vanessa Martínez Balderas

Correo electrónico:

numava24@gmail.com



Universidad Autónoma
del Estado de México



PRESENTACIÓN

PRESENTACIÓN

La profesión del diseño, expresiones y experiencias, es un libro orgánico con la participación de especialistas en diseño que comparten sus puntos de vista y sus experiencias. Brinda un profundo análisis de la situación que guarda el diseño en los contextos social, industrial, empresarial y académico. Una de las conclusiones relevantes es que la profesión del diseño es una profesión del futuro porque la acción de diseñar es inherente a la transformación del mundo en la cuarta revolución industrial resultado de la evolución científica y tecnológica. Sus coordinadores, estudiosos de la temática, gozan del prestigio en la comunidad científica, son integrantes del Sistema Nacional de Investigadores, la Dra. Ana María Reyes Fabela (Nivel I) y el Dr. René Pedroza Flores (Nivel II); además, este último, es integrante de la Academia Mexicana de la Ciencia (Máximo órgano de la comunidad de científicos en México).

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a los autores participantes su gentileza de compartir con el mundo sus contribuciones teóricas. A la Universidad Autónoma del estado de México todo su apoyo para ver realizado este proyecto editorial, al PRODEP el apoyo recibido a través del reconocimiento de ser partes de un Cuerpo Académico de prestigio. Y al Sistema Nacional de Investigadores por el apoyo económico que ayuda enormemente para tener tiempo dedicado a la investigación.

ÍNDICE

Presentación	ix
Agradecimientos.....	xi
Introducción	xvii

LA ACCIÓN PROFESIONAL DEL DISEÑADOR

Capítulo 1	1
La acción profesional del diseñador ante el 2030, actor estratégico en la cuarta revolución industrial (4RI)	
<i>Ana María Reyes Fabela</i>	
<i>René Pedroza Flores</i>	

EL DISEÑADOR COMO INNOVADOR: LA CREATIVIDAD

Capítulo 2	25
La creatividad en el aprendizaje a través del diseño y desarrollo del Jugendgarten	
<i>Mariana Vanessa Martínez Balderas</i>	
Capítulo 3	59
La geometría sagrada: Expresiones simbólicas en la experiencia de la arquitectura	
<i>Oscar Javier Bernal Rosales</i>	

EL DISEÑADOR COMO PROPULSOR DEL DESARROLLO HUMANO

Capítulo 4 85

El diseñador propulsor del desarrollo humano: los retos del
diseño para contribuir al desarrollo humano en el marco de una
cultura de paz

María de las Mercedes Portilla Lujá
Celia Guadalupe Morales González

Capítulo 5 122

La profesión del diseño industrial desde una mirada
antropológica

Joaquín Trinidad Iduarte Urbieta

Capítulo 6 146

Una mirada sociocultural y simbólica del diseño como expresión
de género

Patricia Zarza Delgado
Carolina Serrano Barquín
Héctor P. Serrano Barquín

LA IDENTIDAD DEL DISEÑO INDUSTRIAL EN LA ERA POSMODERNA

Capítulo 7 167

Modelo competitivo para el diseño de productos artesanales.
Enfoque sociológico de Herbert Mead

Sandra Alicia Utrilla Cobos
Arturo Santamaría Ortega
Ricardo Victoria Uribe

Capítulo 8 189

El objeto de diseño industrial,
reflejo de identidades

Julio César Romero Becerril
Ana Aurora Maldonado Reyes
María del Pilar Alejandra Mora Cantellano

Acerca de los autores 221

La profesión del diseño

Expresiones y experiencias

INTRODUCCIÓN

Para México, como para países del mundo entero, las profesiones representan en la agenda un elemento medular. En el marco del proyecto educativo, atendidas desde la enseñanza y el aprendizaje son el elemento estratégico que puede ayudar a resolver los problemas más acuciantes de cada país. Son elemento que empuja el desarrollo científico-tecnológico a la par con el cambio en el estilo de vida y las formas en las cuales se desenvuelven las sociedades, las profesiones en su quehacer cotidiano marcan la pauta para nuevos y cada vez mejores desarrollos.

Al interior de los espacios académicos, profesores e investigadores de la disciplina del diseño, incorporan en su actividad profesional su personalidad, sus intereses y sus saberes más especializados. ¿Qué investigan sobre diseño? ¿Cómo lo investigan? ¿Qué diseñan? ¿Cómo lo diseñan? son temas de gran interés que a la vez permite reconocer su perfil como gremio y con ello el *estatus quo* que guardan los sistemas de acción profesional.

Sin duda, el mundo de las profesiones está cambiando rápidamente. En las última tres décadas, no existe profesión alguna que permanezca estática ante el impacto del desarrollo tecnológico. En el caso de la profesión del diseño se ha trastocado su concepción, fundamento y acción ante el advenimiento de la era digital. El desarrollo tecnológico de la era digital ha provocado una disrupción en la industria y en los servicios, estamos ante la cuarta revolución industrial y de servicios (4.0 RIS), que demanda un nuevo diseñador con cualidades renovadas preparado para el manejo de nuevas tecnologías y de nuevos materiales con ideas innovadoras y creativas que responda a una visión sustentable, aplicable y funcional de los objetos, productos, sistemas y procesos.

Frente a la emergencia de ecosistemas industriales y de servicios emergentes la profesión de diseño se coloca como la profesión del futuro. Esto exige conocer la realidad actual de ésta profesión para pensar en el futuro mediato; con este espíritu, nace la obra que el lector tiene en sus manos: *La profesión del diseño, expresiones y experiencias*. Estamos ciertos que hoy existe una convivencia de paradigmas de las revoluciones industriales, diseños basados en tecnologías manuales, mecánicas, automáticas y digitales. Cada tecnología trae consigo su marco interpretativo teórico, contextual e histórico, riqueza que se muestra, en esta dirección, en las páginas de este libro.

En este libro participan diseñadores industriales y gráficos –y uno que otro invitado no diseñador- que nos comparten de forma apasionada sus expresiones y experiencias que van desde la preocupación con miras al futuro del 2030 hasta propuesta de una formación creativa para el diseñador a través del desarrollo del *Jugendgarten*. También, se presenta la dimensión simbólica del diseño arquitectónico a través de sus formas geométricas y sus *rituales sagrados*. No se olvidan las dimensiones del desarrollo humano y de las expresiones posmodernas del diseño; así como, de las miradas antropológica, sociocultural, de identidad y de género. Sin duda alguna, se muestra tres momentos históricos del diseño: artesanal, industrial y digital.

Organizado en cuatro apartados el libro brindará al lector una visión de una profesión estratégica y prometedora que ha llegado al mundo entero y que ha ido avanzando y profesionalizándose cada vez más hasta llegar a ser una profesión estratégica del futuro.

PARTE I

LA ACCIÓN PROFESIONAL DEL DISEÑADOR

CAPÍTULO 1

La acción profesional del diseñador ante el 2030, actor estratégico en la cuarta revolución industrial (4RI)

Ana María Reyes Fabela¹
René Pedroza Flores²

La pluralidad humana, básica condición tanto de la acción como del discurso, tiene el doble carácter de igualdad y distinción. Si los hombres no fueran iguales, no podrían entenderse ni planear y prever para el futuro las necesidades de los que llegarán después. Si los hombres no fueran distintos, es decir cada ser humano diferenciado de cualquier otro que exista, haya existido o existirá, no necesitarían el discurso ni la acción para entenderse. Signos y sonidos bastarían para comunicar las necesidades inmediatas e idénticas. (Arendt, 2016, p.200)

¹ Dra. en C. S. Ana María Reyes Fabela; Profesora Investigadora en el Centro de Investigación Multidisciplinaria en Educación de la Universidad Autónoma del Estado de México. (CIME-UAEMéx.) Miembro del Sistema Nacional de Investigadores Nivel 1. Perfil PRODEP; áreas de investigación: Educación, Formación, Enseñanza, Aprendizaje, Profesiones y Procesos del Diseño. E-mail: anamar31@gmail.com

² Dr. en C. S. René Pedroza Flores; Es integrante de la Academia Mexicana de Ciencias, Científico adscrito al Centro de Investigación Multidisciplinaria en Educación de la Universidad Autónoma del Estado de México, (CIME-UAEMéx.). Es miembro del Sistema Nacional de Investigadores Nivel 2. Perfil PRODEP. Área de investigación y generación del conocimiento: Social, educativa y sociológica. E-mail: renebufi@yahoo.com.mx

Introducción

El profesional del diseño que requiere la sociedad para el año 2030, año en el que ya se avistan prominentes cambios sociales, tecnológicos, culturales y políticos y que afectarán todas las dimensiones de nuestra vida cotidiana, deberá ser un profesional con cualidades, habilidades y capacidades multifactoriales, actualizado y listo para responder a las necesidades que la sociedad del momento le demande. En primera instancia, deberá ser un diseñador preparado para adaptarse a los rápidos cambios que la tecnología, a través del desarrollo científico, le imponga, pero deberá ser también un individuo propositivo que cuya intervención favorezca la generación del círculo virtuoso que representa el acto de la creación tecnológico-científica. Deberá ser un actor profesional estratégico factor clave dentro de la Cuarta Revolución Industrial.

Antecedentes

La profesión del diseño es hoy en día un fenómeno sociocultural y tecnológico de gran impacto en la vida cotidiana de los individuos y el desarrollo de todas las naciones. Surgida como profesión internacional con el advenimiento del desarrollo industrial, en el siglo XX, la profesión del diseño³ se ha convertido en un baluarte cultural y una herramienta imprescindible en la generación e implementación de estrategias de crecimiento mundial. Impacta no sólo en el estado de la cultura material, el estado del arte de los objetos y el uso de los mismos y de su manera de producirlos, sino de igual forma en la economía, en los modos de distribución, venta y consumo. Impacta al propio ser humano. Los diseñadores, son en unión con los usuarios y los clientes co-creadores y

³ Una tesis que se sostiene es que el Diseño como un sistema dentro de la Cuarta Revolución Industrial (4RI) debe ser considerado como Diseño 4.0 o D 4.0, esto en alusión al término acuñado en la última década, especialmente por el país alemán, que propone comprender al fenómeno 4RI desde la productividad cuyo impacto trasciende al sistema económico, al sistema social y al sistema cultural, (Reyes y Pedroza, 2017)

co-propulsores de nuevas experiencias. En el marco de la ética, en la era de la tecnología de la información hacia el 2030, el diseño a través del diseñador es vigía responsable del medio ambiente e integralmente participe en todas las esferas y dimensiones del mundo en que vivimos. A través de sus actos profesionales, plasma y transmite sus obras intelectuales: los objetos, las cosas, los productos y los servicios, el diseñador provee a las sociedades, experiencias y distintas posibilidades de relacionarse con el mundo.

A través de la trascendencia de sus hechos en su inmersión en la época contemporánea, el diseño del presente y del futuro, se encamina a definir al ser diseñador como un ser creativo, que dota sentido a las realidades, un ser que a través de su identidad cultural y su actuar promueve en las cosas y en los objetos trascendencia y que al hacerlo, él mismo auto trasciende en sus obras. Se trata de un sujeto perteneciente al sistema social que al intervenir en él desde su actuar profesional lo modifica, con su obra lo renueva. Desde ahí trasciende -aún desde el anonimato- porque cada elemento desde su actuar modificado representa un avance al estado de las cosas: físicas, materiales o abstractas⁴.

El diseño trastoca todo el sistema social y sus subsistemas, es en el subsistema educativo desde donde a través de la enseñanza, el aprendizaje y la investigación, el diseño encuentra el germen de sus semillas porque con la transmisión del conocimiento que emanan de las diferentes disciplinas que configuran al diseño los profesores contribuyen a formar diseñadores capacitados y habilitados para dar respuesta a las necesidades que en su materia les son requeridas por la sociedad, y que cada vez exige más.

⁴ Considerando que lo físico, lo material y lo abstracto, en la propia definición del concepto de diseño de la World Design Organization (WDO), hace referencia a los objetos, productos, procesos, en lo concreto; a los sistemas y a las experiencias en lo abstracto.

1. El contexto del diseño 2020 y del diseño 2030

Según EyN (2015), para el año 2020, el diseño tendría que ver con al menos siete ideas medulares, relacionadas con la fusión de las tecnologías y los sistemas de información aunados a diversos elementos, atributos y características propios de los objetos de diseño. Esto es, tanto los elementos y fundamentos teóricos que lo caracterizan, como la ubicuidad propia de la tecnología digital. A consideración de esta postura, el diseño en el futuro estaría íntimamente relacionado con:

1. La creación sin límites, donde el desarrollo de las tecnologías digitales más el mundo de lo físico y el mundo de lo biológico son los actores principales (Schwab, 2017). Todo aquello que se puede idear en la mente se puede llevar a cabo en la materia.
2. Conexión tecnológica, o lo que se podría llamar: *diseño sin paredes*⁵, debido a que cada vez más las disciplinas creativas relacionadas con la propuesta de objetos y nuevos desarrollos se fusionan trabajando de forma interdisciplinaria, las fronteras disciplinarias se vuelven difusas;
3. El internet de las cosas (IoT, por sus siglas en inglés), que liderará al internet de los espacios, es una realidad ya palpable, ejemplos de ello los encontramos en diversos centros de convergencia de masas, espacios de instituciones públicos o privados, lugares de reunión y de recreación, entre otros;
4. El surgimiento del diseñador autodidacta; quién habrá de diseñar su propia carrera y su especialización de acuerdo a sus intereses y afinidades, individuo que además tiene

⁵ Según el Chief Executive Officer (CEO, por sus siglas en inglés), Mike Treff, de la empresa Code+Theory “ya que todo estará conectado a través de un dispositivo en los próximos cinco años, las barreras entre ser un diseñador gráfico, tecnólogo, diseñadores de interfaz, tenderán a derrumbarse. Jony Ive, de Apple, ya forma parte del diseño de software en Apple. La distinción entre diseño industrial, diseño digital o de sistemas serán cada vez más borrosas” (E&T, 2015).

el dominio de la tecnología y de los -cada vez mayores- recursos digitales. Un profesionalista que sabe como acceder al conocimiento sin necesidad de asistir a la institución educativa porque nació en la era digital. Nació en pleno auge de la era *del conocimiento* y las tecnologías de la comunicación y la información que ya mencionaba Castells (citado en Domínguez, 2009), misma era que ya suponía una tercera revolución industrial. El diseñador 2020, esta viviendo en plena acción profesional (Reyes y Pedroza, 2015), los albores de la Cuarta Revolución Industrial, la 4RI (Reyes y Pedroza, 2017).

5. Los diseñadores serán los líderes de las empresas. Los CEOs serán ahora los diseñadores, porque aunado al conocimiento, tendrán el dominio de las herramientas tecnológicas y además tendrán el potencial creativo y el acto de reflexión. Por su visión, reflejarán liderazgo y determinación.
6. Diseño para la población mayor; La población de adultos mayores, sobre todo en algunos países europeos como Finlandia, algunos otros asiáticos como Japón y otros norteamericanos como Canadá tiende a crecer, esto lleva a diseñar para ellos, considerar espacios y objetos de recreación, de esparcimiento, de convivencia y de descanso, también espacios que contribuyan para que se sientan productivos. Las generaciones mayores de los años 2020, deberán sentirse valoradas, estas generaciones corren el riesgo de padecer problemas de salud mental, lo cual deriva en mayores problemas sociales.
7. Mobiliario inteligente. Con la incorporación del IoT, el mobiliario y el usuario se comunicarán, dando paso con ello otra etapa en el concepto de las cosas. Dado que el diseño de mobiliario es muy amplio y de igual forma es amplio el uso que el ser humano le ha dado, amplias serán las aplicaciones, por ejemplo: camas conectadas a la red, toilettes con conexión virtual, escritorios, etc.

A tan sólo dos años de arribar al 2020, todas esas ideas son ya realidades. Más aún, la mayoría de éstas están siendo o ya han sido superadas. Lo anterior refleja de forma clara la realidad que se vive. Se puede decir que es a partir de este siglo, cuando surge un cambio de nuestras circunstancias de vida, de nuestros modos de relacionarnos con los otros y de entender el mundo. Desde la perspectiva de Kuhn (2006), se trataría de una revolución del conocimiento, de un cambio radical de paradigma; desde la perspectiva de Schwab (2017), se trata de una revolución tecnológica, de un cambio disruptivo, de una nueva manera de vivir y de convivir. En éste, la revolución opera en la dimensión de la producción, en aquel en el conocimiento. Sin embargo, en ambos se reconoce que se trata de cambios sin precedentes, de rupturas en la tradición cultural-científica-tecnológica que modifican de golpe y para siempre la tradición de vida de todos los individuos que habitamos este planeta, nuestro *punto azul pálido* (Sagan, 2000). No obstante, grandes sucesos están aun por venir, amplios descubrimientos que darán paso a otros mucho más grandes. La década del 2030 marcará un hito en la historia de la humanidad.

Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)⁶

En la hoja de ruta marcada por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe, CEPAL; en relación al futuro, para la tercera década del siglo corriente, se delinean los ODS para la región. A través de 17 acciones, se demarcan las líneas de trabajo que habrán de considerarse en la agenda para el desarrollo en

⁶ La postura que asumimos en este estudio, respecto a los ODS, es en la consideración siguiente: Que la disciplina del diseño es, por antonomasia, una disciplina sustentable. Lo anterior de acuerdo a los parámetros de la ética, porque aquel que diseña objetos, productos o interviene de algún modo en la cultura material y lo relacionado a ella, debe cuidar de forma natural el impacto y la consecuencia de los mismos en su entorno. De esta forma, se sostiene que el diseñador es éticamente responsable de aquello en lo que inside en su actuar profesional. La referencia a los ODS es estrictamente disciplinar. Los autores no compartimos la visión del capitalismo verde.

países de América Latina y el Caribe. En ellos está incluido México, a continuación se presentan:

ODS 1. Fin de la pobreza

Poner fin a la pobreza en todas sus formas, en todo el mundo

ODS 2. Hambre cero

Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible

ODS 3. Salud y bienestar

Garantizar una vida sana y promover el bienestar de todos a todas las edades

ODS 4. Educación de calidad

Garantizar una educación inclusiva y equitativa de calidad y promover oportunidades de aprendizaje permanente para todos

ODS 5. Igualdad de género

Lograr la igualdad de género y empoderar a todas las mujeres y las niñas

ODS 6. Agua limpia y saneamiento

Garantizar la disponibilidad y la gestión sostenible del agua y el saneamiento para todos

ODS 7. Energía asequible y no contaminante

Garantizar el acceso a una energía asequible, fiable, sostenible y moderna para todos.

ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico

Promover el crecimiento económico, sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.

ODS 9. Industria, innovación e infraestructura

Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación

ODS 10. Reducción de las desigualdades

Reducir la desigualdad en los países y entre ellos

ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles
Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles
ODS 12. Producción y consumo responsables
Garantizar modalidades de producción y de consumo sostenibles
ODS 13. Acción por el clima
Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos
ODS 14. Vida submarina
Conservar y utilizar sosteniblemente los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible
ODS 15. Vida de ecosistemas terrestres
Proteger, restablecer y promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y detener la pérdida de la biodiversidad
ODS 16. Paz, justicia e instituciones sólidas
Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y construir a todos los niveles instituciones eficaces e inclusivas que rindan cuentas
ODS 17. Alianzas para lograr objetivos
Fortalecer los medios de implementación y revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible

Tabla elaborada a partir de la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible, emitidos por la Organización de las Naciones Unidas, a través de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (CEPAL, 2017).

Es de notable importancia que en esta agenda para el desarrollo en donde se observan 17 puntos, el desarrollo científico y tecnológico que determina la 4RI no se reconozca como elemento medular para impulsar en estas economías, emergentes; sino que se observa toda

la atención al problema de marginación y de sobrevivencia. La pobreza en los países de América Latina es uno de los factores que mayor atención otorga, en este caso la ONU a través de la CEPAL.

La 4RI

La 4RI es la forma en que se organizan hoy los medios de producción, los procesos y todas las estructuras organizacionales de las industrias manufactureras y de servicios. Esta revolución está siendo fuertemente impulsada por Alemania desde el año 2000 -no sólo como concepto sino también como un movimiento económico tecnológico con repercusiones sociales-. Desde diversas aplicaciones, derivadas del avance científico y del desarrollo tecnológico se reconfiguran todos los sistemas productivos en el medio empresarial. La 4RI implica una transformación de los procesos, los objetos y los bienes de consumo así como la forma de adquirirlos, a través de una súbita ruptura de las formas y de los antiguos métodos de producción que florecieron durante la tercera revolución industrial (Brynjolfsson y McAfee, 2016). En este sentido, el cambio disruptivo que ha significado el arribo a la vida de las sociedades del fenómeno sociotécnico reconocido como 4RI discurre por todas las esferas de la vida y la realidad humana. No es la excepción en el caso de la acción de las profesiones, particularmente, la que en esta investigación analizamos tiene que ver con lo objetual, lo procesual, lo sistémico: el diseño industrial.

La 4RI se ve caracterizada por cuatro elementos importantes: La instantaneidad, la virtualización, la descentralización y la modularización (Reyes y Pedroza, 2017). En este panorama, el desarrollo de los eventos tecnológicos sucede de forma muy rápida, dinámica e instantánea. Nunca antes, en la vida de la humanidad, se había vivido un fenómeno de tales magnitudes. La toma de decisiones es descentralizada, esto significa que en la gestión en todos los niveles la decisión depende de varias personas de acuerdo al proceso del que se trate, muchas veces son los robots y las máquinas quienes toman las decisiones. La presencia

física se vuelve innecesaria⁷, ya que mediante las aplicaciones en conjunción con la red de datos conectada a todo lo ancho del orbe facilita estar en tiempo real en el lado opuesto del planeta. La modularización es también importante en esta industria, los procesos de producción de líneas rígidas semi o automatizadas pasan a ser procesos fraccionados o modulados en donde la flexibilización y el uso de robots es preponderante, un módulo no depende de otro para funcionar, produce sólo lo necesario de acuerdo a pedidos en tiempo real, los stocks de almacén desaparecen propiciando con ello la reducción de costos.

La 4RI, se caracteriza por incorporar en sus productos, procesos, sistemas y experiencias tres elementos fundamentales: lo digital, lo físico y lo biológico (Schwab, 2017). Palabras como IoT, megadata, robots, drones, inteligencia artificial, realidad virtual, cyborgs, transhumans, realidad aumentada, entre otras; son categorías que debemos investigar y con ello aplicar en el ámbito profesional. El año 2030 será un año digital en toda su amplitud (WEFORUM, 2017).

Las Megatendencias

En 2016 y como cada año desde 2010, el Proyecto Milenio, en su reporte: Estados del Futuro, sintetiza desde su análisis y a través de su convención mundial, la diversidad de tendencias, retos, oportunidades y problemáticas a resolver. Estos desafíos lo son de igual forma para las naciones, los gobiernos, las sociedades civiles, empresariales y para los individuos. El sistema de acción profesional, conformado por individuos, de perfiles diversos tienen una gran oportunidad de actuar y contribuir a la resolución de problemas y desafíos a los que se enfrentan las sociedades venideras.

El reporte de riesgos para 2017, en su conferencia anual, anuncia el listado de los riesgos a los que se enfrenta la población mundial y las megatendencias. Para términos de este análisis es importante mostrarlos porque son elementos fundamentales para la toma de

⁷ A la 4RI también se le denomina industria conectada, haciendo alusión a la conexión virtual mediante la red, modernos sistemas digitales, aplicaciones y bases de datos.

decisiones y para apuntalar posibles soluciones y líneas de acción desde el sistema educativo: las universidades, las profesiones; en caso que nos ocupa, vale la pena cuestionar: ¿Cuál es el papel que jugará el diseñador en los próximos diez años? En términos locales: ¿De qué manera contribuirá, el diseño, al desarrollo del país? A continuación presentamos las tendencias que se observan, de acuerdo al mencionado reporte de riesgos:

- a) Envejecimiento de la población
- b) Aumento de la desigualdad de ingresos y riquezas
- c) Cambio climático
- d) Auge de la urbanización
- e) Crecimiento de la clase media en las economías emergentes
- f) Enfermedades crónicas en aumento
- g) Movilidad geográfica en aumento
- h) Degradación del medio ambiente
- i) Cambios en el panorama internacional de gobierno
- j) Dependencia cibernética en aumento
- k) Aumento del sentimiento nacional
- l) Intensificación de la polarización en las sociedades
- m) Traspaso del poder

Estas megatendencias se ven condicionadas y a su vez clasificadas por al menos cuatro tipos de riesgos: Los económicos, los medio ambientales, los geopolíticos, los sociales y los tecnológicos.

2. La acción profesional

Según Reyes y Pedroza (2015), la acción profesional es la unidad fundamental del sistema profesional; perteneciente al sistema primario social y se relaciona directamente con el resto de los sistemas primarios: los culturales, los conductuales y los de la personalidad. La acción profesional es un fenómeno social, ya que considera la interacción entre los actores que en ella participan. Siendo un fenómeno social y entendido de acuerdo a la teoría parsoniana de la acción social, su análisis y comprensión se lleva a cabo desde el enfoque social. Dingwall define al sistema

profesional como “...el sistema que regula a la sociedad moderna, cuya función es acomodar a la sociedad en esta realidad” (2004, p.11). En efecto, como ya se ha sostenido, las profesiones son un producto de la era moderna. Para Parsons las profesiones son “una creación del mundo moderno” (Dingwall, 2004, p. 10). A su vez, los mismos autores dirían de las profesiones que no son sólo “las portadoras del conocimiento científico, también son guardianes seculares de lo sagrado, el sacerdocio del mundo moderno; pero un sacerdocio que reconoce lo incognoscible de las cosas, que se enfrenta a las incertidumbres y reconoce la apertura del mundo cambiante” (ibidem). De este modo y en segundo término, la acción profesional es un fenómeno cultural, en tanto se manifiesta y se apoya de símbolos abstractos y concretos que le hacen existir⁸: el conocimiento. Desde esta perspectiva, las profesiones representan un fenómeno de tipo social y de tipo cultural. Son también un fenómeno económico porque desde la expectativa de la formación los individuos se preparan para ejercer su profesión, al hacerlo lograr también un usufructo de este ejercicio. La era contemporánea delimita de una manera muy particular a la acción profesional porque cada la especialización y el conocimiento es más determinante en el actuar de los individuos. Los innovadores, los accionistas y los inversionistas como proveedores de capital físico e intelectual, tendrán las mayores oportunidades de desarrollo en esta 4RI. (WEFORUM, 2017)

El siglo XXI se ha caracterizado por su dinamismo, su versatilidad, su amplio desarrollo tecnológico y sus contrastes en todas las esferas de la vida cotidiana. A menos de quince años de arribo a la tercera década del siglo, es pertinente la evaluación de nuestro actuar profesional en el marco de estos factores que ya prometen un futuro de complejidades y de retos.

La acción profesional del diseñador (Reyes y Pedroza, 2015), constituye una clara muestra de distinción e igualdad, de pluralidad e individualidad. Se constituye una clara muestra de la conformación social de las naciones porque es a través de

⁸ Existir, en sentido teleológico.

ella y sus profesionistas –entes sociales- como se da respuesta a las distintas necesidades de sus miembros. En esta dialéctica, los actos profesionales y su configuración distinguen a las sociedades una de otra, pero de igual forma distinguen a cada uno de sus integrantes en su individualidad –los miembros de cada sociedad son también seres humanos-. En este sentido, la acción profesional es la distinción y la cualidad humana de llevar a cabo el ejercicio de una actividad. Dentro y fuera de cada gremio, la forma del actuar profesional, es la muestra clara del grado de avance y desarrollo del conocimiento, la tecnología, la cultura y su grado de permeabilidad en el sistema social. Desde el diseño y ante los inciertos cambios que promueve la 4RI y el contexto actual, vale la pena cuestionarse desde donde se postulará el actuar profesional del diseñador en las siguientes décadas.

¿Qué es *diseño*?

Una definición tradicional del diseño es la de Bayley y Conran (2008, p.13), quienes en su libro: *Diseño, Inteligencia hecha materia*, sostienen que el diseño es un arte con funcionalidad, es tanto expresión creativa como propósito intelectual, es ambas cosas. Esta definición es representativa, desde mi punto de vista, esta limitada para los propósitos de este abordaje. Una de las definiciones, hasta hoy, más completas es la de la Organización Mundial del Diseño (WDO, por sus siglas en inglés), antes ICSID⁹; que define al diseño industrial como: “El diseño industrial es un proceso estratégico de resolución de problemas que impulsa la innovación, desarrolla el éxito comercial y conduce a una mejor calidad de vida a través de productos, sistemas, servicios y experiencias innovadoras” (WDO, 2017; p. 2).

La misma Organización, ampliando la definición, conceptualiza al diseño como:

Industrial Design bridges the gap between what is and what's possible. It is a trans-disciplinary profession

⁹ ICSID: International Council of Societes of Industrial Design.

that harnesses creativity to resolve problems and co-create solutions with the intent of making a product, system, services, experience or a business, better. At its heart, Industrial Design provides a more optimistic way of looking at the future by reframing problems as opportunities. It links innovation, technology research, business, and customers to provide new value and competitive advantage across economic, social and environmental spheres¹⁰ (Ibidem).

Si se desglosan los elementos que contienen la definición de WDO, tenemos una forma simple de operacionalizar el concepto para analizarlo y proponer un abordaje desde este estudio:

CONCEPTO	DESGLOSE DE ELEMENTOS
El diseño industrial es un proceso estratégico de resolución de problemas que impulsa la innovación, desarrolla el éxito comercial y conduce a una mejor calidad de vida a través de productos, sistemas, servicios y experiencias innovadoras.	<ul style="list-style-type: none"> • Proceso estratégico • Resuelve problemas • Impulsor de la innovación • Propicia el éxito comercial • Propicia una mejor calidad de vida • Productos • Sistemas • Servicios • Experiencias Innovadoras

¹⁰ Traducción: El diseño industrial cierra la brecha entre lo que es y lo que es posible. Es una profesión transdisciplinaria que aprovecha la creatividad para resolver problemas y co-crear soluciones con la intención de mejorar un producto, sistema, servicio, experiencia o negocio. En su corazón, el Diseño Industrial proporciona una forma más optimista de mirar el futuro al replantear los problemas como oportunidades. Vincula la innovación, la investigación tecnológica, los negocios y los clientes para proporcionar un nuevo valor y una ventaja competitiva en todas las esferas económicas, sociales y medioambientales.

<p>Además,</p> <p>El diseño industrial cierra la brecha entre lo que es y lo que es posible. Es una profesión transdisciplinaria que aprovecha la creatividad para resolver problemas y co-crear soluciones con la intención de mejorar un producto, sistema, servicio, experiencia o negocio. En su corazón, el Diseño Industrial proporciona una forma más optimista de mirar el futuro al replantear los problemas como oportunidades. Vincula la innovación, la investigación tecnológica, los negocios y los clientes para proporcionar un nuevo valor y una ventaja competitiva en todas las esferas económicas, sociales y medioambientales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tiende puentes entre lo que es y lo que puede ser posible. • Profesión transdisciplinaria • Utiliza la creatividad para resolver problemas • Es co-creador de soluciones • Propone productos • Propone sistemas, servicios, experiencias o negocios. • El Diseño Industrial promueve una forma más optimista de ver el futuro • Ve los problemas como oportunidades • Liga: innovación, investigación en tecnología, negocios, clientes • Provee nuevo valor • Ventaja competitiva en esferas económicas, sociales y el medio ambiente.
---	---

Propuesta

El diseñador es un sujeto creativo, propositivo siempre de nuevos modos de ser, hacer, y también de pensar, jamás mecánico, jamás el mismo. Como sujeto, formado profesionalmente siempre proyecta su propio *background*, se proyecta a sí mismo. Sus intereses sus capacidades creativas pero también su propia personalidad. Es también un ser humano, propulsor de la cultura humanista pero transita también al transhumanista, capaz de crear realidades y experiencias que conlleven a una cultura divergente, novedosa, en renovación constante.

Hoy, los diseñadores como desde su aparición en el mundo de las profesiones deben continuar reinventándose. El diseñador debe deconstruirse, construirse y reconstruirse al mismo ritmo que lo hace la ciencia, la tecnología y el desarrollo humano. A través de esta investigación, reconocemos algunas líneas de investigación y de acción profesional que debe tomar en cuenta el Diseñador

estratégico del 2020 y del 2030 y en las cuáles se propone su intervención:

Líneas intervención y acción profesional del diseño desde los Objetivos de Desarrollo Sostenible

ODS 1

Poner fin a la pobreza

- Diseño de productos, procesos, sistemas y/o experiencias que promuevan el fin de la pobreza

ODS 2

Hambre cero

- Diseño de productos, procesos, sistemas y/o experiencias que promuevan una mejor nutrición.
- Diseño de productos, procesos, sistemas y experiencias que promuevan un agricultura sostenible.

ODS 3

Salud y bienestar

- Diseño de productos, procesos, sistemas y/o experiencias que promuevan una vida sana.
- Diseño de productos, procesos, sistemas y/o experiencias que promuevan promover el bienestar de todos a todas las edades.

ODS 4

Educación de calidad

- Diseño de productos, procesos, sistemas y/o experiencias que promuevan promover oportunidades de aprendizaje permanente para todos.

ODS 5*Igualdad de género*

- Diseño de productos, procesos, sistemas y/o experiencias que promuevan la igualdad de género y el empoderamiento a todas las mujeres y las niñas.

ODS 6*Agua limpia y saneamiento*

- Diseño de productos, procesos, sistemas y/o experiencias que la disponibilidad y la gestión sostenible del agua y el saneamiento para todos.

ODS 7*Energía asequible y no contaminante*

- Diseño de productos, procesos, sistemas y/o experiencias que promuevan Garantizar el acceso a una energía asequible, fiable, sostenible y moderna para todos.

ODS 8*Trabajo decente y crecimiento*

- Diseño de productos, procesos, sistemas y/o experiencias que promuevan el crecimiento económico, sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.

ODS 9*Industria, innovación e infraestructura*

- Diseño de productos, procesos, sistemas y/o experiencias que promuevan infraestructuras resilientes.
- Diseño de productos, procesos, sistemas y/o experiencias que promuevan la industrialización inclusiva y sostenible.
- Diseño de productos, procesos, sistemas y/o experiencias que promuevan la innovación.

ODS 10*Reducción de las desigualdades*

- Diseño de productos, procesos, sistemas y/o experiencias que ayude a promover la igualdad en los países y entre ellos.

ODS 11*Ciudades y comunidades sostenibles*

- Diseño de productos, procesos, sistemas y/o experiencias que promuevan que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos.
- Diseño de productos, procesos, sistemas y/o experiencias que promuevan que las ciudades y los asentamientos humanos sean seguros.
- Diseño de productos, procesos, sistemas y/o experiencias que promuevan que las ciudades y los asentamientos humanos sean resilientes.
- Diseño de productos, procesos, sistemas y/o experiencias que promuevan que las ciudades y los asentamientos humanos sean sostenibles.

ODS 12*Producción y consumo responsables*

- Diseño de productos, procesos, sistemas y/o experiencias que promuevan y garanticen modalidades de producción y de consumo sostenibles.

ODS 13*Acción por el clima*

- Diseño de productos, procesos, sistemas y/o experiencias que promuevan medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.

ODS 14*Vida submarina*

- Diseño de productos, procesos, sistemas y/o experiencias que promuevan que la conservación y el aprovechamiento de los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible.

ODS 15*Vida de ecosistemas terrestres*

- Diseño de productos, procesos, sistemas y/o experiencias que promuevan la protección, el restablecimiento y el uso sostenible de los ecosistemas terrestres,
- Diseño de productos, procesos, sistemas y/o experiencias que promuevan la gestión sostenible de los bosques,
- Diseño de productos, procesos, sistemas y/o experiencias que promuevan la luchar contra la desertificación,
- Diseño de productos, procesos, sistemas y/o experiencias que detengan e inviertan la degradación de las tierras,
- Diseño de productos, procesos, sistemas y/o experiencias que promuevan detener la pérdida de la biodiversidad.

ODS 16*Paz, justicia e instituciones sólidas*

- Diseño de productos, procesos, sistemas y/o experiencias que promuevan sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible,
- Diseño de productos, procesos, sistemas y/o experiencias que promuevan facilitar el acceso a la justicia para todos,
- Diseño de productos, procesos, sistemas y/o experiencias que promuevan construir a todos los niveles instituciones eficaces e inclusivas que rindan cuentas.

ODS 17

Alianzas para lograr objetivos

- Diseño de productos, procesos, sistemas y/o experiencias que promuevan fortalecer los medios de implementación y revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible.

Líneas intervención y acción profesional del diseño de acuerdo a las megatendencias y a los riesgos:

De acuerdo a las megatendencias y los riesgos que se prevén para el futuro inmediato, -antes de concluido el 2020- las líneas que se propone abordar desde la acción profesional del diseñador son las siguientes:

- Diseño que aborde la problemática del envejecimiento de la población
- Diseño sensible al aumento de la desigualdad de ingresos y riquezas
- Diseño que contribuya al retroceso del cambio climático
- Diseño que actúe de para balancear el auge de la urbanización
- Diseño para la clase media en las economías emergentes
- Diseño que intervenga éticamente en las enfermedades crónicas en aumento
- Diseño de intervención para la movilidad geográfica
- Diseño que contribuya a la disminución de la degradación del medio ambiente
- Diseño que intervenga con ética y responsabilidad social en la dependencia cibernética en aumento
- Diseño que intervenga en el sentimiento nacional
- Diseño consciente de la intensificación de la polarización en las sociedades

Conclusiones

Se ha analizado el contexto desde donde se revolucionan los modos de producción, recordando que nos encontramos en un modo de producción capitalista y que por lo que se observa, así seguiremos. Se ha observado que las brechas económicas, sociales, culturales y políticas son cada vez mayores. Como lo menciona WEFORUM: Los panoramas de polarización social y política se están transformando en el foco de atención de muchos países, y la profundización de las divisiones generacionales y culturales están amplificando los riesgos asociados con la lenta recuperación económica y acelerando el cambio tecnológico (2017). De acuerdo al informe de riesgos 2017, a los Objetivos de Desarrollo de la agenda 2030 de la ONU y a la disruptiva 4RI, los países emergentes están cada vez más alejados de los desarrollados. El diseño como profesión es estratégica porque en su naturaleza lleva implícita la innovación, la creatividad, principales propulsores de desarrollo en esta era de cambio paradigmático, la era de la información, la comunicación, la tecnología y la creatividad. De acuerdo a estos diversos factores y a la revisión de lo que es diseño -industrial- según WDO, se operacionalizó la definición y se plantearon líneas de trabajo del diseño. Estas líneas son planteadas para ser abordadas desde la formación profesional, y desde la acción profesional. Pueden representar también un plan de trabajo y contribuir a la agenda nacional, propulsadas desde la institución educativa, en este caso, la universidad. Esta propuesta es una primera contribución desde la academia y de la investigación.

Referencias

Arendt, H. (2016). *La condición humana*. México: Ed. Paidós

Brynjolfsson, E., y McAfee, A. (2016). *La segunda era de las máquinas. Trabajo, progreso y prosperidad en una época de brillantes tecnologías*. New York, London: Temas.

- CEPAL, Comisión Económica para América Latina y el Caribe, (2017). *Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Una oportunidad para América Latina y el Caribe*. Recuperado de: http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40155/10/S1700334_es.pdf
- Dingwall, R. (2004). Las profesiones y el orden social en una sociedad global. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 6 (1).
- Domínguez, R. (2009). La sociedad del conocimiento y los nuevos retos educativos. *Revista Éticanet*. Año VII, 8, Recuperado de: <http://www.ugr.es/~sevimeco/revistaeticanet/numero8/Articulos/Formato/articulo9.pdf>
- EyN, (2015). Estrategia y Negocios, Tecnología. Recuperado de <http://www.estrategiaynegocios.net/tecnologia/825090-330/story.html>
- Khun, T. (2006). *La estructura de las revoluciones científicas*. México: FCE.
- Reyes, A. y Pedroza, R. (2015). *Profesión y profesionalismo en el Diseño Industrial*. México: M.A. Porrúa.
- Reyes, A. y Pedroza, R. (2017). Retos de la Formación profesional del diseñador industrial en la Cuarta Revolución Industrial, (4RI). *En prensa*.
- Sagan, C. (2000). *El punto azul pálido: una visión del futuro humano en el espacio*. Barcelona: Ed. Planeta.
- Schwab, K. (2017). *La cuarta revolución industrial*. México: Debate.
- WEFORUM. World Economic Forum.Org (2017). *Informe de riesgos mundiales* Recuperado de <https://www.weforum.org/reports/the-global-risks-report-2017>

PARTE II

*EL DISEÑADOR COMO
INNOVADOR: LA CREATIVIDAD*

CAPÍTULO 2

La creatividad en el aprendizaje a través del diseño y desarrollo del Jugendgarten

Mariana Vanessa Martínez Balderas¹¹

En este capítulo se aborda el tema de la creatividad en el aprendizaje como experiencia trascendental del ser humano. Se plantea que, desde el paradigma del Desarrollo Humano y las aportaciones de la psicología humanista y la filosofía existencial, es posible explicar que la creatividad es una potencialidad que el individuo puede desarrollar y expresar en el acto de conocer. Concierno al interés del ámbito educativo porque posibilita cambiar los modos de comprensión que reducen la experiencia de aprendizaje a la simple transmisión de información. Más que ser un objeto estudio, es una experiencia de vida, por lo que la fenomenología es un método pertinente que posibilita su comprensión y explicación. De manera particular, se reflexiona en la pertinencia que tiene el diseño con relación al desarrollo creativo y el aprendizaje. Se propone un proyecto de diseño orientado a promover atmósferas de aprendizaje, a través de la creación de un Centro de Desarrollo del Potencial Creativo.

¹¹ Mtra. en D. Mariana Vanessa Martínez Balderas. Diseñadora, doctorante en Estudios para el Desarrollo Humano. Profesora de la Facultad de Arquitectura y Diseño de la UAEMéx. Becaria de Investigación, del Centro de Investigación Multidisciplinaria en Educación de la UAEMéx. Áreas de investigación: Diseño y pensamiento creativo. Correo electrónico: numava24@gmail.com

Introducción

El presente trabajo de investigación procede de la inquietud de explicar que la creatividad es una experiencia trascendental del ser humano. La creatividad es considerada en el mundo contemporáneo, un importante agente de valor cultural e industrial. Ésta es una visión que reduce la comprensión de la creatividad a su dimensión utilitaria y pragmática. En esta investigación, se reconoce que la creatividad es un fenómeno que concierne a la naturaleza humana y que precisa involucrarse con el conocimiento de la psicología y la filosofía existencial para comprenderse en la integración de las dimensiones de: la persona, su relación con el ambiente, su proceso como experiencia de vida y la obra como expresión de ser en el mundo. Se plantea que la fenomenología puede conducir a explicar la creatividad en la experiencia de vida.

Concierne al interés del ámbito educativo y del desarrollo humano porque, desde una manera distinta de entender la creatividad con relación al proceso de enseñanza- aprendizaje, pueden generarse atmósferas creativas que den cabida a la libertad de expresión, a la potenciación de las capacidades de las personas y a compartir en lugar de competir para alcanzar nuestros logros. De manera particular se reflexiona en el diseño, al ser una actividad humana que se ha profesionalizado y cuyos procesos de enseñanza- aprendizaje tienen una indispensable relación con la expresión creativa. Desde estos referentes, se propone en el presente estudio un diseño metodológico que comprende el análisis comparativo de tres experiencias que ofrecen distintos centros de desarrollo humano en relación con la creatividad. Conocer la manera en que la creatividad es abordada en los procesos de aprendizaje y el desarrollo de las capacidades de las personas, así como su manera concebir y aplicar el diseño como parte de sus contenidos.

La comprensión de la creatividad como experiencia trascendental del ser, nos lleva al interés por abordarla en un proyecto de diseño. Involucra la creación de un Centro de Desarrollo del Potencial Creativo. Nace de la intención por crear un espacio

que fomente el ejercicio de la creatividad de las personas, en el desarrollo de sus capacidades de: pensamiento, emociones y voluntad para expresar y realizar su voluntad de sentido. Se llama “*Jugendgarten*”, y significa en Alemán: Jardín de Jóvenes. Evoca a la idea de un “Jardín de niños”, dedicado a ser un espacio para jóvenes y adultos que deseen reconocer y ejercer su creatividad. Experimentar el acto de conocer de manera distinta a como se acostumbra en ambientes que suelen cohibir la creatividad: la escuela, el trabajo, el entorno familiar, cultural, religioso, etc. Descubrir la creatividad en la expresión de la experiencia de vida que permite vincularse afectivamente consigo mismo, con los demás y con el mundo.

Antecedentes

Los estudios científicos de la creatividad surgieron de manera formal a mediados del siglo XX, cuando Joy Paul Guilford, utilizó por primera vez el término para referirse a: “las aptitudes que son características de los individuos creadores, como la fluidez, la flexibilidad, la originalidad y el pensamiento divergente” (Esquivias, 2004, p.4). Se interesó por el pensamiento que no es racional ni lineal y que había sido relegado por el rigor del pensamiento científico. Desde entonces se ha contribuido con diversas teorías, desde distintos ámbitos disciplinarios. De manera particular, la psicología es el campo que mayor aportación ha tenido con relación a explicar la creatividad. La mayoría de las posturas coinciden en que es multidimensional, al integrarse por diferentes componentes: la persona, el proceso, el producto y el contexto en que se manifiesta. Existen enfoques que centran su atención a sólo cierto componente de la creatividad, y también posturas que intentan explicarla desde una visión sistémica. Ha sido valorada en la sociedad occidental por su aportación utilitaria y productiva de: bienes de consumo, cultura, tecnología, ciencia y el arte; lo que ha conducido a pretender instrumentar su desarrollo.

En el presente escrito se aborda la creatividad, no en la idea de objeto, sino en la de fenómeno de estudio porque se manifiesta

como experiencia del ser. Se plantea que desde la postura de la psicología humanista es posible explicar la creatividad en el origen mismo en que surge, que es la naturaleza del ser humano. Es característica de la persona porque se expresa en el ejercicio de su potencial y la voluntad de sentido. Es trascendental porque en ella el hombre puede buscar más allá de sí mismo. Significa que los seres humanos sienten el deseo de realizar sus fuerzas intrínsecas, a favor de aquello que les representa el modo de otorgar sentido a su existencia. Esta forma de expresión es una experiencia trascendental porque accede a un proceso de autoconocimiento del individuo, con relación al mundo que conoce. Le permite superar sus modos de ser en la experiencia, desde una actitud consciente y capaz de dotar de sentido a lo que vive.

En la sociedad actual, cuyo modo de vida se sustenta en el sentido utilitario y pragmático de la creatividad, existe de manera creciente una sensación que Viktor Frankl llama en su propuesta de Logoterapia: “vacío existencial” (2012, p.88). Las personas carecen de un conocimiento certero acerca de ellas mismas, y de valores que permitan darle un profundo significado y voluntad de sentido a su vida. Se entiende por voluntad de sentido, a la lucha esencial del hombre por encontrar y realizar su propósito de vida. La falta de autoconocimiento conduce al conformismo, y significa que la persona desea hacer lo que otras hacen. También conduce al totalitarismo, porque la creatividad de la persona es puesta al servicio de intereses que le son ajenos. La relación entre el vacío existencial y la voluntad de sentido puede explicarse desde una comprensión ontológica. El vacío existencial es consecuencia, no de la falta de interés del individuo hacia el mundo, sino de la falta de una relación de conocimiento con su propio ser. Al no establecer contacto consigo mismo en el acto de conocer, se ve imposibilitado a dotar de sentido a su existencia con relación al mundo que conoce. Es un problema de carácter ontológico que ha sido explicado desde la filosofía existencialista que postulaba Martín Heidegger (2015), con su concepto de “*dasain*”, que significa: “*ser ahí*”, *ser en el mundo*.

A diferencia de otros seres o entes que son objeto de estudio de la ontología, el ser humano es el único ser que se cuestiona y se preocupa por su existencia. La conciencia intencional acerca del ser en el mundo, nos posibilita dotar de sentido a nuestra existencia a través de lo que nos sucede en el tiempo, que transcurre como nuestro lapso de vida. Sin embargo, Heidegger también se da cuenta de que la sociedad moderna concentra ahora su atención en la exterioridad, porque su vida la cosifica y la lleva a un tipo de vida inauténtica. Aquello que conoce deja de tener relación con la propia vida, porque se hace en función de producir más conocimientos, y también para fines utilitarios que sirvan al desarrollo económico de las sociedades. La alienación de las personas entre lo que son y lo que conocen les aleja de una actitud consciente y capaz de conducirse bajo principios y valores interiorizados que permitan dotar a su actuar de un propósito de vida propio.

Las personas creen que *“la experiencia cumbre”*, que describe Maslow (1983) en su concepto de creatividad; es sólo para los artistas o científicos que descubren, innovan, expresan o cambian la manera en que algo se hacía o entendía. Se vuelven incapaces de aportar una manera propia de ver el mundo, porque en primer lugar no se dan cuenta del poder que tienen para hacerlo. Lo cierto es que la creatividad es una condición humana que posibilita a todos la expresión de sentido que puede conducir a las personas a su autorrealización. Cuando Abraham Maslow se refiere a las experiencias cumbre, no se refiere a estados absolutos y finales del ser humano exitoso, sino a: *“la fascinación total con el asunto-entre-manos, ese perderse en el presente”* (1983, p.89). Se refiere a momentos en su vida en los que puede ser capaz de experimentar todo su potencial en la expresión de su voluntad de sentido. La autorrealización significa para Abraham Maslow (1983), vivenciar plena y desinteresadamente, con una concentración y absorción totales que permiten en el individuo la actualización de su potencial hasta alcanzar lo máximo posible su expresión, y su reconocimiento.

El mundo actual se caracteriza por experimentarlo entre un cúmulo irrefrenable de estímulos y actividades que absorben nuestro quehacer del día a día. Son múltiples las responsabilidades que asumimos, entre actividades de mantenimiento, trabajo y posibilidades de ocio e información. Nos dejamos llevar por el ajetreo del entorno y resultamos vernos impedidos a profundizar con plena atención en cada labor e información que atendemos sin entender. La dinámica de lo exterior nos absorbe sin darnos cuenta que nosotros mismos somos quienes podemos hacer un alto para tratar de dar sentido a lo que nos pasa y saber si a dónde vamos es a donde queremos ir. Parece ser que hoy más que nunca la comprensión se vuelve necesaria para recuperarnos de una corriente que nos arrastra a la enajenación y el vacío existencial.

Acompañar a las personas en conocer su potencial creativo y los modos en que éste puede desarrollarse a través de la expresión, debe ser uno de los temas de interés primarios para el ámbito formativo. Más que centrarse en el producto creativo como resultado útil para la sociedad, debe interesarse por la autorrealización, en un proceso de experiencia que permita a las personas reconocerse y tener la oportunidad de ser ellas mismas, en una actitud de espontaneidad para responder al entorno, sin miedo a ser juzgadas por no encajar con los criterios preconcebidos de su entorno social. De acuerdo con Rainer Funk (2011), la espontaneidad significa el ejercicio de la propia y libre voluntad. Implica el conocimiento y la aceptación de la personalidad sin reprimir ninguna parte esencial que la conforma. El ámbito educativo debe reconocer además de la razón, otras formas de conocer que las personas desean experimentar: la intuición, la imaginación, la serendipia, entre otros modos que permiten equilibrar los procesos del inconsciente en el acto de conocer y comprender de la propia experiencia.

Estudiar la experiencia creativa desde la fenomenología

La creatividad es un estado que caracteriza al ser humano en su forma de conocer y relacionarse con su entorno. El ser humano a

diferencia de otros seres vivos, siente la necesidad de comprender su individualidad y superarla en el deseo de experimentarse con el mundo en una totalidad. La creatividad es potencial si se explica en su cualidad latente en la naturaleza humana. Precisa de la experiencia porque es en el desarrollo y la expresión del potencial del individuo, que puede manifestarse como actividad transformadora del entorno y del sujeto mismo. La creatividad tiene un carácter trascendental cuando se experimenta desde una consciencia intencional; lo que quiere decir que en la experiencia creativa del individuo, existe una actitud consciente y orientada a dotar de sentido aquello que le aparece a la conciencia significativo. La conciencia ocupa un lugar importante en la experiencia creativa porque significa estar presente y atender la vivencia en toda su manifestación; no sólo de los aspectos del exterior, sino también de la actividad física y mental del individuo: recuerdos, razón, imaginación, emociones, intuición, inspiración, asombro, etc.

Al ser la creatividad una experiencia de estudio, se plantea que la fenomenología es un método que permite la comprensión y explicación de la experiencia creativa. La aportación de la fenomenología al estudio de la experiencia creativa, es la de conducir a un estado de actitud consciente con relación al proceso en que el individuo, en el ejercicio de su potencial creativo, conoce el mundo y es capaz de integrarlo a su experiencia por medio de una expresión genuina y con conocimiento de causa. La cultura occidental ha sobrevalorado el razonamiento intelectual que conduce a la eficacia, la objetividad y la practicidad, pero que empobrece aspectos sensibles de la experiencia como son el sentido ético y moral de las personas. La fenomenología se propone el estudio de la experiencia en la recuperación de la intuición. Es un modo de conocer que integra el sentir del individuo al proceso de reflexión acerca del fenómeno que le es dado.

La creatividad como experiencia del ser, implica que el individuo logre penetrar en la vida cotidiana y comprenderla a profundidad para integrarla y expresarla a su propio modo. Esta disposición de la conciencia individual hacia la atención de la experiencia, puede

enriquecerse desde una visión fenomenológica que permita superar la ingenuidad con que se acepta una vivencia, y ampliar el grado de conciencia desde una actitud filosófica que cuestiona de manera crítica el fundamento de la experiencia, sin por ello suprimir los aspectos subjetivos de la misma. Esta actitud filosófica es para Edmund Husserl (1992), en su concepto de *epoché*, una actitud que permite suspender la disposición natural que tenemos hacia el continuo fluir de la existencia y que por su obviedad resulta ser ignorada. No significa excluir la realidad para dar prioridad a los dogmas o prejuicios acerca de ella, tampoco aceptar la subjetividad como lo único valioso de la experiencia; sino tener una actitud abierta a la vivencia, pero neutral y dispuesta a un pensamiento filosófico que permita a la persona en el acto de conocer, trascender su ser.

La fenomenología es considerada un método de conocimiento descriptivo y trascendental. Estos términos aluden a su carácter epistemológico, porque tiene el propósito de construir conocimiento por medio de una actitud reflexiva acerca de la experiencia dada a la conciencia. La máxima de Husserl de: "*Volvamos a las cosas mismas*" (Gallagher, 2008, p.28), revela la intención de considerar el modo en que la realidad es experimentada por el individuo y que, a través de un cambio de actitud, es posible una forma reflexiva que permite conocer y describir la experiencia vivida. Adquirir una visión fenomenológica en la experiencia que supone el ejercicio de potencial creativo, posibilita el desarrollo de la conciencia intencional. Para los fenomenólogos, la intencionalidad es la revelación de sentido a la conciencia, acerca de la experiencia. Las personas creativas revelan en su personalidad una profunda sensibilidad y necesidad de comprender el mundo y dotarle de sentido. Einstein le llamaba: "*Religiosidad Cósmica*" (2013, p.23), a la necesidad y el deseo humano por dedicar la propia vida a la comprensión y la trascendencia del Yo individual. Aportar una nueva forma de entender la vida y experimentarla en un proceso de autoconocimiento, significa experimentar el mundo con libertad de la voluntad.

Para Viktor Frankl (2011), además de la voluntad de sentido, la libertad de la voluntad y el sentido de la vida conforman los tres pilares de su propuesta de logoterapia. Al hablar de libertad de

la voluntad no significa que la persona pueda hacer todo lo que le place, sin tomar en consideración que existen aspectos de la vida que le determinan y condicionan su existencia. Más bien, significa que la persona pueda ser capaz de tomar una posición consciente e intencional ante cualquier condición de vida que deba enfrentar. Hacer uso de la propia consciencia que abarca los modos de conocer, la manera en que se percibe la realidad y la capacidad de dotar de sentido a las vivencias.

En el logro de la experiencia creativa, el conocimiento del individuo acerca de sí mismo es indispensable para el desarrollo de la conciencia intencional. La siguiente frase de Einstein refleja esta condición: “Para ser un individuo válido el hombre debe sentir intensamente aquello a lo que puede aspirar. Tiene que recibir un sentimiento vivo de lo bello y de lo moralmente bueno”. (2013, p.29). Conocer las fuerzas intrínsecas, lo que nos motiva y los aspectos que se tienen para lograrlo, es lo que permite tener experiencias significativas y con un sentido de propósito. Cuando no existe un motivo propio que permita anclar la atención, las emociones, los pensamientos y la energía total del individuo; ésta se vuelve dispersa y débil ante la falta de una intención que desafíe el potencial. En la sociedad occidental se espera que el individuo sea partícipe y contribuya desde su esfuerzo a mejorar las condiciones de vida para todos. En este sentido, se reconoce que es importante la comprensión de los demás, pero ésta sólo puede ser auténtica y significativa si primero es congruente con los intereses de bienestar personal y la empatía que de la persona pueda surgir con relación a su entorno social.

La experiencia creativa en el ámbito formativo

Uno de los temas centrales en los estudios del Desarrollo Humano, es el de favorecer las condiciones que permitan a las personas recibir una educación, como derecho fundamental que les permita alfabetizarse y tener acceso al conocimiento. La educación es considerada un derecho humano y es precisada en la Declaración de Incheon como:

Un bien público, un derecho humano fundamental y la base para garantizar la realización de otros derechos. Es esencial para la paz, la tolerancia, la realización humana y el desarrollo sostenible... la educación es clave para lograr el pleno empleo y la erradicación de la pobreza. (UNESCO, 2015, p.6)

Representa la concepción humanista de la educación y del desarrollo que se sustenta en los derechos humanos, la dignidad, la diversidad cultural, la justicia social, la inclusión, la protección, la responsabilidad y la rendición de cuentas compartidas. De acuerdo con Argibay (2005), la educación del desarrollo promueve la cooperación solidaria, compromete a profesorado y estudiantes en la defensa de los derechos humanos, la paz y la dignidad de las personas.

Se reflexiona que un objetivo central para la educación del desarrollo, puede ser el de orientar a las personas al ejercicio de la creatividad en el aprendizaje, en una experiencia de autorrealización de bienestar personal y transformación social. Significa reducir la tensión entre lo personal y lo social, entre lo local y lo global; mediante la transformación de las personas en ciudadanos del mundo, sin perder sus raíces ni su integridad personal, y participando de manera generativa y solidaria en la vida de su comunidad. La atención a las propias potencialidades vivenciales tiene que ver con tomar en serio el propio desarrollo activo y la realización de vínculos sanos de convivencia. En palabras de Delors, representa la posibilidad de: “Adaptarse sin negarse a sí mismo, edificar la autonomía en dialéctica con la libertad y la evolución de los demás.” (UNESCO, 2015, p.11). Se precisa de la atención a la creatividad en una idea que permita a los seres humanos expresar el deseo inherente y profundamente arraigado de ser. Implica una educación comprometida con una nueva forma de atender la creatividad en el aprendizaje.

El ámbito educativo no debe limitarse a la transmisión de datos duros y tradiciones ajenas a la experiencia de las personas, sino que debe motivarles a descubrir significados propios en el acto

de conocer. Significa distinguir la manera en que conocemos la realidad. El desarrollo de la conciencia intencional es en palabras de Viktor Frankl: “la capacidad humana de descubrir significados ocultos en situaciones únicas” (2011, p.90). Significa la atención e intención con que se capta la experiencia, porque nuestras intenciones son decisivas en la manera en como percibimos el mundo. De ellas depende el sentido que se le es dado al conocimiento y el modo en cómo es entendido por el individuo.

De acuerdo con la filosofía de Hanna Arendt (Comesaña, 2006), el ser humano piensa no sólo para hacer y conocer como labor, sino que como ser activo, tiene la capacidad de ir más allá de lo que conoce al dotarle de sentido. Al dotar de sentido a lo que conoce, el individuo más allá de cuestionarse si realmente ese algo existe, se cuestiona el significado de que ese algo exista. Cuando dejamos de aprender en nuestra relación con el mundo que conocemos, y actuamos desde el conocimiento que hemos acumulado, nos limitamos a crear una barrera mental que nos impide ver el mundo manera distinta. Nuestro actuar se vuelve producto de un círculo vicioso que obedece a la repetición automática de patrones y modelos mentales deterministas. El verdadero aprendizaje es tan dinámico como el fluir de la vida. Si nos resistimos a mantenernos en la seguridad del conocimiento acumulado, inevitablemente se darán experiencias de conflicto a las que se deberá dar respuesta tarde o temprano, desde nuevas formas de comprensión.

Gran parte de los problemas que acontecen en los jóvenes con relación a la falta de orientación vocacional, la deserción escolar, o su bajo rendimiento, tiene que ver con una crisis de vacío existencial. Se debe a que no logran encontrar sentido en los contenidos, los procesos de enseñanza- aprendizaje y la vinculación afectiva que se muestra adormecida ante una actividad alienada en la que el individuo no siente ser el dueño de su propia actividad. El sentimiento de insatisfacción les hace buscar modos de llenar el vacío a través de placeres inmediatos, que a su vez les lleva a caer en adicciones, trastornos alimenticios, consumo voraz de modas y tendencias, a relaciones sociales efímeras, a la violencia y comportamientos dañinos en los que se cosifica la

vida porque deja de existir empatía con las personas, el medio ambiente y las experiencias que les pueden hacer trascender en su vida. El aprendizaje ha dejado de ser entendido como un proceso vital que transforma a la persona, y se le asocia a una actividad rutinaria, que concierne sólo al ámbito escolar y que se siente como obligación, en lugar de ser una convicción personal.

En la experiencia personal docente del nivel universitario de Diseño, se reflexiona sobre la importancia que tiene cambiar la manera de abordar la creatividad como experiencia de aprendizaje. El diseño es una disciplina que aporta resultados originales y novedosos para su actividad porque se sustenta en la creatividad. No obstante, se percibe fragmentado en su dimensiones productiva y reflexiva. Sucede cual lo describe Fernando Martín Juez: "...se desarrolla (se hace diseño), por una parte, y se estudia (se reflexiona sobre el diseño), por otra" (2002, p.25). Debería reconocerse y experimentarse de forma integral. Superar su carácter disciplinar porque, además de sus dimensiones: técnica, artística y científica, es una actividad por naturaleza humana que posibilita expresar una manera particular de mirar y pensar el mundo. El diseño como actividad de aprendizaje puede facilitar el uso productivo de las facultades, talentos y los deseos inherentes de la persona. Desplegar el potencial en la expresión del ser implica ser empáticos y solidarios con las circunstancias que afectan a otros y la posibilidad de transformar su situación desde el diseño socialmente responsable.

El diseño es una actividad que guarda una estrecha relación con la idea de "proyecto". El término "proyecto" significa "*lanzar hacia delante*". Tiene una connotación muy importante con la experiencia creativa, porque el ser humano se concibe a través de los proyectos que realiza. Proyectar implica concebir, imaginar, planear, intentar, improvisar, conocer, experimentar, idear, gestionar, probar, evaluar, decidir, aprender, conocer, comprender, pensar, equivocarse, corregir, etc. Implica el ejercicio de la voluntad en la aplicación de todas las capacidades de la persona, dispuestas al logro de objetivos que permiten configurar el logro del proyecto. Ser capaz de concretar los proyectos que en un principio se plantearon como

posibilidades, permite reafirmarse como persona y a su vez dar un paso más en la realización del propio proyecto de vida.

El pensamiento de diseño o conocido como “*Design Thinking*”, es reconocido en la actualidad como un atractivo método de innovación que se sostiene en el proyecto como proceso de desarrollo de las capacidades, especialmente de ejecución. Se concibe como una disciplina que retoma los métodos y aptitudes del diseñador para identificar y relacionar necesidades humanas con oportunidades de mercado viables desde el punto de vista técnico y estratégico para darles valor: económico, social, cultural, personal, etc. Entre los procesos del pensamiento que reitera el Design Thinking, están la visualización, la observación, la experimentación, el pensamiento creativo, la evaluación y la mejora en forma integradora. El diseño como método de innovación, se ha colocado en el mundo de la administración y la cultura empresarial, como lo refiere Ignacio García (2012):

Es el concepto resultante de ir más allá del sólo diseño e inmiscuirse en la actividad de la gestión de empresas. Es el desarrollo de una metodología para la resolución de problemas y descubrimiento de oportunidades de innovación, aplicable a cualquier ámbito de la actividad humana, ya sea individual u organizacional. (p.135)

Si bien, aunque se concibe que el pensamiento de diseño transforma no sólo la organización empresarial y social, sino también los ámbitos que conforman al individuo, el Design Thinking se le reconoce por la transformación social y económica con mayor énfasis que en el hecho de que el pensamiento de diseño es en su esencia, la transformación del individuo en su manera de conocer y expresar el mundo con el que se relaciona.

El diseño es una actividad que requiere un proceso de aprendizaje y por lo tanto es un proceso de transformación, primero de la persona y luego del entorno. Es una actividad que permite ejercitar la conciencia intencional porque cuando se diseña, se otorga sentido a algo. Edmund Husserl lo expresa al decir que:

Aprender no es acumular fragmentos de conocimientos. Se trata de un crecimiento en el cual cada acto de conocer desarrolla al que aprende y lo hace así capaz de constituir objetividades cada vez más complejas; y el crecimiento objetivo en complejidad corre paralelo con el crecimiento subjetivo en capacidad. (May, 2011, p.200)

Dotar de sentido implica compromiso, conciencia, conocimiento y voluntad de acción para transformar aquello que atrajo la atención y provoca la intención de cambiar, entender, modificar, mejorar, etc. Se precisa de un proceso de reflexividad en la persona que diseña, porque su atención se ha centrado en el proceso productivo, el resultado y su impacto en el entorno social, pero igual de importante es que reconozca el proceso de transformación personal que le permite tener una nueva experiencia de aprendizaje en el diseño, así como el uso de los recursos intrínsecos que son capacidades que se expresan desde la creatividad.

De acuerdo con Pablo Fernández Christlieb (1993), la construcción de conocimiento puede darse desde tres modos distintos de aproximación al objeto o fenómeno de estudio. El primero es nombrado como epistemología de distancia y se refiere a que el sujeto y el objeto son dos instancias diferentes y ajenas entre sí. El segundo y tercer modo de aproximación en el acto de conocer son los de contacto y de encantamiento. En ambos modos existe una relación de mayor afectividad, empatía y vinculación entre el sujeto y el objeto de conocimiento. El autor refiere que mientras mayor sea el contacto y relación de conocimiento entre el sujeto y su objeto o fenómeno, llegarán ambos a un grado de encantamiento que los transforma y fusiona como un todo. Según como es nuestro modo de conocer, es como entendemos la realidad. El diseño al ser una actividad de transformación de contextos y resignificación continua de los modos de vida, demanda de la epistemología de contacto y encantamiento, porque la de distancia no es suficiente para la generación de procesos de expresión creativa, la cual necesita de una comprensión profunda para que

sean posibles nuevas maneras de entender y dotar de un nuevo sentido a la realidad.

Conocer a distancia no solo afecta a los procesos y resultados de la actividad del diseño, sino también la posibilidad de que el diseñador descubra y experimente formas de conocer que le permitan enriquecer todos los ámbitos de su vida, además del profesional. Conocer desde una motivación intrínseca y consciente de las posibilidades de dar sentido a las diferentes experiencias de conocimiento. Significa un cambio de actitud con relación a la vida y la participación en ella. Desde la actitud intencional dejan de ser suficientes los contenidos escolares y comienza a ser atractivo un acto de conocer autónomo, proactivo, transdisciplinario, entusiasta, reflexivo, responsable y participativo para la transformación positiva de la sociedad.

Se plantea una comprensión del diseño desde una visión humanista y consciente de la transformación del diseñador en el proceso de diseñar, visto éste último como un acto de conocer en la creatividad. Se cuestiona si es posible desde el conocimiento de la psicología y la filosofía existencial, aportar a una comprensión más amplia de lo que es el diseño. Conocer si existen desde otras disciplinas y ámbitos profesionales afines, formas de reconocer al diseño como una actividad creativa que permite fomentar el desarrollo de las capacidades de las personas y sus modos de aprendizaje. En el siguiente apartado se presenta un análisis de tres centros de desarrollo de la creatividad que tienen como objetivo fomentar la expresión creativa, el desarrollo del ser y el aprendizaje. Es importante saber también si alguno de ellos aborda al diseño como parte de sus contenidos y actividades.

Análisis de Centros de Desarrollo de la Creatividad

Se plantea que a través de un análisis comparativo es posible identificar la manera en que se aborda la creatividad por distintos Centros de Desarrollo Humano.

Unidades de comparación	EXPERIENCIAS		
	Centro de Desarrollo Creativo, Argentina. http://desarrollocreativo.com.ar/	El Ingenio Germinalia A.C. Chiapas, México http://www.elingenio.org.mx/	CEMEHC Centro Mexicano de Excelencia Humana Creativa http://cemehc.com.mx/
Conceptos Clave:	Coaching ontológico Desarrollo Creativo	Producción cultural e industrias creativas Desarrollo de capacidades, estilos cognitivos y actitudes	Coaching, meditación inter-ser, terapia, programación neurolingüística.
Objetivo Central:	A través del uso del lenguaje, la corporalidad, la emocionalidad y la intuición, revisa e interviene nuestra percepción, desafiando paradigmas culturalmente arraigados, con el propósito de ampliar la mirada, y el rango de herramientas y posibles acciones, para facilitar el accionar efectivo. Acercarnos genuinamente a las inquietudes de quienes nos consultan y diseñar "a medida" los pasos a seguir que nos lleven a resultados más eficientes y efectivos.	Somos una comunidad de aprendizaje enfocada en el desarrollo de habilidades, actitudes creativas y aprendizajes significativos a partir de los intereses y potenciales de las personas, que permite crear nuevas posibilidades de transformar el entorno. Provisión de las condiciones necesarias para que los participantes construyan de manera participativa, colaborativa y autónoma sus propios procesos de aprendizaje a nivel individual y grupal, a partir de sus propios recursos personales con apoyo de elementos sociales y ambientales.	Somos facilitadores-entrenadores de diseño humano neuro-lingüístico (dhnl) y programación neuro-lingüística (pnl) en educación, salud, negocios, coaching, arte...
Servicios:	Ofrece consultoría, asesoría y espacios de formación en Desarrollo Creativo, Coaching Ontológico y Arte. Carrera y Posgrado de Coaching Ontológico para el Desarrollo Creativo y la Innovación	Programas educativos, Actividades productivas y Servicios generales. Creación musical Lectura y escritura Industrias creativas y culturales Programa de ciencia y tecnología Creación Artística	Coaching de vida, ejecutivo Terapia Meditación inter- ser Servicio social Grupos de salud integral

Valores:	Compartir, expresar, ser humanos	Participación, creatividad, respeto, humildad, visión propositiva, responsabilidad, equidad, armonía, honestidad, congruencia	Gratitud, amor, tolerancia, paciencia, alegría y compasión
-----------------	----------------------------------	---	--

Conceptos	Centro de Desarrollo Creativo, Argentina.	El Ingenio Germinalia A.C. Chiapas, México	CEMEHC Centro Mexicano de Excelencia Humana Creativa
Creatividad	Postulamos que el desarrollo de la creatividad es el mayor capital de crecimiento de una comunidad y es una poderosa herramienta de cambio social que nos permite explorar variados caminos para manifestar lo que nos pasa, sentimos, pensamos o queremos y cuando lo hacemos es posible diseñar acciones originales y efectivas para alcanzar nuestros propósitos, mejorando nuestra calidad de vida personal y organizacional.	Es un conjunto de cosas que suceden a diferentes niveles dentro de cada individuo y en sus relaciones con el entorno. La conforman las capacidades creativas de cada persona, ciertos estilos cognitivos y una serie de actitudes que permiten el pensamiento y la acción creativa. Este conjunto de elementos requieren de un entorno propicio para que la persona pueda realizar su potencial. Dentro de las capacidades se consideran: La imaginación y percepción novedosa, la fluidez ideacional, intuición, dominio del campo, pensamiento crítico, identificar y resolver problemas, sensibilidad, flexibilidad, elaboración.	Transformación de la personas creando artísticamente sus propios contextos, actitudes, habilidades, creencias, valores y visión de su identidad en el universo. Nos estamos diseñando como procesos dinámicos en este sistema de cuerpo físico, mental, emocional, energético. Entonces se trata de diseñar, rediseñar lo que para cada cual es lo que hace sentir desde sus criterios más vitales, más lleno de energía, más respondiendo al contrato sagrado a su visión-misión, de lo que realmente vale la pena invertir toda la energía que sea necesaria en este ocio apasionado de Ser.

Aprendizaje	<p>“Lo que oyes lo olvidas, lo que ves lo recuerdas, lo que haces lo aprendes”.</p> <p>– Antiguo proverbio chino.</p> <p>Considera el juego como actividad que permite desarrollar y potenciar habilidades desde el aprendizaje experiencial.</p> <p>Integra varios campos:</p> <ul style="list-style-type: none"> -corporal -emocional -mental -procedimental -actitudinal -cognitivo <p>Facilita:</p> <ul style="list-style-type: none"> - trabajo en equipo - transformación personal - creación de contextos 	<p>Se enfoca en el desarrollo de habilidades, actitudes creativas y aprendizajes significativos a partir de los intereses y potenciales de las personas, que permite crear nuevas posibilidades de transformar el entorno.</p> <p>Enfoque constructivista de mediación que implica la provisión de condiciones necesarias para que los participantes construyan de manera participativa, colaborativa y autónoma sus propios procesos de aprendizaje a nivel individual y grupal, a partir de sus propios recursos personales con el apoyo de elementos sociales y ambientales.</p>	<p>A través de los métodos de PNL y DHNL se formulan a la persona una serie de preguntas que permiten hacer una serie de exploraciones para que la persona pueda cambiar, ser feliz, vivir relajada y en paz.</p> <p>Implica recordar y crear experiencia humana de excelencia. Se trata de explorar los modelos mentales y patrones de comportamiento habituales para transformarlos y mejorar el desarrollo de las propias capacidades.</p>
Atmósferas creativas	<ul style="list-style-type: none"> -Creación de contextos - Alcanzar el desarrollo más pleno de nuestro ser en el contexto de vida en que nos encontramos, respetando y valorando nuestra identidad, facilitando armonía en nuestro ser y hacer, para aquietar pensamientos y conectar con el bienestar y alegría. 	<p>Espacios de colaboración, de participación comunitaria.</p> <p>Promover un entorno propicio que facilite y amplíe las posibilidades productivas y laborales de los jóvenes en el área cultural y creativa.</p>	<p>El cambio de lenguaje es el que permite el cambio de la realidad. Todo es lenguaje. Son patrones o códigos de comunicación conocida o desconocida, consciente o inconsciente.</p> <p>Las palabras como envases de emociones y energía.</p>

	<p>Crear corporalidades para ampliar la capacidad de respuesta en los diferentes campos de acción de la vida personal y profesional.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Crear un espacio de bienestar liberando la expresión como instrumento de cambio y cobrar una nueva visión sobre nuestra calidad de vida. - Coaching and nature, incorporamos la naturaleza como espacio para hacer contacto con nuestro ser interior y la corporalidad. 		<p>El significado que le damos lo que vivimos, es lo que hace que nuestra vida tenga calidad, salud integral y propósito desde tu Visión y Misión.</p>
--	---	--	--

Se distinguen principalmente dos tipos de enfoques en la manera de concebir la creatividad: el ontológico y el social. El primero se relaciona con el desarrollo humano, la terapia y el descubrimiento del ser por medio del “*coaching ontológico*.” (Olalla, 2011) Significa: entrenamiento del ser, y tiene la intención de explorar junto con la persona sus posibilidades de cambio. Se refiere a un método de acompañamiento que facilita a las personas y organizaciones un proceso de aprendizaje y transformación de sus emociones, pensamientos y voluntad de acción. Uno de sus principales fundamentos es el uso del lenguaje, porque aporta diferentes posibilidades de interpretar la realidad y los modos de relacionarse, actuar y alcanzar los objetivos que se plantean las personas. El lenguaje es considerado no sólo útil para describir la realidad, sino que con éste se considera posible generar la realidad. De ahí que la programación neurolingüística (PNL), es uno de los métodos utilizados en terapia tanto por el Centro de Desarrollo Creativo de Argentina, como por el CEMEHC, Centro Mexicano de Excelencia Humana Creativa. Su propósito es el de ayudar a interrumpir los modelos mentales y patrones habituales de conducta que limitan a la persona y que desea cambiar para

mejorar sus capacidades. La conversación se considera una forma efectiva de ayudar a la persona, sin decirle lo que debe hacer, sin presionar, aconsejar, recomendar o imponer. Ofrece un proceso de interpretación sobre la realidad y desafía respetuosamente los modelos mentales para el desarrollo de una forma distinta del pensar, sentir y actuar.

El segundo enfoque es el social porque procura el desarrollo de la creatividad para la transformación cultural e industrial. A través del desarrollo de las capacidades, estilos cognitivos y actitudes, El Ingenio de Germinalia A.C., facilita procesos de aprendizajes significativos que permitan, desde los intereses y potencialidades de las personas, la creación de nuevas posibilidades de participación y transformación social. La creatividad es reconocida como un proceso de aprendizaje significativo que conduce a las personas a desarrollar sus intereses y capacidades para aplicarlos a través del diseño, la invención y producción de elementos originales que mejoren las condiciones del entorno. Promueve y desarrolla acciones participativas y creativas, orientadas a encontrar soluciones efectivas a problemas que enfrentan poblaciones en condiciones desfavorables. Su postura es pertinente con el concepto de “*Economía creativa*” (UNESCO, 2013), puesto que concibe la creatividad en la idea de motor social, transformativo en términos de recursos, creación de empleos, aumento en los ingresos de las exportaciones y de producción cultural. La creatividad aunque es reconocida una dimensión de la persona que puede desarrollarse a través del aprendizaje significativo y el desarrollo de las capacidades y actitudes, se concibe orientada a su aplicación para la transformación social y económica.

Por su parte, en el primer enfoque sobre el coaching ontológico, la creatividad se identifica en la idea de cambio o transformación del ser. Se centra en los modelos mentales y patrones de conducta que pueden ser reconocidos por la persona para abordarlos en un proceso de transformación del lenguaje que le conduzcan a cambios favorables en su pensar, sentir y actuar. La creatividad se manifiesta en una nueva actitud de la persona que cuestiona las

antiguas formas del pensamiento y se orienta a explorar nuevas posibilidades ante la realidad. Se propone dejar de acatar las ideas socialmente aceptadas y difundidas por los medios de comunicación. Se orienta a llevar a cabo procesos de reflexión que surjan de una actitud más consciente que abandona el conformismo y la comodidad que perjudica el desarrollo personal. De manera concreta se plantea la re-creación de la propia persona.

Ambos enfoques identifican el aprendizaje como un proceso de transformación que es indisoluble a la creatividad, en tanto actividad que conduce al desarrollo de la persona en sus capacidades cognitiva, afectiva y volitiva. También reconocen la creatividad como condición humana que surge en la persona antes que en lo social. Los tres centros de desarrollo analizados, valoran la creatividad por su cualidad de transformación del ser, su aportación al desarrollo de las capacidades y su aportación al ámbito social y cultural. Cabe destacar que de los tres centros de desarrollo creativo, sólo el de Ingenia es el que aborda el diseño y el Design Thinking, como método de aprendizaje que permite desarrollar en las personas la capacidad para identificar necesidades, que puedan ser abordadas de manera estratégica para darles valor a través del diseño. Sin embargo, su atención se centra con mayor interés hacia la producción cultural que en la transformación de la persona en su manera de conocer y su autorrealización.

Se plantea la posibilidad de aportar una nueva propuesta orientada al impulso de la creatividad a través de un Centro de Desarrollo del Potencial Creativo. Concebir la creatividad en la idea de expresión trascendental del ser humano. La aportación consiste en ofrecer experiencias que llamaremos: “Atmósferas creativas”, que favorezcan las condiciones para que las personas puedan reconocer su potencial creativo en experiencias de aprendizaje de vida. Generar actividades y dinámicas que permitan desde la actividad del diseño, descubrir diversas maneras de expresar su creatividad, y lo más importante, que el proceso de expresión creativa les permita ejercer su voluntad de sentido desde una conciencia intencional.

Las atmósferas creativas en el diseño de Jugendgarten

El término de “atmósferas creativas”, ha sido utilizado por Julián Betancourt (2005), para referirse a un estado óptimo de activación cognoscitiva y afectiva del pensar y crear, que conduce a un mejor rendimiento de las personas en la experiencia de aprendizaje. Se ha utilizado para referirse a los principios que favorecen ambientes de aprendizaje y trabajo productivo gratificante. Parte del concepto de una formación educativa que desafíe el desarrollo del pensamiento excelente. Tiene como propósito promover atmósferas creativas que inviten al desarrollo de la inteligencia, autonomía, tenacidad, capacidad de amar, recuperación ante el fracaso, energía para enfrentarse con los problemas, ser valiente, dar cabida al sentido del humor, sensibilidad para apreciar la naturaleza, la diversidad cultural y el respeto a las diferencias. Implica la disposición de ánimo, tono afectivo, procesos de pensamiento, habilidades y recursos expresivos a través del juego y la experiencia en el acto de conocer. Se procura que la experiencia de aprendizaje sea un acto de amor, desde la idea de Erich Fromm (1983a), que concibe la relación del individuo con la naturaleza, desde una actitud genuina que se encamina al cuidado, la responsabilidad, el respeto y el conocimiento. Son principios de vida que expresan la preocupación activa por la vida, el bienestar personal y social.

Procurar atmósferas creativas, es congruente con la educación del desarrollo que concibe el aprendizaje como un proceso continuo a lo largo de la vida. Se sustenta en cuatro pilares que son: aprender a conocer, aprender a hacer, aprender a vivir y aprender a ser. Juntos representan la posibilidad de una educación que fomente en las personas el aprender a conocer desde una comprensión armónica de lo global y lo local. Fomentar en las personas una formación integral y orientada a una convivencia sana en la relación individual-social. Desarrollar mediante el hacer, la transformación social orientada al ser en lugar del tener, como bien lo expresa Fromm (1978b), a lo largo de su obra. Reconocer que la creatividad posibilita a las personas, en la idea de Csikzentmihalyi (2013): “*fluir*”, para encontrar en su expresión

la propia singularidad y al mismo tiempo, participar de manera profunda en su entorno social.

Las atmósferas creativas favorecen en las personas la libertad y el impulso para expresar su creatividad. Cuando se habla de ambiente es cierto que tiene importancia que el espacio físico sea agradable y estimulante a los sentidos, aunque no es el único aspecto a considerar. La energía psicoafectiva que se experimenta al interactuar con un grupo de personas o de manera individual, influye en la experiencia del ambiente que se vive. Tiene que ver con la disposición de ánimo, la actitud de la persona, el conocimiento previo o nuevo del entorno y la disposición de la conciencia para atender la experiencia y dotarle de sentido. Se concibe que es posible facilitar atmósferas creativas si con el uso del conocimiento acerca de los aspectos que involucran la creatividad como expresión del potencial humano, se conduce al diseño de actividades, dinámicas y experiencias que favorezcan la expresión creativa orientada al descubrimiento y el logro de la voluntad de sentido de las personas.

La comprensión de la creatividad como experiencia trascendental del ser, nos lleva al interés por abordarla en un proyecto de diseño. Involucra la creación de un Centro de Desarrollo del Potencial Creativo. Nace de la intención por crear un espacio que fomente el ejercicio de la creatividad de las personas, en el desarrollo de sus capacidades de: pensamiento, emociones y voluntad para expresar y realizar su voluntad de sentido. Se llama "Jugendgarten", y significa en Alemán: Jardín de Jóvenes. Evoca al concepto del "Kindergarten" de Federico Fröbel (1993), inspirado en la teoría neohumanista y creador del primer modelo educativo de nivel preescolar. Su intención consistía en estimular el desarrollo cognitivo y físico del niño a través de un conjunto de contenidos y material didáctico que consideran el juego, la creatividad y la libertad de acción, como elementos fundamentales para el aprendizaje.

El juego es una actividad fundamental para el acto de conocer, aprender y pensar. El término se relaciona con la actividad

lúdica, que a su vez se relaciona con significados como: diversión, ocio, entretenimiento, recreo y pasatiempo. Es un comportamiento que permite representar la realidad desde un carácter simbólico para el individuo y su relación con el mundo y sus semejantes. De acuerdo con Betancourt (2005), el juego refleja la manera en el que hombre comprende el mundo desde una motivación intrínseca, es decir, que no persigue ningún fin más que el del placer que proporciona la propia experiencia lúdica. Con relación al aprendizaje, el juego no siempre se ha visto como actividad favorable para el ambiente educativo porque se le asocia con la indisciplina, el desorden y la dispersión de la atención por parte de los estudiantes. Estos preceptos corresponden a un aprendizaje basado en la repetición y el reforzamiento de estructuras de pensamiento rígidas e incuestionables. Por el contrario, ámbitos como la psicología positiva revelan que el juego es fuente de salud para el ser humano porque fomenta la curiosidad y la capacidad para explorar lo desconocido. Alienta la expresión creativa desde aquello que atrae la atención e invita a cuestionar, más que a dar respuestas programadas que provienen de modelos mentales y creencias. El juego permite ser una actividad libre y espontánea que integra el conocimiento al darse como experiencia, da lugar a la autenticidad, vitalidad, entusiasmo, comunicación, motivación y mayor conocimiento de uno mismo.

En los ambientes educativos tradicionales se ha subestimado la importancia de la expresión corporal en el aprendizaje. Los estudiantes pasan horas sentados e inactivos físicamente, lo que les conduce al aburrimiento, el cansancio y la dispersión mental. Es así que Betancourt refiere que: “Se establece un divorcio entre cerebro y cuerpo; al primero se le considera como el órgano depositario del pensamiento, ajeno por completo del cuerpo, como si fueran entes sin relación, como si marcharan por caminos antagónicos” (2005, p.4). El juego reconoce el valor de las expresiones creativas de aprendizaje en las que el lenguaje corporal permite enriquecer el mundo psicológico y experimentar el conocimiento a través del baile, el ejercicio físico y la representación simbólica mediante gestos y movimientos rítmicos del cuerpo. Reconoce la incertidumbre y la arbitrariedad que puede existir en la experiencia, y que es

importante para una expresión auténtica y espontánea de las personas.

De igual manera, el juego facilita procesos de aprendizaje metacognitivos que llevan a pensar acerca de los propios procesos de aprendizaje y expresión creativa. Cuestionar cómo conocemos lo que conocemos en la experiencia del juego. Cuestionar si las preguntas que hacemos son las que nos llevan a la comprensión de una experiencia lúdica o real. Preguntar: ¿Cómo has llegado a la solución del juego? ¿Qué pensamientos, emociones y acciones te llevaron al logro o al error? Ejercitar la voluntad y la expresión creativa desde una situación que aunque es simbólica porque se da como juego, permite vivenciar una circunstancia que puede darse como experiencia real.

Jugendgarten se concibe como un espacio dedicado a jóvenes y adultos que deseen reconocer, ejercer y compartir su creatividad. Recuperar el juego como una actividad de aprendizaje que no sólo concierne a la etapa infantil del ser humano, sino que representa una actividad fundamental para el descubrimiento, la experimentación, la expresión de la curiosidad, la atención, el pensamiento, la imaginación, la fantasía, el ingenio, la intuición, el sueño, y todos aquellos procesos cognoscitivos en los que influye el inconsciente y que han sido reprimidos por los modelos educativos tradicionales que enfatizan el pensamiento lógico, analítico y racional. Integrar los procesos conscientes e inconscientes en el aprendizaje, representa la posibilidad de recuperar la intencionalidad en el acto de conocer. Volver el aprendizaje una experiencia cuyo aspecto más importante es su relación con la intención, porque la persona puede significar y dotar de sentido a aquello que conoce. Hacer que el acto de conocer y la voluntad de la persona se vuelvan un todo. Es como lo expresa Rollo May: “Si no quiero algo, no lo conoceré nunca, y si no conozco algo, no tendría ningún contenido para mi voluntad” (2011, p.206). Por lo tanto, sin intención, ningún conocimiento tiene sentido, sin conocimiento, ninguna intención tiene un rumbo claro. Jugendgarten valora de la creatividad la posibilidad que tienen las personas de experimentar procesos de vida que les conducen a

la autorrealización. Antepone el bienestar personal al beneficio y transformación social, que son importantes, pero que suceden a la formación de individuos capaces de reconocer y ejercer su voluntad de sentido.

El diseño como actividad que precisa de experiencias de aprendizaje en la creatividad, puede abordarse en contenidos y actividades de enseñanza- aprendizaje en los que se atienda el desarrollo de la conciencia intencional. El Design Thinking permite dar valor no sólo a un usuario, un entorno, un producto, servicio o experiencia, sino que en primer lugar da valor al diseñador porque le permite conocer a través de una conciencia intencional que permite dar sentido a una problemática, una vivencia personal o ajena, pero que se vuelve cercana porque el diseñador se involucra con toda su energía vital para transformar y mejorar la situación desde el desarrollo y expresión de sus capacidades.

El propósito fundamental de Jugendgarten es el de acompañar a las personas en el descubrimiento de su voluntad de sentido, a través de compartir experiencias que posibiliten el ejercicio, reconocimiento y expresión de su creatividad en el aprendizaje. Experimentar el acto de conocer de una manera distinta a como se acostumbra en ambientes que suelen cohibir la creatividad: la escuela, el trabajo, el entorno familiar, cultural, religioso, etc. Descubrir la creatividad como la expresión de los propios recursos intrínsecos. Tener una causa en la cual creer y un propósito al cual entregarse para un proceso de autorrealización personal.

Unidades de comparación	Propuesta
	Jugendgarten
Conceptos Clave:	<p>Potencial creativo Experiencia de vida Voluntad de sentido Libertad de voluntad Sentido de vida Aprendizaje de vida</p>
Objetivo Central:	<p>Acompañar a las personas en el desarrollo de su expresión creativa a través de experiencias y aprendizajes que les permitan reconocer y ejercer sus capacidades: cognitivas, emocional-espiritual y volitivas, en la resolución de problemas y en el logro de metas orientadas al logro de la voluntad de sentido. Procurar el bienestar personal y la transformación social en armonía con la naturaleza. Aprender a conectar con la creatividad para realizarnos como personas autónomas, responsables y exitosas.</p>
Servicios:	<p>Retiros de experiencia creativa en el aprendizaje Cursos, talleres Clínica- Logoterapia Atmósferas creativas Contacto con la naturaleza</p>
Valores:	<p>Espontaneidad, respeto, compartir, responsabilidad, cuidado, amor, libertad, creatividad Bienestar personal Transformación social Aprendizaje de vida</p>

Conceptos	JugendGarten
Creatividad	La creatividad es un proceso de expresión que procura la actualización del ser, en un mayor aprovechamiento de su potencial. Puede abordarse en el aprendizaje, en un proceso que conduce a la autorrealización del bienestar personal. Concebirla en el reconocimiento que las personas puedan tener de sí mismas, y en el respeto por los demás, acerca de su voluntad de sentido. Se entiende por voluntad de sentido, al deseo de dotar de un propósito trascendental a la propia existencia. Significa que en una forma de expresión consciente e intencional, el individuo puede ser activo en un proceso que lo vuelva sensible a la reflexión, al cuestionamiento, a la experimentación, y a una actitud responsable, orientada a su proyecto de vida en armonía con su entorno social.
Aprendizaje	El aprendizaje es un proceso necesario de cambio en el individuo. Representa en las personas la posibilidad de desarrollar sus capacidades y transformar sus condiciones para mejorar su calidad de vida. La creatividad conduce en el aprendizaje a una experiencia con conocimiento de causa. El aprendizaje no solo concierne al ámbito escolar, sino que es un proceso humano que fomenta el desarrollo consciente de los ámbitos afectivo, cognitivo y volitivo durante todo el ciclo vital.
Atmósferas creativas	Es la disposición total de la persona y de las condiciones del entorno que favorecen la experiencia de la creatividad en el aprendizaje. Aprender en una atmósfera que estimula las emociones positivas y respeta la experimentación de sentimientos como: temor, inhibición, vergüenza, tristeza o ira; representa que la persona pueda sentir libertad y naturalidad en el proceso del acto de conocer que forma parte de su experiencia. Es la energía psicoafectiva que se experimenta al interactuar con un grupo de personas o de manera individual, e influye en la experiencia del ambiente que se vive. Tiene que ver con la disposición de ánimo, la actitud de la persona, el conocimiento previo o nuevo del entorno y la disposición de la conciencia para atender la experiencia y dotarle de sentido.

A continuación se presenta una muestra de los contenidos y algunas de las actividades que se proponen realizar en Jugendgarten:

Capacidades Aprendizajes	Capacidad de imaginación y de pensamiento	Capacidad de emociones y corporalidad	Capacidad de voluntad de sentido
Ejemplos de contenidos:			
<p>Descubrir la propia identidad: Implica el reconocimiento de la persona con relación a su potencial, sus recursos intrínsecos, y las condiciones tanto internas como externas que influyen en la construcción de su personalidad. Ejercitar la expresividad de lo que somos.</p>	<p>Cuentograma: Objetivo: Escribir un cuento en el que la persona construya un personaje animal que represente su identidad. Estimula la originalidad del pensamiento. Desarrolla la fluidez de ideas, contribuye a la redefinición de ideas. Desarrolla la reflexividad, la imaginación, conceptualización y elaboración.</p>	<p>Cuentograma: Establecer contacto emocional con el reconocimiento de la propia identidad a través de la elaboración de la historia y la construcción del personaje.</p>	<p>Cuentograma: La historia puede ser un ejercicio narrativo que permita esclarecer los motivos e intereses personales que constituyen la propia voluntad de sentido.</p>
<p>Reconocer la vocación: Aprender a ser productivo desde la idea del ser. Significa adquirir una actitud orientada a la realización de las potencialidades que le son características. Al expresar lo que se aprende, se expresa el ser en un proceso de actualización de sus capacidades intelectuales, emocionales y volitivas. Darse cuenta de sí mismo como individuo activo y creador. Reconocer las expresiones y experiencias que conducen a estados de autorrealización personal.</p>	<p>Personajes creativos: Objetivo: Conocer la vida de personajes creativos a través de la teoría de inteligencias múltiples y reconocer los propios talentos, capacidades, intereses y habilidades. Intercambiar reflexiones. Dibujo: “Las tres mejores creaciones de mi vida” Objetivo: Representar en un dibujo las tres mejores creaciones que consideras de tu vida. Capacidad de crear significados por medio de la representación, síntesis, abstracción.</p>	<p>Personajes creativos: Reconocer la motivación intrínseca en las actividades e intereses que se relacionan con el reconocimiento de la vocación, la voluntad de sentido. Fomentar la curiosidad, sorpresa, espontaneidad. Dibujo: “Las tres mejores creaciones de mi vida” Objetivo: Representar emociones vinculadas al proceso de reflexión y representación del tema.</p>	<p>Personajes creativos: Con los personajes que uno se identifica, reconocer cuáles son sus cualidades, talentos, y conocer a profundidad el proceso de vida que le llevó a la autorrealización. ¿Cómo se relaciona contigo? Dibujo: “Las tres mejores creaciones de mi vida” Objetivo: Reflexionar sobre nuevos retos creativos, ¿Qué me gustaría crear ahora? ¿Qué me falta crear? ¿Por qué? ¿Cómo hacerlo?</p>

<p>Autonomía: Significa la tendencia hacia la autosuficiencia, la firmeza frente al mundo, el desarrollo cada vez más pleno del potencial humano. Ser espontáneo de acuerdo con los propios recursos internos. Fortalecimiento de la autoestima, independencia, responsabilidad, libertad.</p>	<p>¿Cómo vives la creatividad y el aprendizaje?: Objetivo: Con la técnica de collage (con recortes de revistas ilustraciones, etc.) elaborar un poster con imágenes que representen el modo en que vives la creatividad y el aprendizaje. Comentarlo en grupo.</p> <p>Método Design Thinking Objetivo: Llevar a cabo un proceso de diseño en el que apliquen: empatía, análisis, imaginación, ejecución, evaluación.</p>	<p>¿Cómo vives la creatividad y el aprendizaje?: Objetivo: Reconocer los estados emocionales en el proceso de diseño: motivación, frustración, curiosidad, ansiedad, entusiasmo, etc.</p> <p>Método Design Thinking Objetivo: Reflexionar en la empatía y afectividad presente en el proceso de investigación del tema y proceso de diseño. Tenacidad Tolerancia a la frustración Capacidad de decisión.</p>	<p>¿Cómo vives la creatividad y el aprendizaje?: Objetivo: Reconocer cómo he aprendido, cómo concibo el aprendizaje, qué me gustaría aprender, cómo me gustaría expresarlo y darle sentido.</p> <p>Método Design Thinking Objetivo: Reflexionar ¿Qué del método de Design Thinking me puede servir para cumplir metas, objetivos? ¿Qué proyecto me gustaría tener?</p>
<p>Valores de vida: Son principios que permiten guiar la ética y moral de la persona a favor de la autorrealización personal: amor, responsabilidad, cuidado, respeto, libertad, verdad, belleza, bondad.</p>	<p>Juego: Plantar árboles Objetivo: Conocer y tener contacto con la naturaleza en la experiencia de plantar árboles.</p> <p>Actuación: Acontecimientos y estilos Objetivo: Se ofrece al grupo una determinada situación o acontecimiento y se le pide narrarlo en un estilo al azar, de una serie de tarjetas. Estilos: cómico, lírico, trágico, escandaloso, solemne, polémico, creativo, romántico, optimista.</p>	<p>Juego: Plantar árboles Objetivo: Fomentar la sensibilidad hacia la naturaleza, el respeto, cuidado y apreciación por la belleza.</p> <p>Actuación: Acontecimientos y estilos Objetivo: Fomentar la empatía, el reconocimiento de las emociones y su expresión.</p>	<p>Juego: Plantar árboles Objetivo: Reflexionar la relación de la propia voluntad de sentido con la naturaleza.</p> <p>Actuación: Acontecimientos y estilos Objetivo: Reflexionar sobre la relación de la actividad con experiencias propias.</p>

<p>Aprender a convivir:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Convivencia íntima: pareja, amigos, familia, compañeros de trabajo. - Convivencia política: Con el resto de la sociedad. - Convivencia con uno mismo: Fomentar la asertividad. 	<p>Juego: Caja de música Objetivo: Estimular la originalidad del pensamiento, favorecer la coordinación y movimiento corporal, permitir la expresión y apreciación musical. Los participantes están sentados en un círculo y al compás de la música se pasan una caja de uno a otro con rapidez. La caja contiene notas de acciones corporales que deberán realizar si la música se detiene y tienen la caja en sus manos.</p> <p>Armar regalos Objetivo: Crear regalos para realizar un intercambio en el que la persona pueda dar algo de ella a la otra persona, tomando en cuenta el por qué se lo desea compartir.</p>	<p>Juego: Caja de música Objetivo: Fomentar sentimientos de: alegría, sorpresa, curiosidad, sentido del humor.</p> <p>Armar regalos Objetivo: Fomentar sentimientos de sociabilidad: compasión, respeto, justicia, autoestima propia y ajena, generosidad, altruismo.</p>	<p>Juego: Caja de música Objetivo: Desarrollar la capacidad de cooperar en metas comunes.</p> <p>Armar regalos Objetivo: Aprovechar los recursos amorosos y el apoyo social del que dispongo.</p>
---	---	---	---

<p>Autorrealización: Experiencias que conducen a la persona a aprender a escuchar su voz interior, a responsabilizarse, a ser sincera, espontánea y productiva en el proceso de descubrimiento de quién es y cuál es su misión de vida.</p>	<p>Recorrer un laberinto de obstáculos Objetivo: Recorrer un laberinto en el que descubrirán sobres ocultos con preguntas que deberán responder para poder librar obstáculos que les impiden recorrer el laberinto.</p> <p>Práctica de Yoga Objetivo: El yoga es bueno para el cuerpo y el alma. Proporciona una mayor flexibilidad, mejora la postura corporal, mejora la atención a la respiración, reduce el estrés, mejora la condición física, reduce el agotamiento, la ansiedad, el insomnio. Potencia la atención plena.</p>	<p>Recorrer un laberinto de obstáculos Objetivo: Identificar las emociones que se presentan en la experiencia de recorrer el laberinto, enfrentarse a las preguntas y los obstáculos.</p> <p>Práctica de Yoga Objetivo: Equilibrar las emociones, eleva el estado de ánimo.</p>	<p>Recorrer un laberinto de obstáculos Objetivo: Relacionar la actividad con obstáculos de vida, conflictos y el modo en cómo puedo resolverlos.</p> <p>Práctica de Yoga Objetivo: Reflexionar cómo el yoga ayuda en la voluntad de acción.</p>
--	--	---	---

Referencias

- Argibay, M. (2005). *La Educación para el Desarrollo*. San Sebastián. Recuperado de http://www.dhl.hegoa.ehu.es/ficheros/0000/0023/La_educacion_para_el_desarrollo.pdf
- Betancourt, Julián (2005). *Atmósferas creativas. Juega, piensa y crea*. México: Ed. El Manual Moderno.
- Christlieb, P. (1993). El conocimiento encantado. *Dialnet*, (13), 119-124. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2762953>.
- Csikzentmihalyi, Mihaly (2013). *Aprender a fluir*. Barcelona: Ed. Kairós.
- Comeseña, G. (2006). El pensamiento como actividad según Hannah Arendt. *Utopía y Praxis Latinoamericana, Redalyc*. 11 (35). Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=27903502>
- Einstein, A. (2013). *Mi visión del mundo*. México: Ed. Tusquets.
- Esquivias, S. (2004). Creatividad: Definiciones, antecedentes y aportaciones. *UNAM Revista Digital Universitaria*, (1), 1-17.
- Frankl, V. (2011). *Fundamentos y aplicaciones de la logoterapia*. Barcelona: Ed. Herder.
- Fröbel, F. (1993). Friedrich Fröbel UNESCO. *Perspectivas: Revista trimestral de educación comparada*, 23, 501-519.
- Fromm, Erich (1983). *El arte de amar*. México: Ed. Paidós.
- Fromm, Erich (1978). *¿Tener o ser?*. México: Ed. Fondo de Cultura Económica.
- Funk, Rainer (2011). *La creatividad según Erich Fromm*. México: Ed. Demac.
- Gallagher, S. (2008). *La mente fenomenológica*. Madrid: Ed. Alianza.

- García, I. (2012). *La nueva revolución gerencial. Pensamiento de Diseño*. México: Ed. Esportes.
- Heidegger, M. (2015). *El ser y el tiempo*. México: Ed. Fondo de Cultura Económica.
- Husserl, E. (1992). *Invitación a la fenomenología*. Barcelona: Ed. Paidós.
- Juez, F. (2002). *Contribuciones para una antropología del diseño*. Barcelona: Ed. Gedisa.
- Maslow, A. (1983). *La personalidad creadora*. Barcelona: Ed. Kairós.
- May, R. (2011). *Amor y voluntad. Contra la violencia y la apatía en la sociedad actual*. Barcelona: Ed. Gedisa.
- Olalla J. (2011). *Coaching Ontológico*. Universidad de Palermo. Buenos Aires, Argentina. Recuperado de: http://www.palermo.edu/dyc/opencdc/opencdc2011_1/017.pdf
- UNESCO. (2015). *La educación encierra un tesoro*. Informe a la UNESCO de la Comisión internacional sobre la educación para el siglo XXI. Recuperado de: http://www.unesco.org/education/pdf/DELORS_S.PDF.
- UNESCO (2015). *Foro Mundial sobre la Educación 2015*. Recuperado de: <http://es.unesco.org/world-education-forum-2015/about-forum/declaracion-de-incheon>
- UNESCO (2013). *Informe sobre la Economía Creativa (2013)*. Recuperado de: <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013-es.pdf>

CAPÍTULO 3

La geometría sagrada: Expresiones simbólicas en la experiencia de la arquitectura

Oscar Javier Bernal Rosales¹²

La lógica de la sabiduría no necesita hacer descubrimientos, porque ya sabe.

Umberto Eco

Introducción

La geometría ha sido considerada desde tiempos inmemoriales como un sistema de razonamientos que el hombre ha desarrollado para la realización de múltiples actividades creativas de entre las que destacan la arquitectura y el diseño. La geometría sagrada es un concepto que nos ha permitido reflexionar sobre la forma en que las culturas antiguas concebían el espacio-tiempo como unidad y a la naturaleza como una fuente inagotable de soluciones a problemas de diseño. Al analizar las representaciones geométricas que las culturas han manifestado en múltiples elementos y aspectos de lo cotidiano, es posible comprender que ya desde tiempos remotos se tenía una conciencia de las formas de comportamiento de los sistemas y los organismos naturales, lo que derivó en el reconocimiento de lo sagrado en la Tierra y su representación en la arquitectura y la ciudad.

¹² Doctor en Diseño. Profesor de Composición Arquitectónica y Taller de Proyectos Arquitectónicos en la Facultad de Arquitectura y Diseño de la UAEMÉX. Colaborador del Cuerpo Académico de Estudios Urbanos y Arquitectónicos de la FAD. idea.arquitectos07@gmail.com

La historia es necesaria

En la cultura occidental se ha identificado la pérdida en la relación del hombre con el espacio y tiempo sagrados y se ha convertido en prisionero de un tiempo y un espacio desimbolizados y desmitificados. En la posmodernidad se vuelve necesaria la reconstrucción de los mitos que permitan al hombre recuperar el sentido sagrado de los objetos y los espacios que diseña; la reinterpretación del *orden divino* mediante la observación del cosmos puede representar un acercamiento hacia dicha reconstrucción. En la naturaleza del hombre como tal, está el *medir*, acción generada como forma simbólica de apropiación del territorio¹³. Para Nietzsche (2007), el hombre fue quien en primer lugar creó un sentido humano a las cosas; por esta razón se llama hombre: *el que mide el valor de las cosas*.¹⁴

Según Cassirer (2009), en la medida en que el hombre es primitivo ejecuta actividades técnicas en el espacio, en que mide distancias, dirige su canoa, lanza su flecha a un blanco determinado y así sucesivamente, su espacio, en calidad de campo de acción y de espacio pragmático, no difiere con el principio fundamental de la Geometría: *la medida del mundo*. Pero cuando el hombre convierte este espacio en materia de representación y de pensamiento reflexivo, surge una idea específicamente primordial que difiere radicalmente de cualquier versión intelectualizada.

¹³ El territorio es considerado como un espacio de apropiación del hombre a partir de la realización de sus actividades cotidianas que definen su identidad en el tiempo. Señala De Hoyos (2010) que *la geometría y la geografía nacen con la genuina intención de delimitar la apropiación del territorio como propósito*.

¹⁴ Para Nietzsche el término alemán *Mensch* –hombre– deriva del latín *mensuratio*–medida–. Esta relación nos recuerda asimismo, que la frase estaba ya presente entre los griegos: El sofista Protágoras sostiene que *el hombre es la medida de todas las cosas, de las que son en cuanto son, y de las que no son en cuanto no son*. La pérdida del sentido sagrado se da porque en la Modernidad se invierte el sentido de dicha afirmación: hoy se mide al hombre por las cosas o por los *medios sígnicos* que están a su alrededor, y por su ética.

La idea del espacio del hombre primitivo, aun cuando esté sistematizada, se halla vinculada con el sujeto. Es una noción más efectiva y concreta que el espacio abstracto del hombre de cultura avanzada. No es tan objetivo, mensurable y de carácter abstracto. Ofrece características egocéntricas o antropomórficas, además de ser dinámico y arraigado en lo concreto y sustancial. Cuando el hombre primitivo logra reconocer distancias, direcciones y destinos determinados, es posible hablar del logro de una apropiación de su espacio y tiempo.

Para el punto de vista de la mentalidad y de la cultura primitivas, se ofrece una tarea casi imposible; la de dar ese paso decisivo que nos puede conducir del espacio de la acción (empírico), a un concepto teórico o científico del espacio, el espacio de la geometría (reflexivo), en el cual señala, han sido suprimidas todas las diferencias concretas de nuestra experiencia sensible inmediata. Ya no poseemos un espacio visual, táctil, acústico u olfativo.

El espacio geométrico hace abstracción de toda la variedad y heterogeneidad que nos es impuesta por la naturaleza de nuestros sentidos; nos encontramos en un espacio homogéneo, universal, y sólo por medio de esta nueva forma característica del espacio, pudo llegar el hombre al concepto de un orden cósmico, único y sistemático. Una idea semejante de la unidad y legalidad del universo, nunca pudo haber sido alcanzada sin la de un espacio uniforme.

Cassirer (Idem) señala que tuvo que transcurrir mucho tiempo antes de que el hombre pudiera concebir la idea del espacio geométrico abstracto y reflexivo. Con respecto a este planteamiento, es posible identificar un *principio de orden relacional* que resulta significativo para la comprensión de los fenómenos sociales desde la antigüedad. Es un principio que permite establecer el puente necesario entre el mito y el rito.

El rito es el retorno al tiempo originario; es la repetición de un *modelo divino* que proyecta al ser humano al comienzo de la historia. Este orden relacional se verá reflejado en un *orden físico*, a partir del cual el hombre puede construir un modelo para la

creación y organización de su espacio de vida. No solamente la ciudad en la que el hombre vive o su templo sagrado posee un orden simbólico, sino que así ocurre en general en los *ritmos* de la vida y de la naturaleza.¹⁵

Los modelos urbanos de la modernidad se caracterizaron por la exclusión de la ciudad tradicional por el aparente caos y mezcla de usos de suelo que en ella se presentan. Tampoco consideraron las formas de organización rural como parte fundamental en la estructura urbana, por el contrario, se intensificó la fragmentación entre las *zonas planeadas* y los asentamientos considerados como *irregulares* por no corresponder con los principios de organización de los asentamientos urbanos.

Una de las características del pensamiento posmoderno radica en la aceptación de la gran diversidad en las formas de organización social en determinado espacio; así mismo, los nuevos planteamientos urbanos reconocen la multiplicidad de realidades que acontecen de manera cotidiana en las ciudades. La certeza que caracterizó a la ciencia moderna, ha visto surgir una nueva forma de pensamiento en el que la incertidumbre, la intuición, la imaginación y las formas de pensamiento simbólico se han convertido en factores tan importantes como la racionalidad en la construcción de conocimiento.¹⁶

¹⁵ Las ciudades antiguas están construidas como templos, con portales en las cuatro direcciones, mientras que en el centro está el santuario principal del divino fundador de la ciudad. Los ciudadanos viven y trabajan dentro de los confines de este símbolo. Con el mismo espíritu, los dominios de las religiones nacionales y mundiales están centrados alrededor del eje de alguna ciudad madre: el reino cristiano de occidente alrededor de Roma, el del Islam alrededor de la Meca. (Campbell, 1993).

¹⁶ Como señala Balandier (1993): Por haber tenido la certidumbre, concedida a un siglo XIX triunfante, de que “el universo en adelante ya no es un misterio”, la ciencia generó un efecto de desencanto. Al haber perdido su gran sueño unificador, la ciencia actual ha llegado a ser más permeable a lo que es exterior a ella, tiene una mayor relación de interacción con su exterior. Ha abandonado toda ilusión de extraterritorialidad teórica e incluso cultural. En esta idea, la ciencia comienza a reencontrar los espacios de la tradición y el mito. Hace reaparecer las raíces desvanecidas y durante mucho tiempo ocultas.

Es precisamente la aceptación de la diversidad y la reafirmación de la heterogeneidad de la vida ciudadana lo que caracteriza al pensamiento posmoderno dando origen a una nueva concepción en el urbanismo y la arquitectura. Nuevamente, como sucedió en el Renacimiento, la arquitectura y la ciudad deberán ser consideradas como parte de un mismo conjunto y por lo tanto mantener una coherencia y correspondencia entre ambos niveles.

Fue el teórico renacentista León Battista Alberti quien señaló que un edificio es el microcosmos de una ciudad en su reconocida frase: *la ciudad es como una gran casa y la casa es como una pequeña ciudad*. Partiendo de esta idea, se busca conciliar nuevamente a la arquitectura con la ciudad concibiendo ambas como los componentes fundamentales de un mismo sistema, para poder de esta manera, interpretar los ritmos en el espacio urbano partiendo del análisis de los ritmos en el espacio arquitectónico y viceversa.

Es a partir de este planteamiento como se identifica la necesidad de recuperar los principios simbólicos y ritmos universales, que permitan al hombre reencontrarse con su propio origen y sus raíces. En este contexto, nuevamente se identifica a la Geometría como el lenguaje que permitirá al hombre lograr la conexión entre la escala urbana y la arquitectónica, la cual a su vez puede ser interpretada como la unión de elementos opuestos pero complementarios entre sí. Por lo anterior se vuelve necesario el análisis de las diversas manifestaciones culturales que adquieren un carácter simbólico y que son trascendentales en la definición del territorio del hombre.

En una visión global y totalizadora de la ciudad difícilmente se logrará la comprensión de su esencia y de su configuración; ya que para entender las formas de organización social es necesario un enfoque desde los *sistemas complejos*. Si bien, la geometría ha constituido un eje de análisis importante en la estructura de diversos modelos de interpretación de la forma urbana en el tiempo, los principios axiomáticos de la geometría euclidiana ya no son suficientes para alcanzar a vislumbrar la complejidad de los sistemas sociales.

Para el análisis de la ciudad desde una visión posmoderna, es necesaria la generación de un estudio sistémico que, además de contemplar los aspectos simbólicos en la cultura, logre aproximarse a las múltiples escalas que integran el espacio urbano, de entre las que destacaremos la arquitectónica por contener la esencia, no solo de la sociedad que la habita, sino también del tiempo histórico en que se ha edificado.

También es importante el análisis simbólico en la escala arquitectónica ya que en ésta se han identificado manifestaciones, que por medio del lenguaje de la geometría han podido revelar la esencia de la fundación de toda la ciudad y por lo tanto, la forma en que se han podido organizar las sociedades en el espacio urbano. La visión de la arquitectura como un sistema complejo que integra otras artes como la pintura, escultura e incluso la música, adquiere relevancia debido a que éstas últimas se vuelven parte integral del sistema arquitectónico y en ocasiones, en una continuación y secuencia simbólica del mismo.

A partir de este enfoque, y tomando en consideración la diversidad de escalas que componen al espacio urbano, es como se considera a la arquitectura como la estructura primigenia que contiene la esencia del espacio urbano, y a la geometría sagrada, como el principal eje de análisis de la complejidad del sistema.

En el mundo antiguo, desde Egipto hasta las culturas prehispánicas, ha sido posible observar una forma de pensamiento universal que considera las estructuras orgánicas de la naturaleza y los sistemas de organización del cosmos. Dichos sistemas han sido reflejados en múltiples manifestaciones culturales y constituyen el fundamento de la organización de los grupos sociales en un espacio-tiempo determinados.¹⁷

La geometría sagrada ha sido considerada por estas culturas como un sistema de signos y de símbolos, cuya función ha radicado en

¹⁷ Como se señala en el *Kybalión*: Más allá del cosmos, del tiempo, del espacio, de todo cuanto se mueve y cambia, se encuentra la realidad sustancial, la verdad fundamental (Trimegisto, 2010, p.43).

la representación de los ritmos observados en el universo y en la naturaleza. Un signo puede ser un número o un ícono, pero en la medida en que su significado trasciende a la forma material y es aceptado por un grupo social, entonces se convierte en un símbolo. La diferencia entre el signo y el símbolo radica en el grado de intensidad en que se utiliza cada uno de ellos.

Por un lado, el signo tiene la función de ser solo el significante de una idea u objeto y expresa solo su aspecto exterior o *exotérico*¹⁸; pero por otra parte, cuando ese significante es utilizado como un modo de sugerir, evocar, recordar, hacer sentir o representar diversos significados e incluso valores de una cultura determinada, entonces el signo adquiere la calidad de un símbolo. En este sentido, la geometría adquiere el sentido sagrado en el momento en el que sus razones, axiomas y postulados se vuelven, no únicamente significativos, sino además simbólicos en la memoria colectiva de un grupo social determinado.

Un ejemplo significativo de lo anterior lo podemos observar en el número phi o número de oro (1.618033...), considerado como la razón matemática y geométrica más representativa observada en las estructuras de la naturaleza, y cuyo conocimiento y utilización podemos apreciar desde el antiguo Egipto. En la antigüedad, el número de oro fue considerado como sagrado debido a sus cualidades armónicas y prácticamente perfectas; fue producto de un razonamiento que partió de la observación de los sistemas de organización del Cosmos y fue posteriormente denominado como *sección o proporción áurea*.

Fray Luca Pacioli (Livio, 2007) fue un fraile franciscano quien, entre otras aportaciones, atribuyó un sentido sagrado a esta razón matemática denominándola como *la Proporción Divina*, y ofrece cinco razones para otorgarle este designio:

¹⁸ Eduardo Schuré (2006) señala que en las manifestaciones simbólicas siempre existen dos dimensiones: la *esotérica*, que se refiere al aspecto interior, inmaterial y esencial del fenómeno, y la *exotérica*, la cual hace referencia al aspecto exterior y material del mismo.

1. Es una y nada más que una.
2. Su similitud entre las tres relaciones (AC, CB y AB) y la santísima trinidad: Padre, Hijo y Espíritu Santo.
3. La incomprendibilidad de Dios y el hecho de que la Proporción Áurea sea un número irracional, las hacen equivalentes.
4. La omnipresencia y la invariabilidad de Dios se asocia con la autosimilitud de la Proporción Áurea.
5. Del mismo modo en que Dios creó el Cosmos a través de la quinta esencia, representada por el dodecaedro, la Proporción Áurea hace posible la creación del dodecaedro. Este poliedro es el resultado de la composición entre doce figuras pentagonales, y la base del trazo del pentágono es la razón áurea.

La sección áurea puede encontrarse tanto en los procesos de desarrollo de la naturaleza (estructura del ADN, reproducción de los conejos, crecimiento de las plantas y las flores, proporciones del cuerpo humano, etc.) como en la conformación de las galaxias, en el movimiento de los astros y en los ciclos del Universo. Fue Leonardo de Pisa (Fibonacci) quien creó la serie numérica a partir de la cual se puede encontrar el número de oro razón áurea.¹⁹

Tanto la razón áurea como la serie de Fibonacci, son posibles de identificar en el Cosmos, a partir de la alineación que se presenta entre el Sol, el planeta Venus y la Tierra respectivamente, la cual se puede observar cada 584 días con una posición distinta a 72 grados de la alineación anterior.²⁰ Dado que hay 5 períodos de 72

¹⁹ En la serie de Fibonacci cada número es la suma de los dos anteriores: 0,1,1,2,3,5,8,13,21,..., etc. La división entre dos términos consecutivos, tiende a acercarse a la sección áurea conforme progresa la serie, ejemplo: $8/5=1.6$, $13/8=1.625$, $21/13=1.615$, etc., hasta llegar al número Phi: 1.618033...

²⁰ El ángulo de 72° es considerado como áureo porque es la esencia en el trazo, tanto del pentágono como del pentagrama inscrito en él ($360^\circ/5=72^\circ$).

grados en una circunferencia, Venus regresa al mismo punto del cielo cada 8 años (menos dos días correspondientes a los años bisiestos).

Este periodo se conocía como el ciclo Sothis en el Antiguo Egipto. Sothis, “Brillante del año nuevo”, es el nombre griego que los antiguos egipcios daban a una estrella excepcionalmente significativa para ellos y a la que identificaban con la diosa Sopdet de la mitología egipcia. Hoy se le conoce a este periodo como ciclo de Venus.

Braun (2003) hace referencia a este ciclo, a partir del movimiento del satélite Hiperión de Saturno, el cual da un giro completo sobre su eje en 13 días mientras que su movimiento alrededor del planeta lo realiza en 21. Tanto 13 como 21 son números de la cadena de Fibonacci y por lo tanto están directamente relacionados con la proporción áurea, ya que al dividir 21 entre 13, el resultado es igual a 1.615...

Lo anterior nos da la idea de que existe una relación con base en la proporción áurea, entre el movimiento de los planetas alrededor del Sol, y de los satélites alrededor de los planetas; aunque en este último caso, señala Braun (Idem) que solamente en el satélite Hiperión se presenta este ciclo, ya que en todos los demás satélites de nuestro sistema, el tiempo que tardan en dar un giro sobre su eje es igual al tiempo que tardan en dar la vuelta completa al planeta. Por este motivo, siempre vemos la misma cara de la Luna desde la Tierra y su lado oculto fue conocido en 1975, cuando naves espaciales lo fotografiaron.

Es importante reconocer que la figura geométrica del pentagrama constituye por excelencia el signo de la razón áurea y puede ser identificada en la representación de la diosa egipcia Sopdet. Sin embargo, este signo adquirió el grado de símbolo en el momento en que se le atribuye la representación de la divinidad femenina y posteriormente se transforma en Venus, diosa romana relacionada principalmente con el amor, la belleza y la fertilidad.

En el pensamiento cosmológico del México Prehispánico también es posible observar referencias al ciclo pentagonal del planeta Venus.

Al respecto Soustelle (1982) también señala que la revolución del planeta Venus dura 584 días, por lo que cinco años venusinos equivalen a ocho años solares (5 y 8 son números de Fibonacci).

A cada año venusino se le otorgó un signo: *Cipactli*, *Cóatl*, *Atl*, *Ácatl* y *Ollin*. El calendario venusino y el calendario solar coinciden a partir de la razón áurea, es decir, al dividir los 584 días del ciclo de Venus entre los 365 días del ciclo de la Tierra, el resultado es igual a 1.6, muy próximo al número de oro o *phi*: 1.618...

Planteados los principios de relación entre ambos calendarios, es posible estudiar la manera en que sus diversos periodos de tiempo se unen a la explicación de las direcciones del espacio o rumbos del Universo: *Cipactli*=Este, *Cóatl*=Norte, *Atl*=Oeste, *Ácatl*=Sur y *Ollin*=Centro.

Sumando la dirección hacia arriba (supramundo) y hacia abajo (inframundo) a los cinco rumbos mencionados anteriormente, dan un total de siete posiciones cuyo centro (*Ollin*) es concebido como el lugar en el que se encuentra Dios (Strachan, 2005); es el origen y al mismo tiempo el final del espacio-tiempo, y como se analizará posteriormente, es un espacio simbólico y vorticial porque contiene tanto fuerzas centrífugas como centrípetas.

El sentido sagrado de la Geometría es entonces reconocido a partir de la observación de los ritmos áureos de la naturaleza, los ritos y los *hitos*²¹ que surgen en torno al mito del símbolo geométrico. El pitagorismo²² por ejemplo, retoma el signo del pentagrama como símbolo de identidad entre los integrantes de

²¹ Entiéndase el hito como el espacio simbólico o lugar de la manifestación del rito y también como un momento significativo en el tiempo.

²² La estrella pentagonal fue el símbolo sagrado de la hermandad, formada por hombres y mujeres que vivían en comunidades y se abstenían de toda forma de lujuria, consagrados a una vida de moderación y a la práctica de la curación. La estrella de cinco puntas se ha conservado como símbolo universal de buen augurio y como la representación de los ritmos de vida en armonía. (Doczi, 1996) Para Philip Davis y Reuben Hersh, *los matemáticos son miembros de una secta exótica en busca de claves esotéricas que expliquen el universo*. (Citados en Pickover, 2011, p.10)

la doctrina y como reflejo de su filosofía en el diseño de templos, en el arte y la cultura²³. En estos ritmos naturales, el ángulo áureo de 72° ha sido relacionado con el número de pulsaciones que el corazón genera en un minuto (aproximadamente 72). En la *geometría sagrada del corazón*, Winter²⁴ señala que este músculo funciona como un toroide que le imprime giro a la sangre; le da la secuencia y el ritmo exacto para que mediante la circulación en espiral del fluido por las venas pueda nutrir a todo el organismo. Así mismo, explica la presencia de la razón áurea en el ciclo rítmico del corazón, entre su periodo de contracción (sístole) y de relajación (diástole).

Los ritmos universales han sido representados en la organización simbólica del territorio a partir de la Geometría Sagrada.²⁵ Las culturas antiguas medían la posición y el movimiento de los astros por sus puntos de salida y ocaso, según se señalaban en el horizonte. Estos puntos -especialmente los del Sol y la Luna- fueron muy importantes en el diseño y edificación de múltiples monumentos megalíticos, cuyos alineamientos con la Tierra reflejaban los alineamientos con el cielo.

Los antiguos monumentos megalíticos como Stonehenge, demuestran el conocimiento del hombre por la geometría celeste y su representación en *unidades sagradas* de medición que han sido aplicadas en el diseño de templos y en edificaciones significativas en la historia del hombre. Con la llegada del Cristianismo y su consolidación como religión oficial del Antiguo Imperio Romano, muchos de estos sitios fueron considerados como *paganos* por lo que surgió la tendencia de edificar basílicas

²³ Priya Hemenway señala: *La péntada representa un nivel de diseño cósmico al introducir el símbolo de la vida misma; era algo tan venerado en las sociedades primitivas que su diseño se mantenía en secreto y los pitagóricos la utilizaban como señal secreta para reconocerse.* (Hemenway, 200, p.56)

²⁴ Información retomada de: <http://www.youtube.com/watch?v=uasWxU6RYBY>

²⁵ Un espacio es sagrado cuando la geometría de su diseño está basada en proporciones que son bien números enteros, o bien especiales, como la proporción áurea. Un espacio sagrado tiene una apariencia armoniosa y ofrece esta sensación, pero también posee una cualidad objetiva, que puede medirse y que lo hace adecuado para ser un templo. (Skinner, 2007, p.91)

cristianas y catedrales encima de ellos como símbolo de dominio y del surgimiento de una nueva espiritualidad.

Sin embargo, existen estudios de entre los cuales destacan los de Watkins (citado en Skinner, 2007, p.96) sobre lo que él mismo denominó como *líneas ley*. Este concepto surge a partir de la observación del paisaje, en el cual ha sido posible la identificación de patrones de alineamiento entre elementos tanto naturales -ríos, montañas, linderos de prados, etc.- y artificiales -templos, caminos, torres y poblados en su totalidad-. Watkins observó alineamientos rectos que recorrían el terreno a pesar de los obstáculos y una geometría en la organización de los asentamientos que no había sido considerada de manera importante en estudios y planteamientos urbanos previos. Así mismo descubrió que con el empleo de mapas de *Ordnance Survey* (Instituto Topográfico Nacional de Gran Bretaña) de gran escala -y posteriormente con fotografías aéreas-, era posible conectar diversos monumentos megalíticos, templos y centros de ciudades importantes y distantes entre sí. Estos emplazamientos conectados resultaron ser sitios sagrados de la época precristiana; lugares que habían sido sumamente importantes para las culturas paganas.

Una de las principales culturas paganas que vivieron en la región de la Gran Bretaña y gran parte de Europa fueron los celtas. Los druidas eran considerados como una clase elevada en la sociedad celta y como un grupo religioso de culto pagano. Algunas teorías como la de Strachan (Idem) señalan que fueron los druidas constructores de monumentos megalíticos como el de Stonehenge.

Para ellos, la piedra vertical denominada *menhir*, era considerada como el símbolo de *lo eterno*, y era utilizada para marcar puntos energéticos terrenales, telúricos²⁶. El menhir se refiere al monumento

²⁶ Señala Carmen Bonell (2000) que la localización de Stonehenge surge a partir de observaciones astronómicas con las cuales se ha determinado que este recinto se encuentra en la confluencia de múltiples corrientes subterráneas (o telúricas), las cuales provienen desde el núcleo de la tierra y se van atenuando conforme se acercan a la superficie terrestre. Estas corrientes generan un campo magnético conocido como magnetósfera, el

megalítico formado por una piedra larga clavada verticalmente en el suelo con finalidades conmemorativas o de culto. El dolmen es una construcción megalítica consistente por lo general en varias losas hincadas en la tierra en posición vertical y una losa de cubierta apoyada sobre ellas en posición horizontal. En bretón significa *mesa grande de piedra*. El crómlech es en conjunto, la estructura circular o elíptica formada por menhires y dólmenes con la finalidad de delimitar un espacio considerado como sagrado. En el lado derecho superior de la imagen se puede observar la piedra *Heel*, la cual es un menhir que determina la orientación de Stonehenge hacia la salida del Sol. También Stonehenge está dispuesto según un rectángulo, señalado por cuatro piedras denominadas *las cuatro estaciones*, porque proveen orientaciones de las posiciones extremas del Sol y de la Luna en los solsticios y equinoccios, lo que genera la idea de que este recinto sirvió como observatorio lunar y solar que, al prever los solsticios, equinoccios y eclipses, también fue un elemento esencial para la generación de un orden social basado en los ritmos cósmicos. La concepción simbólica de Stonehenge, nos remite a la imagen de la búsqueda del centro del mundo, no únicamente para la delimitación de espacios sagrados, sino además, para la fundación de toda una organización social que se basaba en la representación del orden cósmico en el territorio por medio del lenguaje de la Geometría.

Por otra parte, la trascendencia que adquiere este lugar es debida a que constituye el punto de cruce entre dos lugares importantes: la línea de Old Sarum con una orientación de 351 grados, y la del Castillo de Groveley con una orientación de 49 grados. Estas dos líneas están debidamente marcadas en el sitio por elementos físicos que son, la Avenida y dos piedras aisladas.

Estudios realizados por György Doczi, muestran la composición de Stonehenge basada en los principios geométricos de la proporción áurea. Esta razón geométrica se presenta en la relación dimensional entre la estructura perimetral (crómlech) con

cual es muy importante para ciertos aspectos de la vida en el planeta, por ejemplo, la orientación de muchos animales en sus viajes y del hombre por medio de la brújula.

respecto a los menhires y dólmenes ubicados en la parte central del recinto (ver figura 6). Esta forma de razonamiento desde la Geometría, nos hace pensar que los antiguos arquitectos de los templos y recintos sagrados, tenían la idea de que el principio de organización que habría de regir a toda una ciudad en el futuro, debería estar contenido en la estructura que marcaba la fundación de la misma. En este sentido, la geometría de los cielos se vio reflejada también en la *geometría geográfica* de la Tierra. (Skinner, 2007)

Las civilizaciones antiguas como la egipcia, observaban detenidamente los astros y las constelaciones en el Cosmos con la finalidad de comprender la manera en que éste se organiza. Los patrones observados en el Universo han sido representados en la Tierra como fundamento en la organización simbólica, no solo de ciudades sino de conjuntos de las mismas y en la generación de rutas que las conectan entre sí. La representación de las constelaciones en el diseño de ciudades siguió el segundo principio hermético de *reciprocidad* (Trimegisto, 2010), en el cual se afirma: *Como es arriba es abajo, como es abajo es arriba*. Este principio es importante porque ayuda a la comprensión de conceptos que pueden considerarse opuestos entre sí, pero que a la vez se complementan. En términos de György Doczi (Idem) podemos entender estos principios como *dinérgicos*, y su estudio permite identificar los esquemas de autocorrespondencia y de autosemejanza entre las múltiples escalas de aproximación en el análisis de la naturaleza.

Para ejemplificar lo anterior, se muestra la teoría de la alineación de las pirámides de Guiza (Keops, Kefrén y Micerino) con la constelación de Orión. La teoría propuesta por Robert Bauval²⁷ señala que las tres pirámides representan la imagen del cinturón de Orión en la superficie terrestre. Lo anterior fue basado en los

²⁷ Ingeniero civil y escritor. Fue educado en el colegio para muchachos ingleses *La escuela de Alejandría*, en Egipto, y en el *Colegio franciscano* en Buckinghamshire, Reino Unido. Autor del Libro: *El misterio de Orión*, publicado en 1994, que trata de la correlación de las pirámides de Guiza con respecto a la observación estelar.

conocimientos que los egipcios tenían de la Astronomía para el estudio y la interpretación del Universo, y de la Geometría para su manifestación en la Tierra. Bauval señala que *las pirámides tienen su imagen en el cielo*.

La idea de la representación de los sistemas del Cosmos en los primeros asentamientos urbanos, se enfatiza a partir de la *Teoría Clásica de la Arquitectura* de José Ricardo Morales (1999). En ella se explica que el hombre, como un *ser temeroso de Dios*, se ve en la necesidad de generar principios de organización del territorio basados en los patrones universales y naturales, y que a sí mismo se reflejarían en el emplazamiento de sus principales templos y en los asentamientos en torno a ellos. Es un principio de *autorrecurrencia* a lo observado en la naturaleza y que se han manifestado incluso desde la prehistoria.²⁸

A partir de esta teoría, la Arquitectura es entendida como el *reflejo de los dioses y del orden divino*. Lo importante en estos espacios eran las proporciones sagradas que eran cuidadosamente calculadas a partir del principio de la sección áurea, y cada parte del edificio era concebida como una reproducción a escala de la totalidad del conjunto en perfecta *euritmia*.²⁹ En general, el templo

²⁸ Raymond Bayer (1965, p.17) señala al respecto: “El hombre primitivo se siente místicamente unido a su grupo social y a la especie animal o vegetal de la que el grupo cree haber descendido, y en general se siente ligado a todo lo que está fuera de él y que percibe como si fuese él mismo. Del mismo modo nuestros ancestros prehistóricos se convertían, sin duda, en mamuts, caballos, bisontes, lo cual explicaría quizá, el extraordinario realismo de su arte rupestre. Por otro lado, en las representaciones de este arte, no se descubre huella alguna de una imaginación creadora y productiva. Resulta así necesario destruir la leyenda que pretende que los pueblos primitivos son incapaces de ver las cosas como son. Claro está que hay una estilización en el arte prehistórico, pero esta estilización seguramente se presenta, si no como un mejoramiento, al menos como una búsqueda de tipo estético”.

²⁹ La *euritmia* es entendida como un sentimiento de encantamiento en el hombre, en el momento de la apreciación de las proporciones de un edificio. Es un placer que proviene de un ritmo liberador o catártico, que surge de la percepción de las recurrencias analógicas de la unidad en la variedad. (Ghyka, 1978)

era diseñado para albergar a los dioses, por lo que la escala es monumental en la medida en que escapa a las dimensiones del hombre.

Umberto Eco (2006) también nos muestra datos que sirven de ejemplificación para poder reconocer la relación entre las dimensiones y proporciones de los edificios antiguos y el orden cósmico observado en el cielo. Explica que en la pirámide de Keops existen razones matemáticas relacionadas con la geometría de la Tierra, y se explican a continuación:

- La altura de la pirámide es igual a la raíz cuadrada del número que expresa la superficie de cada uno de sus lados.
- Si se multiplica la altura del *pyramidion*³⁰ por la altura de toda la pirámide, el resultado por diez y después se eleva a la quinta potencia, se obtiene la longitud de la circunferencia ecuatorial.
- Si se toma el perímetro de la base y se multiplica por veinticuatro para después elevarlo al cubo y dividirlo entre dos, se obtiene el radio medio de la Tierra.
- La superficie cubierta por la base de la pirámide multiplicada por noventa y seis, por diez a la octava, da ciento noventa y seis millones ochocientos diez mil millas cuadradas, que corresponden a la superficie de la Tierra.
- Si se divide la base exacta de la pirámide entre el doble exacto de su altura, se obtiene la razón 3.1417245..., muy aproximado al número Pi.

³⁰ El *pyramidion* era el pequeño remate situado en el ápice de la gran pirámide y constituía su punta. Era de oro o de otro metal que brillara al Sol, y también era colocado en la punta de los obeliscos. Existen evidencias de que en el antiguo Egipto se utilizaba el *electrum*, que era una aleación de oro, plata y trazas de cobre. Este material se encuentra de forma natural pero también podía ser producido de manera artificial. Umberto Eco (Idem) explica la teoría sobre el conocimiento de la electricidad, su captación y conducción a través de este material en el antiguo Egipto, ya que los elementos que lo componen son en la actualidad los mejores conductores de esta energía. El *electrum* también puede verse aplicado en las puntas de algunas catedrales góticas, y existen algunas referencias de este material en la Biblia.

Estas razones nos han permitido interpretar el simbolismo de la pirámide y comprender que la importancia de su diseño, radica en el conocimiento aplicado, tanto de la Astrología como de la Geografía, resultado de la observación y sistematización de los patrones universales y de la naturaleza en la Tierra; y de la Geometría como lenguaje de representación de dichos patrones en la organización simbólica del territorio.

Existen diversos esquemas geométricos que han permitido comprender las proporciones de la pirámide, de entre los que destacan su construcción a partir del trazo del heptágono y del Hombre de Vitruvio de Leonardo Da Vinci. Este último nos remite a la idea de que las proporciones que se manifiestan en los elementos construidos, son el reflejo de las proporciones en la constitución física del hombre. Así mismo, se ha identificado a la geometría de la pirámide con relación a las proporciones entre los diámetros de la Tierra y de la Luna respectivamente.

La pirámide de Keops ha sido considerada como un modelo del cosmos en la tierra y como un arquetipo en el diseño, cuya influencia sigue presente en la actualidad. Lo anterior es debido a que en su diseño se identifican tres razones geométricas que son representadas por números complejos, imaginarios o irracionales, es decir, que no son expresiones enteras y lineales en su razonamiento. Estas razones son: el número Phi (1.618033...) (ver figura 11), la raíz cuadrada de 2 (1.414...) (ver figura 12) y el número Pi en el cálculo de su altura, cuya aproximación es de 3.1417245...

Otro ejemplo en el que se puede apreciar la influencia del orden cósmico en la Tierra, es el del emplazamiento de las catedrales góticas más importantes de Francia. Estas edificaciones se encuentran ubicadas en antiguos santuarios (principalmente de origen Celta) lo que nuevamente nos remite a los ritos realizados por las antiguas culturas paganas en sitios de importante confluencia de corrientes telúricas. Nuevamente se retoma el principio de las *líneas ley* de Watkins para la interpretación simbólica de los antiguos santuarios, como puntos focales de un

sistema de organización territorial basado en la observación de la constelación de Virgo.

En la Edad Media surge nuevamente el mito de que las líneas ley eran conexiones o cruces de corrientes de energía telúrica, por lo que se consideró que los santuarios paganos fueron ubicados en estos puntos con la idea de establecer recintos sagrados. La identificación de estos lugares da la pauta para que autores como Schwarz (Idem) establecieran los principios de la *geografía sagrada*.³¹ En la *geografía sagrada*, cualquier montaña, río o incluso un árbol, puede ser considerado como simbólico y como un elemento importante en la organización de un asentamiento humano. Mircea Eliade (1981) sitúa la *geografía sagrada* en la simbolización del centro del mundo, geografía que para el hombre de la sociedad tradicional es la única efectivamente real. Por lo tanto, en las líneas ley casi siempre se consideran elementos naturales como pauta rumbo a la *sacralización* del espacio-tiempo, en la edificación de templos, edificios civiles y en la organización territorial.

Las sociedades premodernas podían vivir la experiencia de lo sagrado y relacionarse con el Universo a través de la *geografía sagrada*, con la cual se integraba el espacio y el tiempo, y cuya

³¹ Para Henri Corbin, la *geografía sagrada* es *el mundo a través del cual se "corporalizan" los espíritus y se espiritualizan los cuerpos*. Este concepto es accesible sólo a través de la imaginación activa. La *geografía sagrada* es, por lo tanto, *una bisagra que permite relacionar por una parte el hombre al cielo y a la tierra, y también comunicarse conscientemente con los diferentes niveles de la realidad*. (Citado en Schwarz, 2008, p.119)

Por otro lado, Masferrer (citado en Barabas, 2003) expresa que la *geografía sagrada* surge a partir del simbolismo que el hombre ha construido de la naturaleza y de la relación entre ambos. Señala que el *paisaje ritual* se encuentra conformado principalmente por cerros, ríos, saltos de agua, bosques, barrancas, etc.

El *paisaje sacralizado* no sólo concierne al territorio inmediato, sino se extiende en ocasiones hasta el regional; es decir, se toman en cuenta todos los espacios donde interactúan los hombres con el paisaje, conformando entonces un único espacio sagrado que refleja los modelos que el hombre ha construido de su universo a través de la cosmovisión.

finalidad era reproducir en la Tierra las configuraciones del mundo celestial. No se refiere a una simple geografía física, sino a una relación simbólica espacio-temporal entre lo divino y lo terrenal. Esta relación era celebrada en lugares geográficos precisos y el conjunto de ellos constituía un verdadero espacio sagrado. (Schwarz, 2007)

Como se señaló anteriormente, en la época medieval se generó un proceso de edificación de catedrales y basílicas en el mismo sitio en el que se encontraban los santuarios paganos; esto con la finalidad principal de establecer un principio de dominio territorial de la religión cristiana sobre la pagana. En el proceso de evangelización, se realizaron prácticas religiosas en las que se retomaron símbolos paganos para su posterior transformación en símbolos cristianos. El sincretismo entre ambas culturas produjo una serie de símbolos religiosos de entre los que destaca la cruz celta y en los templos, la planta que tenía forma de cruz griega se convirtió en la forma de cruz latina.

En Francia, las principales catedrales se encuentran edificadas sobre antiguos monumentos megalíticos, de entre las que destaca la Catedral de Chartres,³² la de Saint Julien en Le Mans y la de Notre Dame de París. Esta última es quizá la que presenta mayor complejidad en su constitución ya que ha pasado por múltiples etapas de construcción y reconstrucción en el tiempo. En el lugar en que se levanta actualmente la catedral, los celtas solían adorar a sus dioses y más tarde los romanos construyeron un templo

³² René Chandelle afirma que, según la tradición esotérica, los templarios emplearon a fondo sus conocimientos herméticos y de la Geometría en la construcción de la Catedral de Chartres, erigida en 1194 sobre las ruinas de un templo anterior. Señala que la Orden del Temple debió saber que este sitio había sido sede de algún tipo de seminario druida y de varios templos o santuarios paganos que se remontaban a los tiempos prehistóricos. Evidencia de ello, es la presencia de un dolmen que desde hacía milenios señalaba la fluencia de vibraciones telúricas que se presentaban en el sitio. Los templarios emplearon conocimientos de la Geometría, como las formas poliédricas, el arco ojival y la aplicación del número de oro en los diseños, con los cuales aportaron belleza y sostenibilidad en la construcción (Chandelle, 2008).

dedicado a Júpiter. Le sucedió una basílica cristiana y más tarde una iglesia románica -la catedral de St. Etienne, fundada por Childeberto en 528-. Finalmente en 1163 se decidió construir una nueva catedral para atender a una población cada vez más numerosa y dedicarla a la Virgen María.

Las ciudades con catedrales que componen la constelación de Virgo en la organización simbólica del territorio francés son las de Le Mans, Chartres, Paris, Reims, Amiens, Bayeux y Evreux. La edificación de los templos, desde épocas remotas constituyó el eje principal en torno al cual debía de desarrollarse el resto de la ciudad; en una idea de *resignificación del espacio*, se retomó la esencia del santuario antiguo pero su significado se modificó y se adecuó a los simbolismos de la nueva religión. El emplazamiento de estos antiguos santuarios paganos, sobre los cuales fueron edificadas las principales catedrales de Francia, obedece a la disposición de la constelación de Virgo. La palabra *virgen* tiene su origen en esta constelación, ya que Virgo fue considerada en la Antigüedad como una *divinidad femenina*, razón por la cual la mayoría de las catedrales están dedicadas a las vírgenes, como es el caso de *Nuestra Señora de París*. En este sentido, se identifica un proceso de sacralización y *resacralización* de estos lugares y se conciben como puntos estratégicos y sitios de alta concentración de personas que acuden a ellos para fines de culto. Las catedrales, basílicas, capillas, entre otros espacios de culto, fueron concebidos como lo señaló Vitruvio (2001) en su libro tercero, edificaciones con proporciones y simetría de acuerdo con la analogía del cuerpo humano, y también como una representación del orden cósmico y divino reflejado en la Tierra. El templo es entonces, un canal de comunicación entre lo sagrado y lo profano, y una representación arquitectónica del orden divino.

Conclusión

La visión sistémica con la cual ha sido desarrollado este capítulo radica en el análisis de la complejidad existente entre los patrones y esquemas de organización observables en la ciudad premoderna, y la manera como éstos se transforman

y se resignifican en la medida en que la ciudad continúa con su crecimiento y desarrollo hacia las periferias. Así mismo, en el transcurso del tiempo, las manifestaciones simbólicas de las culturas de la antigüedad en su territorio, nos han permitido identificar su cercanía con el orden de la naturaleza y su reflejo en la arquitectura como principio de organización social.

Por lo tanto, ha sido importante la concepción de la geometría sagrada como un sistema de razonamientos y simbolizaciones, que más allá de constituir un pensamiento lógico-matemático, ha sido utilizado como un lenguaje que ha permitido al hombre reconocer ciertos patrones de organización en el cosmos y en la naturaleza. Este sistema simbólico nos ha ayudado a identificar principios de organización arquitectónica y territorial de diversas ciudades premodernas, cuyos patrones de diseño fueron muy frecuentemente ignorados y excluidos de los planteamientos urbanos de las ciudades modernas, con el excesivo racionalismo que las caracterizó y con la intención de ser recuperados y utilizados en la arquitectura y el diseño de la ciudad posmoderna.

Referencias

- Balandier, G. (1993) *El desorden. La Teoría del Caos y las Ciencias Sociales*. España: Ed. Gedisa.
- Barabas, A. (2003). *Diálogos con el territorio. Simbolizaciones sobre el espacio en las culturas indígenas de México. II*. México: Ed. Instituto Nacional de Antropología e Historia.
- Bayer, R. (1965). *Historia de la estética*. México: Ed. Fondo de Cultura Económica.
- Bonell, C. (2000). *La Divina Proporción. Las formas geométricas*. México: Ed. Alfaomega S.A. de C.V.
- Braun, E. (2003) *Caos, fractales y cosas raras*. México: Ed. Fondo de la Cultura Económica.

- Campbell, J. (1993) *El héroe de las mil caras*. México: Ed. Fondo de la Cultura Económica.
- Cassirer, E. (2009). *Antropología filosófica*. México: Ed. Fondo de la cultura económica.
- Chandelle, R. (2008). *Más allá de las catedrales*. Barcelona, España: Ediciones Robinbook.
- De Hoyos, J. (2010). *La casa: Origen de la conformación territorial. Aportaciones epistemológicas al estudio del territorio*. México: Ed. Consejo Editorial de la Administración Pública Estatal.
- Doczi, G. (1996). *El poder de los límites. Proporciones armónicas en la naturaleza, el arte y la arquitectura*. Buenos Aires, Argentina: Ed. Troquel.
- Eco, U. (2006). *El péndulo de Foucault*. México: Ed. Debolsillo.
- Eliade, M. (1981). *Lo sagrado y lo profano*. Madrid: Ed. Guadarrama.
- Ghyka, M. (1978). *El número de oro. I. Los ritmos-II. Los ritos*, Barcelona. España: Ed. Poseidon.
- Hemenway, P. (2008). *El código secreto. La misteriosa fórmula que rige al arte, la naturaleza y la ciencia*. Lugano, Suiza: Ed. Springwood S.A.
- Lafaye, J. (2002). *Quetzalcóatl y Guadalupe. La formación de la conciencia nacional*. México: Ed. Fondo de la Cultura Económica.
- Lincoln, H. (2005). *El enigma sagrado*. México: Ed. Planeta Mexicana, S.A. de C.V.
- Livio, M. (2007). *La Proporción Áurea*. Barcelona: Ed. Ariel S.A.
- Martín-Albo, M. (2006). *La Masonería. Una hermandad de carácter secreto*. Madrid: Ed. LIBSA.

- Morales, J. (1999). *Arquitectónica. Sobre la idea y el sentido de la arquitectura*. Madrid: Ed. Biblioteca Nueva.
- Morris, A.E.J. (1984). *Historia de la forma urbana, desde sus orígenes hasta la Revolución Industrial*. Barcelona: Ed. Gustavo Gili.
- Nietzsche, F. (2007). *Así hablaba Zaratustra, el Anticristo*. México: Editores Mexicanos Unidos, S.A.
- Novoa, C. (1992). *Espacio y forma en la visión prehispánica*. México: Ed. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Ovason, D. (2009). *La Arquitectura Sagrada de Washington*. México: Ed. Planeta Mexicana, S.A. de C.V.
- Pickover, C. (2011). *El libro de las matemáticas*. Holanda: Ed. Librero b.v.
- Schuré, E. (2006). *Los grandes iniciados*. México: Grupo Editorial Tomo S.A. de C.V.
- Schwarz, F. (2008). *Mitos, ritos, símbolos. Antropología de lo sagrado*. Buenos Aires, Argentina: Ed. Biblos.
- Skinner, S. (2007). *Geometría Sagrada*. Madrid: Ed. Gaia Ediciones.
- Soustelle, J. (1982). *El universo de los aztecas*. México: Ed. Fondo de la Cultura Económica.
- Strachan, G. (2005). *Jesús el maestro constructor*. México: Ed. Grupo Editorial Tomo.
- Trimegisto, H. (2010). *El Kybalión*. México: Editores Mexicanos Unidos S.A.
- Vitruvio, M. (2001). *Los Diez Libros de la Arquitectura*. Madrid: Ediciones Akal, S.A.

PARTE III

*EL DISEÑADOR COMO PROPULSOR
DEL DESARROLLO HUMANO*

CAPÍTULO 4

El diseñador propulsor del desarrollo humano: los retos del diseño para contribuir al desarrollo humano en el marco de una cultura de paz

María de las Mercedes Portilla Luja³³
Celia Guadalupe Morales González³⁴

“El destino humano es una elección, no un producto del azar”

Comisión Mundial de la Cultura y Desarrollo.
UNESCO

Introducción

La dinámica social actual conlleva una serie de problemáticas multifactoriales que derivan en diversas formas de violencia

³³ Doctora en Humanidades. Filósofa Contemporánea. Maestra en Estudios para la Paz y el Desarrollo, maestría interinstitucional (Universidad de Granada, la Universidad Jaime I de Castellón, la UNESCO y la UAEM). Línea de investigación vinculada con el diseño y desarrollo social, la ética comunicativa y las estrategias discursivas para campañas publicitarias y sociales; especialista en Cultura de Paz y de Violencia con énfasis en medios y comunicación. Especialización en Publicidad Creativa y Licenciada en Diseño Gráfico por la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM). Profesora–investigadora de Tiempo completo de la FAD-UAEM. Perfil deseable PRODEP. E.mail: invposgradofad@gmail.com

³⁴ Profesora e investigadora de la Facultad de Artes de la Universidad Autónoma del Estado de México. Integrante de Cuerpo Académico Episteme y Visualidad Contemporánea, representante de la Red de colaboración académica en estudios visuales Facultad de Artes e integrante de la red de diseño para el desarrollo social de la Facultad de Arquitectura y Diseño, perfil PRODEP. E-mail: cgmoralesg@uaemex.mx

afectando así los esfuerzos que se encaminan para contribuir al desarrollo humano. Este apartado se estructuró a partir de un sistema de relaciones que incluye aproximaciones respecto a la responsabilidad de la práctica del diseño y su participación en la construcción de la cultura derivado de los objetos que genera y que inciden en el entramado social a partir de su significación y producción; así también, se establecen los alcances y limitantes respecto a cómo es que la práctica del diseño contribuye al desarrollo humano y las implicaciones de encaminar estos esfuerzos en el marco de una cultura de paz.

Análisis, reflexiones y proyectos han girado en torno a buscar formas de atender problemáticas sociales con el fin de reducir la brecha de la desigualdad en sus diferentes ámbitos y ampliar la visión de lo que implica el desarrollo humano; así, organizaciones internacionales, países, instituciones académicas, así como asociaciones y organizaciones no gubernamentales se suman cada día para aminorar dichas problemáticas desde todos los espacios posibles, sin embargo; si bien hay avances en estos esfuerzos, éstos son insuficientes, por lo que en este apartado, convergen planteamientos y vínculos entre las dinámicas sociales actuales, el contexto del diseño, la responsabilidad de su práctica, así como sus alcances y limitantes para propiciar el desarrollo humano en el marco de una cultura de paz.

CONTEXTO

Actualmente continúan hegemonías que apuntalan el predominio exclusivo de los intereses económicos que han generalizado los sistemas de control relacionados con el dinero y el poder; si bien la historia de la humanidad es compleja y conlleva no sólo la lucha de clases, los países poderosos procurando ser todavía más poderosos, el triunfo global de capitalismo, la historia desde una perspectiva de género, la historia escrita por los grupos vencedores entre otras perspectivas, ninguno de estos fenómenos y enfoques pueden desvincularse y afectan directamente las políticas internacionales y locales dirigidas al desarrollo humano.

En este apartado se considera necesario analizar el trasfondo de lo que la modernidad ha traído consigo para comprender el contexto de los momentos que vivimos y de cómo hemos llegado a ello y trazar así, los retos que se vislumbran para la práctica profesional del diseño, por ello se plantean en primera instancia como antecedente las contradicciones y tensiones de la modernidad, considerando el planteamiento base de Habermas respecto a que la modernidad es un “proyecto inacabado”, porque sólo se ha desarrollado un tipo de racionalidad, la racionalidad instrumental, y si bien ésta ha sido y es aprobada por quienes son afines a tal proyecto, dado que se tiende a relacionarla con el progreso y con la solución a las necesidades de la época, otros la conciben como la raíz de las tensiones de la modernidad (Crf. Habermas, 2002) así pues, se retoman planteamientos de algunos teóricos clave quienes han profundizado en el estudio de la modernidad así como en las patologías que han generado el debilitamiento y fractura de las relaciones sociales que vivimos potenciando con ello la violencia en sus diferentes manifestaciones, representando un problema para la paz y el desarrollo.

Abordar la modernidad para comprender la dinámica actual es pieza clave y Georg Simmel—considerado el primer sociólogo de la modernidad—, en *Filosofía del Dinero* (escrito hace más de cien años, pero que sin embargo; describe de forma clara una realidad presente), enfatiza que las tramas delicadas e invisibles que son tejidas entre una persona y otra se ven influenciadas por la producción de masas y de su cultura, su propuesta sociológica asume la existencia de un “... principio regulador del mundo, consistente en que todo interacciona con todo, que entre cada punto en el mundo y cualquier otra fuerza existen permanentemente relaciones de movimiento” (Frisby, 1988, p.59).

La teoría de la modernidad de Simmel se centra sobre la transformación de la experiencia moderna del tiempo como transitorio, del espacio, como fugaz y de la causalidad como fortuita o arbitraria (Frisby, 1988); enfrentándonos —sobre todo en las grandes ciudades— con la cerrazón, el desinterés por lo que sucede al otro (no hay un reconocimiento de la alteridad),

los individuos se guían de acuerdo a sus parámetros sin importar los medios sino los fines, sin detenerse a reflexionar a costa de qué o quién se consiguen las propias metas encubiertos por el anonimato de la masa, atendiendo a sus problemas inmediatos; el individuo tiende a este estado de cosas y ello quizá producto de una extrema división del trabajo y de un imperio absoluto de la economía monetarista, donde se considera el trabajo como mercancía.

... al interponerse entre el hombre y las cosas, el dinero permite a aquél una existencia abstracta, por así decirlo, una libertad frente a las consideraciones inmediatas y a las relaciones inmediatas con las cosas, sin la cual no podría producirse una cierta evolución de nuestra interioridad (Simmel, 1977).

Al abordar al mundo del dinero y de las mercancías como símbolo en la modernidad, concibe al dinero como la cosa más efímera del mundo práctico-exterior, siendo la experiencia del consumidor la fuente principal de las ideas de Simmel sobre la modernidad. La interacción y la socialización son conceptos clave para Simmel, dado que su interés gira en torno a las relaciones entre individuos; para él la modernidad trajo consigo la reducción de validez, entre otras cosas, de las formas tradicionales de integración social; debilitando las que tenían sus bases en las creencias religiosas; surge con la modernidad el antropocentrismo (el centro de todo ya no es Dios, sino el hombre), desde la perspectiva de que la misma naturaleza debe ser conocida y dominada por el hombre; la modernidad trajo también el industrialismo, el capitalismo, la economía que es determinada por el mercado, la demanda y la plusvalía; el consumo comercial, la empresa y la nación, son elementos fundamentales que a su vez han generado una crisis de cohesión de la sociedad actual en donde la cultura, la economía y la política se ven fragmentadas; según Frisby, Simmel plantea que la seguridad del interior del individuo es reemplazada por un débil sentido de tensión y vaga nostalgia”, por una “insatisfacción oculta”, por una “urgencia desasistida” que se “origina en la hiperactividad y la excitación de la vida moderna”.

Las consecuencias extremas que se viven de manera tensionante son dadas derivadas del énfasis en la economía monetaria, de aquí que Simmel mantenga que el

... fundamento psicológico del tipo de la personalidad moderna es el incremento de la vida nerviosa, que emerge del cambio rápido y continuado de los estímulos exteriores e interiores” lo que produce la personalidad neurasténica que, al final, no puede aguantar la pujante corriente de impresiones y enfrentamientos; esto trae como consecuencia un distanciamiento entre nosotros y nuestro entorno social y físico, volviéndonos más indiferentes. (Frisby, 1988).

La fractura actual de las interacciones sociales causadas por las tensiones y contradicciones de la modernidad es enfatizada por el fenómeno del individualismo y Victoria Camps reflexiona en torno a este fenómeno y aborda de forma particular las paradojas éste y sus dos caras: La complejidad de los conflictos y los desacuerdos, la pluralidad de puntos de vista y de culturas, indican que la única forma de convivir en paz, sin violencias ni dominaciones de unos sobre otros, es fomentando sociedades abiertas y no comunidades intransitables por quienes no pertenecen a ellas” (Camps, 1993, p.12), por lo que es indispensable practicar la medida y la templanza y aprender el difícil arte de la medida o del término medio que los griegos nos enseñaron (Cfr. Camps, 1993).

Desde la perspectiva de esta autora es una condición y un deber del sujeto moral quererle a sí mismo: no despreciar su valía, sino extraer de ella el máximo rendimiento, lo que nos recuerda a los planteamientos de Sen respecto a la libertad y su teoría de las capacidades; sin embargo, según Camps, esta concepción no es, desde su perspectiva se confronta a su vez con la realidad de todos los días respecto al individualismo son individualistas los miembros de las sociedades liberales avanzadas, porque se muestran insolidarios, insensibles hacia las desigualdades, sin interés alguno por los asuntos públicos. Su egoísmo, su escasa ciudadanía, su descuido del medio ambiente, su voluntaria

ignorancia de la justicia social se ponen de manifiesto ante cualquier propósito que exija una preocupación comunitaria. (Camps, 1993, p.13). Refiere que no sólo son individualistas los ciudadanos, sino también el político e inclusive sociedades enteras, siendo éstas las más desarrolladas y las más indiferentes ante las miserias de los que viven peor, ignorando los países ricos a los pobres: "...quienes tienen asegurado su bienestar se desprecupan fácilmente del bienestar de los demás" (Camps, 1993, p.14).

En teoría, plantea Camps, se tiene todo para ir corrigiendo el individualismo característico de la modernidad (sea como aquel donde el individuo se deja moldear por grupos o fuerzas dominantes o como solipsismo), si nos damos cuenta del error de lo que ella llama: "e/ *prejuicio egoísta*" propio de la modernidad, podemos también reparar en que sin solidaridad, ya no sólo moral sino científica, no avanzamos ni es posible hacer real ningún propósito y con todo, en la cotidianidad seguimos actuando con prepotencia, triunfando los valores liberales convenientes a la economía del mercado convirtiendo al individualismo en "estrecho y perverso" (Cfr. Camps, 1993); sin embargo, en coincidencia con Simmel, plantea que "La ética hace tiempo que se desarrolla en torno a unos derechos individuales, y de los cuales el primero es la libertad" (Camps, 1993, p.13).



1. Algunos elementos característicos que trajo consigo la modernidad y que continúan su arraigo en la cotidianidad

Podemos plantear por tanto, que la modernidad trajo consigo un desinterés en el otro y la distancia psicológica que conlleva a la indiferencia y al hastío total en donde el aparato económico lleva a considerar a los individuos como simples seres genéricos:

El hecho crucial del siglo XX ha sido el protagonismo de las masas. Nada ha sido lo suficientemente revelador si no ha sido adoptado, en uno u otro momento, por las masas, si las masas no lo han hecho suyo de alguna manera. Lo característico de las masas es precisamente su fragmentación, su falta de cohesión; no son lo social, son una fuerza desintegradora de lo social (Eguizábal, 2011, p.116).

Desafortunadamente según Simmel, no podemos estar ajenos a esta cultura de masas que propicia que los seres humanos perdamos de vista nuestras responsabilidades, nuestra capacidad crítica y reivindicativa, la pérdida de la libertad y del sentido de los valores en general, lo cual trae como consecuencia una serie de conflictos que se han volcado en realidades de violencia en todos los niveles y en todos sus tipos (directa, estructural y simbólica) no siendo este panorama favorable para el desarrollo humano. Estamos inmersos en un mundo de prisas, de rutinas y de dinámicas de consumo, de informática, tecnología sofisticada, eco-conflictos y de pobreza extrema; por ello, es importante la reflexión sobre los momentos que atravesamos como seres humanos ya que estos son la pauta para entender los conflictos que se dan, de dónde o por qué se generan y buscar la mejor estrategia para dar soluciones de la manera más pacífica posible en la búsqueda de potenciar el desarrollo humano en la multidimensionalidad que conlleva; es así que, la modernidad representa un problema en tanto propicia una crisis para la paz y ante ello surgen voces y esfuerzos en estos sentidos lo que da pauta para revisar los planteamientos de los estudios para la paz y sus propuestas para aminorar las problemáticas inherentes al contexto sociocultural en que vivimos.

Cultura de Paz.

Enmarcar estas reflexiones en torno a una Cultura de Paz es relevante derivado de que el enfoque de la concepción de la paz se retoma desde Johan Galtung como no sólo la ausencia de la guerra sino como cualquier forma de violencia, en este sentido es preciso abordar el concepto de paz para comprender las dimensiones del desarrollo humano. La violencia es sin duda parte de nuestra realidad social, nos vemos influenciados cotidianamente por ella en diversas formas, a tal grado que ha llegado a parecer normal o común; por esto es necesario realizar un ejercicio de reflexión sobre esta realidad social, ya que esta violencia ha sido fruto, en parte, de las patologías que trajo consigo la modernidad y que han generado que la violencia se entreteja en las tramas y urdimbres de las cohesiones sociales tensando, rompiendo estos lazos y legitimándola.

Así, la cultura de la violencia puede manifestarse en diversas formas, momentos y sectores, por ello a continuación se especificarán algunas tipologías de ésta que permitirán ir delimitando el porqué la violencia debe ser una preocupación y tema coyuntural al pensar en el desarrollo humano, en la cultura de paz y en la labor profesional del diseñador en el contexto que vivimos.

La violencia ha sido dividida, reconocida o clasificada de diversas formas de acuerdo a diferentes estudios o investigadores; sin embargo, Galtung (1998) menciona que es importante también indicar teóricamente las dimensiones significativas de ella, de tal forma que puedan orientar el pensamiento, la investigación y, potencialmente, la acción, hacia los problemas más urgentes.

Si hay que tener en alta consideración la acción por la paz por el hecho de tratarse de una acción contra la violencia, entonces el concepto de violencia debe ser lo bastante amplio para incluir las variedades más significativas, pero también lo bastante específico para servir de base a la acción concreta. (Galtung, 1985, p.29).

Podemos entonces encontrar innumerables formas de violencia y escenarios de violencia, y de igual forma en cuanto a espacios para la satisfacción de necesidades, el estudio y la investigación de la violencia puede abordarse desde ámbitos multi, inter y transdisciplinarios; por ello y desde la Investigación para la Paz se plantean:

1. La violencia directa: considera la violencia física; es decir, la agresión, los golpes, etc.; también la violencia extrema como las guerras y el terrorismo; y la violencia terminal como el holocausto o la guerra nuclear.
2. La violencia estructural: es la no satisfacción de las necesidades humanas, los desajustes y contradicciones de los sistemas políticos, económicos y sociales, así como las interrelaciones causales entre los distintos escenarios; entre algunas formas de manifestación concretas tenemos: la incomunicación, el hambre, las inadaptaciones, la explotación, la represión política, la no libertad de expresión, xenofobia, individualismo, el egoísmo, el intercambio desigual y la contaminación, entre otras.
3. La violencia cultural: es todo aquello que en ámbito de la cultura se utiliza para legitimar la violencia, incluyendo la llamada “violencia simbólica”; es decir, la que promueve que la visualización de la violencia directa o estructural, sea “normal”, “común” e inclusive hasta “buena”.

Reforzando la relación entre cultura y la violencia nos acercamos a Fisas Vicenç quien plantea que la cultura de la violencia es “cultura”, en la medida en que a lo largo de tiempo ha sido interiorizada por los seres humanos y que cambiarla no es fácil, sino que nos llevará varias generaciones, por ello, los estudios sobre la violencia se han profundizado cada vez más desde diversas perspectivas y disciplinas. Así, de acuerdo con Arteaga, la violencia “...sólo se puede entender como el resultado de un proceso de constante desorganización social: los cambios en la esfera de la producción, de las instituciones políticas y

en los referentes identitarios y culturales” (Arteaga, 2003, p. 121). La violencia ha de ser vista entonces como la causa de la diferencia entre lo potencial y lo efectivo, entre aquello que podría haber sido y aquello que realmente es. Ahora bien era necesario abordar el concepto de violencia para poder comprender el enfoque de la cultura de paz; en 1995 la UNESCO plantea que la Cultura de Paz: es la cultura de la convivencia y la equidad, fundada en los principios de libertad, justicia y democracia, tolerancia y solidaridad [...] Una cultura que asegura para todos el pleno ejercicio de todos los derechos y les proporciona los medios para participar plenamente en el desarrollo de la sociedad. (UNESCO, 2017).

Cabe destacar algunos aspectos que conforman el contexto de su actual concepción y que son antecedentes de la misma, entre ellos, la Declaración Universal de los Derechos Humanos (1948), la Declaración sobre la preparación de las Sociedades para vivir en Paz (1978), la publicación de una Agenda para la Paz (1984), el debate de un programa operacional para la promoción de una cultura de paz (el cual aprueba que ya que los conflictos son inevitables, lo que importa es nuestra capacidad de manejar conflictos, resolverlos equitativamente y prevenir su manifestación violenta y destructiva), la creación en 1994 de la Unidad del Programa de Cultura de Paz, así como la Resolución 5.3 (Proyecto transdisciplinar: Hacia una cultura de paz) en la Conferencia General de la UNESCO (1995) mediante el cual se implementan tres unidades que conllevan actividades previstas: 1. Cultura de paz (favorecer la toma de conciencia y establecer relaciones de colaboración), 2. Educación para una cultura de paz y 3. La cultura de paz en la práctica; así mismo, el proyecto “Estrategia a Plazo Medio 1996-2001) que aprueba la UNESCO cuyo apartado “Estrategias para contribuir a la consolidación de la paz” está constituido por los siguientes puntos:

Fomentar la educación para la paz, los derechos humanos y la democracia, la tolerancia y el entendimiento internacional [...] Promover los derechos humanos y la lucha contra la discriminación [...]

Apoyar la consolidación de los procesos democráticos
[...] Contribuir a la prevención de los conflictos y a la
consolidación de la paz una vez terminados los conflictos
(Fisas, 2001, p.396).

Estos antecedentes dieron pauta también a la resolución sobre la Década de las Naciones Unidas para la Educación de los Derechos Humanos: Cultura de Paz en la 50ª sesión de la Asamblea General de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) en 1995 y la aprobación para declarar el año 2000 como Año Internacional de la Cultura de Paz en 1997 (Fisas, 2001), y la Década 2000-2010 como el decenio internacional de la promoción de una cultura de no violencia y de paz en beneficio de los niños del mundo; por lo que las Naciones Unidas resolvieron definir a la cultura de paz como: “...un conjunto de valores, actitudes, comportamientos y estilos de vida que rechazan la violencia y previenen los conflictos atacando a sus raíces a través del diálogo y la negociación entre los individuos, los grupos y los estados” (UNESCO, 2017). La cultura de paz es un concepto que ha sido abordado desde varias perspectivas según Mayor Zaragoza, pero se define principalmente con relación a principios esenciales, éstos son: valores, actitudes, comportamientos y formas de vivir que se basan en la no-violencia y el respeto de los derechos y las libertades fundamentales de toda persona. La comprensión, tolerancia y solidaridad entre las culturas, rechazo a todas las formas de xenofobia y racismo y de toda actitud que conduce a ver en el otro el enemigo señalado. La difusión y la libre circulación de la información y la participación plena y completa de las mujeres, con los poderes correspondientes entre otros principios (Cfr. Mayor Zaragoza, 2000).

A través de la UNESCO se traduce oficialmente el término “Cultura de paz” y a través del *Manifiesto 2000* generado, se encuentran seis indicadores que consideran la práctica de una Cultura de Paz:

... respetar todas la vidas, rechazar la violencia con un compromiso positivo con la práctica de la no-violencia activa, desarrollar mi capacidad de ser generoso compartiendo mi tiempo y mis recursos materiales con los

demás, escuchar para comprendernos en la multiplicidad de voces y culturas en que nos expresamos, preservar el planeta que significa un consumo responsable y con criterios de justicia y, finalmente, reinventar la solidaridad: reconstruyamos unas sólidas relaciones entre los seres humanos (Martínez, 2001, p.255).

Con base a lo planteado hasta ahora no podemos concebir el desarrollo humano si no propiciamos el mismo en el marco de una cultura de paz ya que el predominio de la dinámica social actual conlleva términos en claves de una cultura de la violencia por lo que el desarrollo ha de ir de la mano de la práctica de la cultura de paz como eje transversal. Las reflexiones aquí vertidas muestran por supuesto la estrecha e indisoluble relación entre la Cultura de Paz y el Desarrollo Humano en el contexto actual y en este sentido iremos determinando la contribución a partir del rol del diseño y su práctica como disciplina entrelazada con estos dos aspectos fundamentales como parte de los objetivos de este apartado.

Sobre el Desarrollo.

Ahora bien, plantear el concepto de desarrollo y en especial del desarrollo humano implica reconocer que éste se ha construido y evolucionando desde su génesis a partir de una diversidad de factores para lo cual se revisan los conceptos desde la ONU y los últimos esfuerzos realizados en la búsqueda del desarrollo, así mismo, para analizar las dimensiones que implica, retomamos el enfoque de Amartya Sen para este capítulo y su énfasis respecto al porqué el utilitarismo no debe ser la ciencia con que se determinen las políticas públicas y la política en el mundo debido a lo limitante que resulta (ello en congruencia con lo que han manejado otros autores que se han ya mencionado respecto a la crítica de la modernidad y lo que ello derivó respecto a la cultura economicista como eje del desarrollo, por lo que, sus críticas y análisis respecto al concepto de bienestar tradicional, la libertad y su concepto de las capacidades son referentes para los indicadores que miden actualmente el desarrollo humano y que están en una

permanente evaluación considerando una visión multidimensional, interdisciplinaria y pragmática.

Antecedentes cercanos al concepto de desarrollo humano remiten a los años sesenta lo que permite resaltar algunos elementos con relación a que el término desarrollo: se trataba de un cambio social que se producía a partir de las condiciones preexistentes en la sociedad. No se hacía desde el vacío sino que esas condiciones (el «código») permitirían explicar los estadios que se van a seguir en el proceso o, por lo menos, servirían para explicar porqué el modelo no había funcionado (Tortosa, 2001, p.26).

En este sentido, el concepto de desarrollo hasta el momento se había concebido bajo el objetivo del crecimiento económico; Tortosa (2001) refiere que si bien el desarrollo se concebía como un proceso, una sucesión en el tiempo de situaciones o estadios, plantea también que el desarrollo es más bien un proceso social dirigido hacia objetivos sociales por lo que no ha de olvidarse así que, el crecimiento económico satisface las necesidades básicas de las personas concretas y que, entre dichas necesidades no sólo están las de comer; sino además otras como la libertad, la participación y la autoestima entre otras; por ello enfatiza que el mal desarrollo lo que produce es un “mal vivir” (Tortosa, 2011).

Ante la influencia de los distintos enfoques que se han dado en torno al desarrollo cabe destacar el impacto que los cambios de los últimos años en la economía mundial ha traído consigo y que ha influenciado en conceptos como el desarrollo global y el desarrollo local.

El desarrollo global se conceptúa como “...la posibilidad de un cambio de sistema o transformación de las reglas del juego a escala planetaria, de forma que implicara una mejora generalizada en las condiciones de vida de los pobres” (Tortosa, 2001, p.35). Por otro lado el desarrollo tiene también su antecedente en el llamado desarrollo estatal el cual hace más de cincuenta años era el único considerado y consistía en las políticas que desde el Estado se realizaban para la mejora de

las condiciones de vida de sus habitantes; actualmente se refiere al desarrollo local en el que el crecimiento para satisfacer las necesidades básicas inmediatas es más pensable considera la participación directa de los implicados, ciertos autores manejan el término de desarrollo local para referirse a otra posibilidad espacial de desarrollo (a través de entidades supra-estatales, entidades sub-estatales, de regiones, de una ciudad, barrio o pueblo y en donde las Organizaciones No Gubernamentales para el Desarrollo (ONGD) juegan un papel significativo así como todos aquellos proyectos de desarrollo para mejorar la calidad de vida de sus habitantes. (Tortosa, 2001).

Otro elemento que no puede omitirse según Tortosa es el del desarrollo y la cultura y es que ante la globalización algunos autores plantean que la reacción identitaria es lógica frente a los procesos e intentos de uniformización (van desde el fundamentalismo al folklorismo, el nacionalismo o los “pueblos originarios” antes llamados indígenas). Esa tendencia de componentes universalista y formalizadora y, particularista y diversificadora, han estado presentes en los pasados 500 años en lo que podríamos llamar la geocultura, ante este concepto se pretendería hacer reales las potencialidades de cada cultura considerando a su vez que tales entidades que llamados culturas aún se sigue debatiendo (Tortosa, 2001).

La definición de cultura de la UNESCO en su conferencia que remonta a 1982 y que refiere a que la cultura tendría que considerarse hoy como el conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos, que caracterizan a una sociedad o a un grupo social, incluye las artes y letras, los modos de vida, los derechos humanos, en fin aquello que conlleva también su patrimonio tangible e intangible; así podemos continuar con esta revisión e incluir otros aspectos como la comunicación para el desarrollo y muchos otros enfoques que no quedan ajenos al mismo, sin embargo; como podemos observar, el concepto de desarrollo se va complejizando en la medida que profundizamos a nivel micro, macro y meso desarrollo, al revisar sus indicadores, sus alcances, resultados y en lo que ello implica, de aquí lo imprescindible que

resulta retomar los trabajos y propuestas que Amartya Sen ha realizado en este sentido para poder acercarnos a las implicaciones que conlleva el desarrollo.

El pensamiento de Sen se centra en el desarrollo del potencial humano y en el desarrollo de las capacidades para incrementar las opciones disponibles a éste, en *Desarrollo y Libertad* (2000), enfatiza respecto a que el éxito de una sociedad ha de medirse básicamente en función de las libertades fundamentales de que disfrutan sus miembros, es decir el desarrollo centrado en la atención a las libertades no como desarrollo único y preciso pero sí como uno de los elementos fundamentales y considera que el análisis del bienestar ha de valorarse desde el individuo mismo y buscar que la política social propicie potenciar el desarrollo humano de los individuos:

... El punto de partida del enfoque es la identificación de la libertad como objeto principal del desarrollo, el objetivo del análisis de la política económica y social es el establecimiento de los nexos empíricos que hacen que el punto de vista de la libertad sea coherente y convincente como perspectiva que guía el proceso del desarrollo. (Sen, 2000, p.16).

Sen, al percatarse que el utilitarismo se queda corto para medir el desarrollo plantea el concepto de capacidades, su enfoque es un marco teórico moral en el que las capacidades son las capacidades de funcionamientos (ser y hacer) que una persona puede alcanzar (tener alternativas y decidir sobre ellas, elegir su estilo de vida), es decir, la libertad que la persona realmente tiene en el hacer o hacer (en las cosas que realmente ella valora). En este sentido, plantea que no ha de importarnos sólo el ingreso, debe importar también la capacidad que tiene la persona de funcionar en la economía y desarrollar las aspiraciones que tiene, se trata no sólo de maximizar los beneficios sino de contar con la preparación para poder elegir conscientemente lo mejor que podamos; se trata de ir más allá del desarrollo de talentos y habilidades, ha de buscarse incorporar la idea de la elección y

preparar a las personas para buscar estas oportunidades, para buscar desarrollar el potencial de cada individuo siendo éste agente y no receptor de bienestar y los beneficios. Según este enfoque:

... la expansión de la libertad es tanto el fin primordial del desarrollo como su medio principal. El desarrollo consiste en la eliminación de algunos tipos de faltas de libertad que dejan a los individuos pocas opciones y escasas oportunidades para ejercer su agencia razonada (Sen, 2000, p.16).

El desarrollo para Sen se concibe como un proceso de expansión de las libertades reales de que disfrutaban los individuos lo cual lleva a centrarse en la atención en los fines y no sólo en los medios; el desarrollo implica erradicar las principales privaciones de la libertad, entre ellas la pobreza, la tiranía, la escasez de oportunidades, las privaciones sistemáticas, la falta de servicios públicos o la intolerancia entre otras por lo que:

La libertad es fundamental para el proceso de desarrollo por dos razones distintas:

1. La razón de la evaluación. El progreso ha de evaluarse principalmente en función del aumento que hayan experimentado o no las libertades de los individuos.
2. La razón de la eficacia. El desarrollo depende totalmente de la libre agencia de los individuos (Sen, 2000, p.20).

Sen analiza básicamente cinco tipos de libertades vistos desde una perspectiva instrumental: 1. Las libertades políticas, 2. Los servicios económicos, 3. Las oportunidades sociales, 4. Las garantías de la transparencia y 5. La seguridad protectora, cada una de ellas son derechos y oportunidades para la mejora de la capacidad general de una persona, éstas se relacionan entre sí y se complementan mutuamente con el fin de mejorar la libertad del hombre en general. Es necesario según este autor, revisar e

investigar los fines y los medios del desarrollo para comprender mejor el proceso mismo del desarrollo ya que no es suficiente el objetivo básico de maximizar la riqueza y concebir el crecimiento económico como el fin mismo:

El desarrollo tiene que ocuparse más de mejorar la vida que llevamos y las libertades y las libertades de que disfrutamos. La expansión de las libertades que tenemos razones para valorar no sólo enriquece nuestra vida y la libera de restricciones, sino que también nos permite ser personas sociales más plenas, que ejercen su propia voluntad e interactúan con —e influyen en— el mundo en el que viven (Sen, 2000, p.31).

Podemos visualizar entonces que la concepción de libertad para Sen implica tanto los procesos como las oportunidades, procesos que hacen posible la libertad de acción y de decisión y, las oportunidades reales que tienen los individuos dadas sus circunstancias personales y sociales, luego entonces se torna central considerar la expansión de las capacidades de las personas para llevar a cabo el tipo de vida que valoran y que tienen razones para valorar; las libertades individuales fundamentales son esenciales. Los procesos y las oportunidades son dos elementos clave para evaluar la libertad de los miembros de la sociedad. Un segundo elemento a resaltar respecto a las libertades fundamentales a decir de Sen considera que,

... la libertad no sólo es la base de la evaluación del éxito y del fracaso sino también un importante determinante de la iniciativa individual y de la eficacia social. El aumento de la libertad mejora la capacidad de los individuos para ayudarse así mismos., así como para influir en el mundo, y estos temas son fundamentales para el proceso del desarrollo (Sen, 2000, p.35).

Algo que se a precisar es el derecho fundamental de los individuos a la libertad, al regresar a los planteamientos respecto a las reflexiones en la primera parte de este apartado en el que

se enfatiza en el individualismo y en las ambivalencias de éste en donde el individualismo en uno de sus extremos puede estar asociado con el egoísmo y la falta de interés por los otros, así, son individualistas las sociedades cuyos miembros viven encerrados en sí mismos y en sus problemas más inmediatos despreocupados por lo que pueda ocurrir más allá de sus fronteras, sin embargo también menciona Camps otro individualismo: la capacidad de las personas o grupos sociales de distanciarse de lo dado para inventar modos de existencia más justos y humanos ambas formas indica, son producto de los logros y fracasos de la modernidad y menciona algunos otros fenómenos asociados a éste como el declive de la participación, la injusta distribución del trabajo, la exigencia de una calidad de vida que nos proteja de los criterios puramente técnicos, la insuficiencia y perversidades de la información y el mercado como modelo de las relaciones humanas entre otros temas.

Por lo que un extremo del individualismo podría representar un obstáculo importante para que prosperen por ejemplo los derechos humanos o la misma democracia; pero a su vez, el individualismo es un valor en sí mismo, que nos habla del desarrollo y la autonomía de la persona, de la resistencia del individuo a desaparecer bajo la tiranía de relaciones hechas a la medida del mercado, el consumo. En este sentido, Camps concluye que la ética hace tiempo que se desarrolla en torno a los derechos fundamentales, los cuales son derechos individuales y el primero de ellos es la libertad pero por otra parte menciona que, no hay ética sin autonomía y de acuerdo con los principios éticos más consolidados, no puede ser malo en absoluto pedirle al individuo que lo sea en realidad, que no deserte de su libertad, ya que es una condición y deber del sujeto moral mantener su individualidad, quererse así mismo y antes bien extraer de ella el máximo rendimiento; sin embargo, en el día a día también son individualistas aquellos que se muestran poco solidarios, insensibles hacia las desigualdades o a su escasa participación como ciudadanos en problemáticas como la injusticia y el cuidado en medio ambiente de entre muchas otras que se presentan en la cotidianidad; es así que para hacer frente a estos fenómenos que vivimos, la Organización de

Naciones Unidas ha buscado propiciar acuerdos y esfuerzos como la Agenda 2030 para el Desarrollo sostenible: Plan de acción en favor de las personas, el planeta y la prosperidad con la intención también de fortalecer la paz y el acceso a la justicia por lo que en la Asamblea del 2015 los Estados miembros de la Naciones Unidas reconocen que el mayor desafío del mundo actual es la erradicación de la pobreza y afirman que sin lograrla no puede haber desarrollo sostenible.

La Agenda plantea 17 Objetivos con 169 metas de carácter integrado e indivisible que abarcan las esferas económica, social y ambiental.

Estamos resueltos a poner fin a la pobreza y el hambre en todo el mundo de aquí a 2030, a combatir las desigualdades dentro de los países y entre ellos, a construir sociedades pacíficas, justas e inclusivas, a proteger los derechos humanos y promover la igualdad entre géneros y el empoderamiento de las mujeres y niñas, y a garantizar una protección duradera del planeta y sus recursos naturales (UNESCO, 2017).

La Agenda incluye 17 Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS) para transformar nuestro mundo: Fin de la pobreza, hambre cero, salud y bienestar, educación de calidad, equidad de género, agua limpia y saneamiento, energía asequible y no contaminante, trabajo decente y crecimiento económico, industria, innovación e infraestructura, reducción de las desigualdades, ciudades y comunidades sostenibles, producción y consumo responsables, acción por el clima, vida submarina, vida de ecosistemas terrestres, paz, justicia e instituciones sólidas así como las alianzas para lograr los objetivos.

Los objetivos constituyen una agenda ambiciosa y universal para el desarrollo sostenible, de las personas, por las personas y para las personas, elaborada con la participación activa de la UNESCO quien contribuye a la implementación de los ODS a través de su trabajo en las siguientes áreas:

- Educación
- Ciencias naturales
- Ciencias sociales y humanas (la cual tiene por objeto conseguir que en la puesta en práctica de la Agenda se afiancen valores y principios universales como la solidaridad mundial, la inclusión, la lucha contra la discriminación, la igualdad de género y la rendición de cuentas así como promover una cultura de paz como factor clave para el desarrollo sostenible.
- Cultura y,
- Comunicación e información.

Lo anterior permite visualizar la relevancia de la trascendencia de este eje transversal de la educación para la paz y de fomentar una cultura de paz que permita que el individuo cuente así también con la capacidad de discernir y mediar entre sus deseos de realización sin pasar por encima de alguien sin importar los medios de cómo lo consiga o sin detenerse a analizar lo que ello implica para el otro, para su comunidad, su país, el medio ambiente y el contexto en general en el que vive y se desarrolla.

Entrando a la última parte de reflexiones de este apartado vinculado con el elemento que entreteje este trabajo colectivo respecto a *La acción profesional del diseñador*, tendremos una primera revisión antecedente con relación a la labor profesional del diseño y su responsabilidad social, misma que nos permitirá cerrar esta colaboración mostrando los resultados de este sistema de relaciones entre el desarrollo, la cultura de paz y la labor profesional del diseño.

El diseñador y su labor profesional

El diseño y su conceptualización se ha transformado, es necesario reconocer que se ha enfrentado en este proceso a una problemática de fundamentos al no existir una definición universal de él, ya que encontramos definiciones distintas donde ha sido considerado en algunos casos como equivalente a una creación

artística hasta actualmente como disciplina; esta transformación en su conceptualización deriva de las tendencias que se dan por el contexto espacial y temporal en el que se desarrolla el diseño, así como por la relación con las necesidades de quienes lo consumen; estas tendencias tienen también su vinculación con la enseñanza misma del diseño en la escuelas y universidades en el mundo y con la práctica profesional.

Una de las primeras conceptualizaciones del diseño se generó en la Bauhaus, en donde se pretendía cimentar una disciplina capaz de integrar los conocimientos artísticos a la producción industrial:

El diseño en sus primeros años era considerado un eslabón en el proceso industrial que daría sentido y organización a la planificación del entorno [...] se estableció en el escenario académico y profesional a partir de la necesidad de articular las aportaciones del pensamiento humanístico con el ámbito de la producción (se planteó por ejemplo, que el diseño incorporaría el arte a la industria) (Tapia, 2004, p.9).

Sin embargo, el objeto, responde a un diseño y el diseño es también un designio,

...una imposición de sentido y de destino mediante signos. Este diseño para ser coherente, debe pervivir [...] en toda acción de comunicación que apunte hacia el objeto [...] el consumidor que adquiere el objeto, deberá contrastar las sensaciones que transmite su posesión, su uso y disfrute con las expectativas que sugería [...] (Rodríguez, 2011, p.112).

Para conceptualizar al diseño y el impacto que tiene, podemos partir entonces del análisis sobre las diferentes corrientes en torno a la reflexión teórica del mismo, lo que nos permite plantear las bases para reconocer el poder discursivo del diseño, su inserción en las relaciones humanas y su vinculación con los procesos culturales y la vida social. Para Néstor Sexe, en su libro *Diseño punto com* (2001), el diseño puede ser definido con base a cinco vertientes:

- a) Vertiente basada en términos de una teoría instrumental: El diseño queda incluido dentro de las “funciones comunicativas” del hombre; así, una de las funciones del diseño es comunicar: comunicar virtudes del producto, modos de uso, etc. Esta visión supone pensarlo como la entrega de un paquete que contiene información de un emisor a un receptor. “La legitimidad de un diseño se sostiene en su «función», en la originalidad o la «ocurrencia»” (Sexe, 2001, p.16).
- b) Vertiente que piensa el diseño como una de las formas históricas en las que se manifiesta otra condición humana, lo proyectual. El diseño resulta entonces una de las maneras en que aparece lo proyectual: la que corresponde a una etapa de la modernidad. El diseño está ligado al concepto del producto, mismo que tiene una fuerte carga de subjetividad. El diseño en esta opción es una estrategia de producto a favor de la apropiación simbólica del mismo a favor del consumo. “Para ellos, el diseño es una concepción «light», una destreza para enmascarar la alienación a la que nos somete la producción capitalista” (Sexe, 2001, p.16).
- c) Vertiente conductista:

... La función del diseño no es ni más ni menos que una estética de la posmodernidad. Perciben que el objeto ahora, recién ahora, nos seduce y fascina, supone objetos demandantes de ese y de otros objetos. Esta versión frívola parece desmoronarse al ser anunciada [...]es una versión «fashion» con contenido (Sexe, 2001, p.17).

El diseño desde esta perspectiva es entonces el objeto como resultado relacional y sistémico de una red de significados.

- d) Vertiente estructuralista: Parte de “...visiones semiológicas que explican el diseño a partir de los discursos que «lo habitan»” (Sexe, 2001, p.17). Esta es una versión más enriquecedora que la perspectiva funcionalista, ya que aborda el diseño como tema a ser pensado, pero sin dar cuenta del diseño como discursividad.

- e) Vertiente que plantea el diseño como discursividad: Parte de que el diseño es un discurso, uno más; una situación diseñal puede pensarse como una situación discursiva y esto puede ser abordado desde la comunicación, porque diseño y comunicación comparten el signo y comparten las relaciones que los signos establecen entre sí.

Es un modo de pensamiento productivo a la hora de proponer explicaciones de la producción del sentido social. Lo social es siempre una situación cultural: en esa situación, no se puede pensar en emisores y receptores neutros o puros sino en instancias de emisión y de recepción que son condiciones de reproducción y reconocimiento (Sexe, 2001, p.18).

Las relaciones de los discursos con sus condiciones de producción y reconocimiento también se presentan reglados en una gramática de la producción y una gramática del reconocimiento. Con base a lo expuesto en esta tendencia, "... el diseño es un discurso; un discurso social; y con ello entonces podemos afirmar que un cruce cualquiera de diseños, una configuración de diseños, o lo que es lo mismo, de discursos, es un discurso social" (Sexe, 2001, p.18).

Podemos entonces plantear que el diseño es un punto de conexión capaz de moldear, organizar y dirigir los comportamientos y la vida social. Su potencialidad parece estar contenida en las funciones operativas y del contexto, y una muestra de ello son las estrategias en la concepción del objeto diseñado y algunos otros códigos y elementos utilizados como herramientas para que los objetos potencien sus posibilidades discursivas, identitarias y de significación construidas por los individuos y las sociedades que consumen los objetos diseñados, convirtiéndose así en objetos culturales con una configuración de signos que conforman la semiosis social.

No existe una definición única del diseño; éste se ha abordado desde diferentes tendencias, tanto desde su primera

conceptualización hasta conceptualizaciones reduccionistas del mismo subvaluando sus potencialidades; sin embargo, las más recientes aportaciones teóricas y de investigación relacionadas con el diseño han permitido revalorar su posibilidad discursiva.

El enfoque del diseño como discursividad es el enfoque que se retoma en este capítulo, dado su papel como copartícipe en la construcción o el rompimiento de los tejidos sociales, las posibilidades discursivas del diseño son y han sido aplicadas tanto en el ámbito de la economía de mercado como en el ámbito social; así, el diseño es un discurso y una situación diseñal y puede pensarse como una situación discursiva en donde las relaciones de los discursos con sus condiciones de producción y reconocimiento se presentan reglados en una gramática de la producción y una gramática del reconocimiento, Sexe menciona en este sentido:

Un objeto cualquiera es materia significativa que investida nos produce sentido, esto es, semiosis; pensando este objeto como objeto cultural, como configuración de signos, forma parte de la semiosis social. Con este objeto y con otras materias significantes, con cierta aplicación de una gramática, de una tecnología, con cierta intencionalidad estética, podemos “realizar” un diseño, es decir, un discurso. Un cruce cualquiera de colecciones o diseños, una configuración de diseños o, lo que es lo mismo, de discursos, es un discurso social. El diseño es un discurso (Sexe, 2001, p.18).

La investigación actual en el campo del diseño se centra en manifestar la importancia social de sus discursos, pues ello constituye su trascendental competencia simbólica. El diseño puede potenciar su ubicación, como hemos mencionado, en un nivel de análisis que incluya su dimensión cultural y social —no sólo formal—, entendiendo al diseño como una práctica social, por ello, “...debemos de partir del reconocimiento del diseño como configurador del entorno cultural, [...] su espectro de estudio ha de desplazarse del signo a la acción y de la gramática a las formas a la movilización de acuerdos sociales.” (Tapia, 2004, p.14)

Ledesma considera, por su parte, que el discurso del diseño se involucra en los medios de comportamiento manifestándose como una esfera de planeación de lo simbólico, articulándose con otras disciplinas y actividades profesionales, "... de centro pasa a ser parte de un engranaje mucho mayor, lo que da pauta a la complejidad y a la provisionalidad de sus límites" (Ledesma, 1997, p.41).

La profesión del diseño si bien implica un acto de creación por parte de un sujeto (diseñador, y/o diseñadora) en donde aplican sus conocimientos, habilidades y destrezas empleando metodologías para llevar a cabo un proceso partiendo de ideas para después conceptualizar y lograr la materialización de múltiples objetos que dan solución a distintas problemáticas.

A partir de lo anterior surge de forma natural el cuestionamiento sobre el impacto que los objetos de diseño tienen en el ámbito en el que se insertan; es decir ¿cumplen realmente su función? y ¿cuál es su intención? Las respuestas son variadas ya que depende en gran medida del resultado que logran ya sea por lo que comunican y cómo lo hacen, o por su utilidad práctica.

Por lo anterior, también es importante considerar, que la intención que tienen los diseñadores al crear los objetos de diseño está influenciada por aspectos que tienen relación con el contexto y que provocan en definitiva efectos que impactan en la sociedad; sin lugar a dudas, gran parte de éstos se realizan con la finalidad de ser un vehículo para obtener una retribución de tipo económica lo que pudiera llegar a considerarse como una labor esencialmente lucrativa y alejada de una intención de acción o mejora social.

Si se parte de la premisa acerca del diseño como una actividad que tiene una función principalmente comercial, se le estaría otorgando un criterio banal y meramente reduccionista que ubicaría la figura del diseñador como un ente irresponsable y sin ética; sin embargo existen elementos que permiten situarlo en otra dimensión como es la función social como ya lo hemos abordado, debido a que el trabajo derivado de la actividad diseñística

tiene un impacto social y cultural por lo que los objetos diseñados tienen una carga simbólica resultante del efecto de las diferentes relaciones establecidas por aspectos del contexto social y del contexto cultural; divididos en dos vertientes: aspectos exógenos³⁵ y aspectos endógenos³⁶; que ayudan a identificar su función ya que por una parte la carga simbólica está dada por las emociones y que, al mismo tiempo existe un dejo de reflexión que tiene la intención de despertar la conciencia y el pensamiento objetivo en un acto de responsabilidad hacia, por y para la sociedad, es por ello que la profesión del diseño debe ser valorada desde su complejidad, ya que en esencia, el trabajo debe ser considerado como el resultado del análisis y del estudio de las necesidades propias de la sociedad, además de contribuir eficientemente a la mejora de las condiciones de vida de los seres humanos que habitan un determinado sector social.

El diseñador tiene por consecuencia que actuar como un ente responsable y contribuir a mejorar las condiciones de vida de una sociedad que es sensible y vulnerable, es por ello que debe poner énfasis en el contenido y la construcción de los mensajes, debe acoger las demandas estéticas, espaciales y conceptuales con un alto sentido de responsabilidad y ofrecer una nueva visión orientada al desarrollo humano a través de la difusión, la educación y la comunicación atendiendo, las distintas escalas de desarrollo humano, la diversidad cultural, la inclusión y los derechos humanos.

Los productos por lo tanto deben ser no sólo un medio de comercialización, sino ser objetos que permitan la reflexión y pensamiento, éstos a su vez le deben otorgar la posibilidad de

³⁵ El origen exógeno es considerado como un proceso que se produce mediante el contacto y la comunicación de una comunidad con otra más desarrollada, que al percatarse de las formas de vida moderna fuera de su sistema social, las adopta.

³⁶ El origen exógeno es aquel que obedece a determinada dinámica interna de las sociedades, es decir, que producen cambios en las estructuras tomando como punto de partida las políticas, medidas o decisiones que se adoptan para apoyar lo establecido.

incursionar en las industrias, por lo tanto hay que hacer diseño que de respuesta a problemas reales y a necesidades concretas; retomando la idea de que "... las creaciones de diseño son al mismo tiempo acontecimientos y síntomas sociales" (Badosa y Subirats, 2017, p.37) con el fin de obtener los mejores resultados.

En la misma línea y parafraseando a Potter (2009), él define al diseñador como un sujeto que cambia los espacios, que genera objetos y construye mensajes que hace lecturas de la realidad, las transforma y las reescribe, rescatando que la actividad se puede ver opacada por la falta de valores para dar respuestas certeras y atender demandas concretas, es por ello que debe asumir nuevos roles, entender cuáles son sus límites y qué capacidad real tiene para incidir en la transformación de la realidad social, asumiendo que no tiene en sus manos toda la responsabilidad sino que sólo contribuye desde sus competencias pero que sin duda la relevancia de los medios en los que se ve el reflejo de su labor también han propiciado que el discurso actual social esté influido y promovido por éstos, Castells (2012) en este sentido menciona que Internet es ya y será, el medio de comunicación con mayor uso para interactuar socialmente, vivimos en lo que llama "la sociedad de la red" y sin duda también se ha podido observar que en los últimos años

... ha cobrado mayor relevancia el manejo de estos discursos a través de diversas plataformas digitales como las redes sociales, lo que ha propiciado movilizaciones o la suma de esfuerzos a partir de diferentes acciones por una causa social a nivel global (Zariñana, 2015, p.648)

Por lo que surgen conceptos como el ciberactivismo que se ha convertido en sinónimo de acciones que coordinan colectivos a través de la red y que son movilizados a través de la interactividad de la misma, así encontramos "desde archivos descargables para hacer plantillas, volantes y camisetas, a software libre para hacer y federar blogs, pasando por manuales de resistencia civil no violenta con mil y un pequeños gestos cotidianos que propagar" (De Ugarte, 2007, p.28).

Con este antecedente, se retoma el enfoque respecto a la función social del diseño como "...la dimensión de una actividad cuya finalidad es garantizar la equidad por encima de los intereses individuales y disociantes, la ausencia de lucro privado o su recanalización hacia fines solidarios" (Chávez, 2001, p.92); sin embargo, si la sociedad marcha en un movimiento tranquilo el problema disminuye, pero no así cuando la sociedad se convulsiona porque surgen entonces contradicciones y múltiples interpretaciones positivas o negativas (a favor o en contra) derivadas de problemáticas multifactoriales lo que dificulta la participación desde las distintas esferas del diseño.

Si bien, las problemáticas sociales que aquejan actualmente a nuestra sociedad son el reflejo de una realidad en que la cual intervienen diversos factores y éstas en definitiva no han de ser resueltas si se abordan solamente desde una de sus aristas, la suma de esfuerzos debe realizarse desde todos los espacios y ámbitos posibles una vez que se está consciente de la necesidad de hacerlo; el diseñador debe asumir este reto y proponer proyectos socialmente relevantes y es que, como ya dejaba entrever hace algunos años Norberto Chaves, pareciera que en la actualidad, "... en el mundo del diseño, se observa una caída en el desarrollo de los trabajadores de la conciencia. Parece ser que la grey del diseño ha optado por el silencio, ha decidido producir sin preguntarse nada." (Chaves, 2001, p.13-14).

El diseño como disciplina cuenta con herramientas para contribuir a aminorar problemáticas sociales que tienen trasfondos multifactoriales y si bien, en la mayoría de los casos no se resuelven únicamente desde las aportaciones de una disciplina o ámbito del conocimiento, el diseñador desde su labor profesional, puede ejercer un impacto positivo en la sociedad. En este sentido Jorge Frascara propone una práctica del diseño dentro de un marco consciente y ético. Considera la práctica del diseño haciendo hincapié en:

... lo metodológico, lo social y lo cultural, y, en lugar de simplificar en función de ofrecer una teoría

perfecta, intenta confrontar la realidad y la práctica en toda su complejidad, ya que toda simplificación es una reducción que nos separa de la realidad y de la conciencia de la parcialidad de nuestro entendimiento (Frascara, 2000, p.16).

Este autor visualiza al diseñador como un coordinador multidisciplinario, que requiere una expansión de su educación tradicional que le provea la base necesaria para participar activamente en la formación y conducción de estos grupos. El diseñador ha de ser un identificador de problemas y coordinador activo de los equipos ya mencionados que propicien el bienestar de la gente, sus capacidades han de verse complementadas a partir de una introducción a campos pertinentes que le permitan entrar en un diálogo con especialistas desde la sociología, la antropología, las ciencias de la educación entre otros derivado de los alcances y limitantes que su labor profesional le implica.

“Diseñar es prever, programar, planificar acciones futuras y crear cosas que aún no existen” (Frascara, 2000, p.35) y esto implica al menos cuatro áreas distintas de responsabilidad: la responsabilidad profesional (frente al cliente y al público), la responsabilidad ética (diseños basados en valores humanos básicos), la responsabilidad social (contribución positiva a la sociedad o, al menos, que no importen una contribución negativa) y por último la responsabilidad cultural (creación de objetos que contribuyan al desarrollo cultural más allá de los objetivos operativos del proyecto). Así, la responsabilidad ética en el diseño tiene como principio fundamental el reconocimiento del otro como sujeto y no como objeto y al hacerlo uno reconoce al otro como persona independiente y pensante, con una forma específica de comprender, evaluar e integrar experiencia e información; por otro lado, el diseño es en gran medida influenciado por el mercado lo cual ha de cambiar ya que los diseñadores deben reconocer las situaciones sociales en las que trabajan y en las que contribuyen y tomar posiciones conscientes para definir el futuro de la profesión permitiendo que más diseñadores se ocupen de proyectos socialmente importantes (Cfr. Frascara, 2000).

El tiempo actual ha permitido cada vez más ubicar al diseñador como un estratega capaz de descubrir las necesidades de la sociedad que le exige poseer una postura crítica y mostrarse como un ser humano sensible ante los problemas sociales desde distintas formas y figuras de pensamiento para fomentar la consolidación de valores culturales por lo que se requiere de un cambio de actitud, para re-valorar su labor como diseñadores capaces de enfrentar los retos de la complejidad de la dinámica social actual y convertirse en un profesional activo al frente de colectivos y causas que vayan más allá de las necesidades del mercado, que potencien sus capacidades y sean líderes en las propuestas de que desde el diseño contribuyan con una cultura de paz y encontrar nuevos senderos en el laberinto, como posibilidades inagotables de transformación.

Reflexiones finales

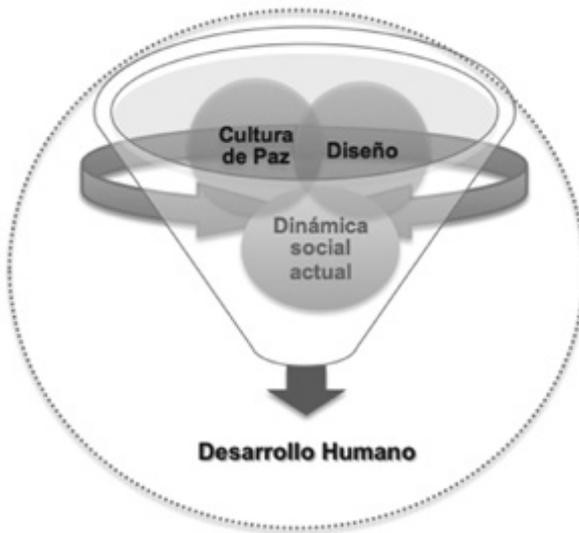
Derivado de las precisiones de este capítulo; se propone conjuntar algunos elementos clave vinculantes en vías de plantear el papel y la responsabilidad de la labor profesional del diseñador para contribuir con el desarrollo humano teniendo como eje la cultura de paz, para lo cual se retoman algunos aspectos manejados en este apartado, por lo que, en congruencia con el sistema de relaciones construido podemos acotar directrices y acciones vinculadas directamente con los ODS con el compromiso de guiar la labor profesional en favor del desarrollo y en particular con los planteamientos actuales del desarrollo sostenible de la Agenda 2030 en el marco de una cultura de paz por lo que se abordarán 4 consideraciones dentro de un proceso general metodológico del diseño como parte de los objetivos de estas reflexiones, éstos son:

- Los vínculos con los ODS planteados por los miembros de la ONU.

(Fin de la pobreza, hambre cero, salud y bienestar, educación de calidad, equidad de género, agua limpia y saneamiento, energía asequible y no

contaminante, trabajo decente y crecimiento económico, industria, innovación e infraestructura, reducción de las desigualdades, ciudades y comunidades sostenibles, producción y consumo responsables, acción por el clima, vida submarina, vida de ecosistemas terrestres, paz, justicia e instituciones sólidas así como las alianzas para lograr los objetivos).

- Vínculos con los esfuerzos de la UNESCO (Educación, ciencias naturales, ciencias sociales y humanas, cultura y comunicación e información).
- Un marco de Cultura de Paz y,
- Las consideraciones desde el diseño para contribuir con los ODS



Fundamentos de la construcción de un sistema de relación para contribuir al desarrollo humano a partir del diseño.

Dos aspectos en cualquier proceso para el diseño implican por un lado la *comprensión de la problemática, fenómeno o necesidad a*

resolver así como el *planteamiento de las primeras estrategias*, en este sentido, es fundamental que el profesional se involucre en la investigación, análisis y comprensión de dicha problemática a profundidad de tal forma que ello le permita el planteamiento de estrategias de intervención del diseño para aminorarla, para ello, requiere allegarse de los estudios previos desde otros ámbitos disciplinares, de conocimiento y del contexto; si bien, esta parte del proceso en ocasiones no tiene destinado los recursos suficientes desde un punto de vista temporal, espacial o incluso con relación a los equipos multidisciplinarios, es deseable que estos dos puntos sean un requisito indispensable al momento de generar cualquier intervención u objeto de diseño y es que si bien pudieran parecer inherentes a cualquier proceso de este tipo, estos elementos no se trabajan con suficiencia o incluso en algunos casos se omiten por quienes financian o contratan los servicios profesionales de diseño y/o desafortunadamente en otros casos incluso, el mismo diseñador decide no involucrarse en estos puntos; ante ello, una formación integral del diseñador le permitirá tomar un papel más estratégico para la toma de decisiones garantizando un resultado efectivo al momento de generar sus propuestas; a la par, tendrá la posibilidad de reflexionar en torno a la innovación de productos y procesos de diseño, los valores que reflejan, así como el impacto tanto social, como económico, ambiental y cultural de los proyectos que son generados para los diferentes segmentos de la población; recordemos que un diseñador no sólo es un productor de mensajes u objetos si no un mediador que potencia las posibilidades discursivas de un objeto de diseño y que estos objetos inciden en todos los escenarios cotidianos, educación, empresas de servicios y productos, fundaciones, instituciones gubernamentales, entre otras.

Tanto la *comprensión de la problemática* como el *planteamiento de las primeras estrategias* también han de estar consideradas en un marco de cultura de paz si en realidad se busca no sólo atenderlas de forma inmediata sino en realidad trascender en el fondo, en la raíz de las mismas que permita a mediano y largo plazo un desarrollo sostenible. El tercer punto clave de un proceso de diseño, implica *la conceptualización* de las intervenciones o

los objetos de diseño y éstas pueden tender a ser construidas de forma consciente o no en claves de violencia o en claves de paz por lo que ha de revisarse lo acotado con anterioridad respecto a que la paz no sólo es la ausencia de la guerra; los objetos de diseño inciden al contribuir a reforzar o legitimar diversas formas de violencia, entre ellas la violencia simbólica y ejemplos de ella tenemos al animar formas de consumo desmedido, propiciar imaginarios sociales a partir del manejo de estrategias persuasivas como el miedo utilizando herramientas y códigos en sus diferentes formas de expresión, entre ellas el lenguaje retórico; así mismo, el refuerzo estereotipos de belleza, o bien del no reconocimiento de otros grupos y el respeto a su cosmovisión derivan también en discriminación, tenemos también de forma tangible el reforzamiento a través de diferentes formas de la prioridad de tener por el ser, de la idealización del dinero y de la prioridad de intereses personales sin importar los medios para obtener sus fines.

Otra parte del proceso importante es *la determinación de materiales para el diseño y su prueba con grupos de enfoque y pruebas piloto de prototipos* a través de los cuales también pueden manifestarse formas de violencia como la falta de conciencia en el manejo de materiales de los objetos que contribuyen a daño de los ecosistemas y la contaminación por lo que es necesario dar valor también a otras formas de resolver necesidades que incluso, generaciones ancestrales tenían mucho mejor resueltas con relación al no deterioro de la naturaleza. En este sentido, en el marco de una cultura de paz, el diseñador puede contribuir a los ODS a partir de la innovación de materiales, el manejo de energías renovables, al priorizar el manejo de la reutilización de materiales y la optimización de recursos en sus procesos así como la argumentación y conciencia del impacto de los objetos en el medio ambiente no sólo a corto sino a mediano y a largo plazo; así, a través también de la aplicación de *prototipos con grupos de enfoque*, se pueden detectar algunos aspectos que tal vez en su inicio no fueron previstos o bien que al momento de evaluar su implementación permiten la mejora de los del diseño de los *prototipos finales*.

Respecto a dar seguimiento al destino final de los objetos que genera y la retroalimentación de ello, permitirá llevar un seguimiento responsable de todo el proceso y evaluar el impacto que estos objetos tienen en el sentido económico, social y medioambiental.

La cultura de paz implica también el reto de asumir proyectos de carácter social y para los diseñadores es un área de oportunidad que le permite equilibrar su labor no sólo con énfasis en las ganancias derivadas de proyectos a comercializar sino respecto a su labor profesional para contribuir al bien común; si bien, hay una gran cantidad de diseñadores que eligen trabajar en el ámbito del mercado de productos y servicios con un fin lucrativo también los proyectos sociales permiten contar con una retribución que les permite llevar una forma de vida cubriendo sus necesidades cotidianas como profesionales del diseño.

Los ODS y los esfuerzos planteados por ejemplo en la Agenda 2030 y los esfuerzos realizados desde lo local pueden tener argumentos sólidos; sin embargo, llevarlos a la realidad es un reto de todos y en la medida en que los diseñadores tengan una formación integral y claridad del contexto en el que se colocan los objetos que diseñan permitirá que desempeñar realmente su labor con profesionalismo.

Vincular y construir un sistema de relaciones entre el Desarrollo Humano y el Diseño ante el panorama de la crisis que se vive en las diferentes dinámicas sociales, así como las problemáticas complejas que enfrentamos en el mundo y ante las cuales emergen cada día diversos esfuerzos, implica su constante análisis, comprensión, así como el estudio y trabajo multidisciplinario para aportar desde todas las instancias posibles proyectos de diseño para aminorarlas, de lo contrario, los esfuerzos atenderán con inmediatez y superficialidad estas complejidades lo cual no contribuye con un verdadero desarrollo humano sostenible enmarcado en una cultura de paz; el desafío consiste en innovar con responsabilidad, en tener presente que los diseñadores somos intermediarios entre lo que es y lo que puede ser, entre lo que el diseño es y lo que potencialmente puede hacer, y recordar

que detrás de los objetos de diseño se encuentran profesionales que deciden qué cuándo, cómo y dónde, por lo que debemos ser responsables al hacer usos de nuestras competencias y el impacto de nuestra labor en el contexto y en tejido social.

Referencias

- Arteaga, N. (2003). El espacio de la violencia: un modelo de interpretación social. *Sociológica*, 18(52). Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=305026634005>
- Badosa, J y Subirats J. (2007). ¿Qué diseño para qué sociedad? Notas sobre la funcionalidad social del diseño. *Temas de disseny*, (24). Recuperado de: <http://www.raco.cat/index.php/Temes/article/view/76581/105104>
- Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza. Los movimientos sociales en la era de Internet*. Editorial Alianza, Madrid.
- Chávez, N. (2001). *El oficio de diseñar. Propuesta a la conciencia crítica de los que comienzan*. Barcelona: Gustavo Gilli.
- Camps, V. (1993). *Paradojas del individualismo*. Barcelona : Ed Crítica.
- De Ugarte, D. (2007). *El poder de las redes: Manual ilustrado para personas, colectivos y empresas abocados al ciberactivismo*. Barcelona : El Cobre ediciones
- Eguizábal, R. (2011). Publicidad y capitalismo tecnológico. *Designis, Estrategias globales: Publicidad, marcas y semiocapitalismo*, (17).
- Fisas, V. (2001). *Cultura de paz y gestión de conflictos*. Barcelona: Ed. Icaria, Antrazyt,
- Frisby, D. (1988). *Modernidad y Postmodernidad. Georg Simmel, primer sociólogo de la modernidad*, en *Modernidad y Postmodernidad*. Barcelona: Alianza Editorial.

- Galtung, J. (1998). *Tras la violencia, 3R: reconstrucción, reconciliación, resolución*. Bilbao: Bakeaz/Guernika Gogoratuz.
- Habermas, J. (2002), *Teoría de la Acción Comunicativa*, tomos I y II. México: Ed. Taurus.
- Martínez, V. (2001). *Filosofía para hacer las paces*. Barcelona: Icaria.
- Mayor, F. (2000), *Por una cultura de paz, en Un mundo nuevo*. Barcelona: Círculo de lectores.
- ONU. (2017) *Agenda 30. Desarrollo sostenible*. Recuperado de: <http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2015/09/la-asamblea-general-adopta-la-agenda-2030-para-el-desarrollo-sostenible/>
- Potter Norman, (1999). *Qué es un diseñador: objetos, lugares, mensajes*. Barcelona: Ed. Paidós.
- Rodríguez, R. (2011). Muerte y transfiguración: el objeto en la publicidad. *Designis, Estrategias globales: Publicidad, marcas y semiocapitalismo*, (17)
- Sen, A. (2000). El desarrollo como libertad, *Gaceta Ecológica* (55). Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=53905501>
- Sen, A. (2004). *Desarrollo y Libertad*. Bogotá: Ed. Planeta
- Simmel, G. (1977). *Filosofía del Dinero*. Madrid: Instituto de Estudios Políticos.
- Tortosa, J. et al (2011). *Mal desarrollo y mal vivir: pobreza y violencia a escala mundial*. Quito: Ediciones Abya-Yala.
- Tortosa, J. (2001). *El juego global. Mal desarrollo y pobreza en el capitalismo mundial*. Barcelona: Editorial Icaria, Antrazyt
- UNESCO. (2017). *Temas y programas de paz*. Recuperado de: <http://es.unesco.org/themes/programas-construir-paz>

UNESCO. (2017). *Derechos humanos y cultura de paz*. Recuperado de: <http://www.unesco.org/new/es/quito/education/human-rights-and-culture-of-peace/>

UNESCO. (1995). *Cultura de Paz*. Recuperado de: www.unesco.org

Zariñana, I y Portilla, M. (2015). La producción audiovisual de las intervenciones urbanas como estrategia de marketing social. Caso: movilizaciones #TodosSomosAyotzinapa. #Comunicambio: *Comunicación y Sociedad Civil para el Cambio Social*, 644-6589. España: Ed. Fragua

CAPÍTULO 5

La profesión del diseño industrial desde una mirada antropológica

Joaquín Trinidad Iduarte Urbieta³⁷

Introducción

El diseño es una profesión que acompaña al proceso de innovación, el cual requiere de una infraestructura interconectada para lograr la transformación de ideas en productos, servicios y procesos. México, es un país con limitaciones en el desarrollo de innovación estratégica, con dependencia en la importación de bienes, capitales y tecnología. El diseño, no es una actividad prioritaria, ni altamente demandada por los sectores productivos del país; en este contexto, toma especial relevancia el entendimiento de las formas en las que los diseñadores industriales obtienen, construyen y movilizan los recursos necesarios para el desarrollo de una práctica profesional.

³⁷ *Doctor en Antropología Social por la Universidad Iberoamericana, graduado de la Maestría en Science in Design de Arizona State University, con Especialidad en Diseño Estratégico otorgada por la Universidad Autónoma del Estado de México, en donde también obtuvo la licenciatura en Diseño Industrial. Profesor en Maestría en Diseño FAD-UAEMex. Autor y coautor de capítulos de libro y artículos en revistas indexadas relacionados al estudio del diseño en México. Joaquin.idu@gmail.com*

Diseño global

El diseño industrial es una profesión que, en los países denominados como desarrollados, acompaña y contribuye a darle forma a la innovación, la cual se desarrolla con el apoyo de una infraestructura tecnológica, así como de una serie de redes productivas, además de mecanismos y políticas institucionales que permiten su planeación, vinculación, inserción, progreso y regulación. En este tipo de contexto, la práctica del diseño industrial está ligada a una vida económica desarrollada en los mercados de consumo, que de manera constante, generan y permiten la innovación a través del desarrollo de nuevos productos y servicios.

En el proceso de desarrollo de estos productos y servicios, el diseñador industrial es el encargado de la definición de la forma física y de los aspectos que se relacionan directamente con la interacción humana, para que estos se adapten a las necesidades e intereses de sus consumidores o “usuarios”. El desarrollo del trabajo de los diseñadores industriales, se lleva a cabo dentro de un contexto interdisciplinario de cooperación con otros miembros pertenecientes a los grupos de desarrollo de productos, como lo son: Especialistas en marketing, psicología, antropología, administración, ingeniería y manufactura.

En esta clase de escenarios, que permiten se genere una sinergia que actúa de manera efectiva para generar innovación -en donde la constante interacción humana y el libre flujo de la información dan impulso a vínculos estrechos entre la investigación, el desarrollo de nuevas propuestas y la producción de las mismas- es donde el diseño ha encontrado un buen espacio de desarrollo, ya que los ambientes más propicios para la innovación se dan cuando se favorece la vinculación de empresas, gobiernos, universidades y organizaciones sociales (Muñoz, 2014, p.52).

La articulación de la acción continua y coordinada de individuos organizados e interconectados en sistemas de redes formadas por diferentes tipos de organizaciones: Públicas y privadas, grandes y pequeñas, lucrativas y no lucrativas, dan pie a cadenas

de innovación que son acompañadas por la profesión del diseño. En este contexto, el diseño acompaña a la innovación dentro de un proceso sistémico que se integra a la estrategia de las organizaciones. En la empresa, el proceso de administración estratégica enlaza el diseño de productos y servicios con la planeación general, alineando la misión y la estrategia corporativa, con las capacidades tecnológicas y de innovación de la compañía, para desarrollar nuevas formas de cubrir las necesidades insatisfechas de sus clientes (Acevedo, et al., 2008, p.34).

En la actualidad, el diseño industrial es utilizado como una herramienta estratégica por las grandes corporaciones para generar valor y diferenciarse en el mercado. El diseño de productos y servicios de alta calidad, tecnológicamente más avanzados, ergonómica y estéticamente más gratificantes, genera un valor percibido que los hace más atractivos y relevantes. La oferta constante de nuevos productos diseñados para diferentes estilos de vida es una característica inherente a las sociedades contemporáneas, ya que en nuestros días, no se puede negar que el consumo es una condición persistente en la vida cotidiana de las diferentes sociedades que habitan el mundo.

El diseño y producción constante de nuevos productos y servicios alimenta la oferta de la sociedad de consumo moderna que radica en la posibilidad de “nuevos comienzos” o “resurrecciones” (Bauman, 2009, p.73) a través de la generación constante de nuevas propuestas de bienes y servicios a los que se les asigna un valor que abona un significado importante a las relaciones sociales entre los individuos (Bueno, et al., 2010, p.20).

Diseño en México

En países como México, con un contexto de periferia —con una realidad social, cultural, tecnológica y económica distinta a la de los centros hegemónicos— en donde a pesar de existir un mercado de consumo en donde el diseño y la innovación tienen un alto valor de cambio, los diseñadores industriales egresados de las diferentes universidades en nuestro país, se incorporan a un mercado laboral

con una realidad en donde la innovación y el desarrollo de nuevos productos tienen un alcance limitado debido a que no se cuenta con la infraestructura suficiente que apoye a la innovación estratégica y el desarrollo de nuevos productos con alto valor agregado.

A nivel global, en cuestiones de innovación, investigación y desarrollo, México está situado en el lugar 55 de 138 países evaluados en *The Global competitiveness Report 2016-2017* del *World Economic Forum*. En nuestro país, el desarrollo industrial está concentrado principalmente en la actividad manufacturera, y aunque muchos de los bienes elaborados son altamente competitivos, su producción genera poco valor agregado local por la sencilla razón de que son desarrollados en otros países, por compañías que importan sus propios insumos y que necesitan de poca articulación con el resto de las actividades productivas del país; situación que dificulta los encadenamientos tecnológicos y de innovación con las empresas nacionales. Es ampliamente sabido que las empresas transnacionales, siguen pautas proporcionadas por las matrices, las cuales toman decisiones de acuerdo a los planes estratégicos de las corporaciones a nivel global.

Por otro lado, el sector orientado principalmente al mercado interno, de menor dinamismo, está enfocado hacia actividades o segmentos de procesos de producción que demandan e incorporan poco valor agregado. Así mismo, la escasez de financiamiento por parte de la banca comercial hacía este sector, ocasiona que su principal fuente de financiamiento sean los recursos propios o de los proveedores, lo que limita su capitalización y consecuente disposición de capital para la inversión en tecnología y desarrollo de innovación. Estas condiciones de la industria y economía mexicana, sin lugar a dudas, han tenido efectos importantes en el desarrollo del diseño industrial en nuestro país, debido a que se encuentra condicionado y limitado a un contexto en donde no se cuenta con la infraestructura necesaria que apoye la innovación y el desarrollo de productos con alto valor agregado. Así pues, estamos ante un escenario en donde el trabajo del diseñador mexicano -en la mayoría de los casos- se ve limitado a sectores con bajo aporte tecnológico y de innovación.

En este sentido, es que toma especial relevancia el entendimiento, desde una perspectiva antropológica centrada en el actor, de las formas, condiciones y circunstancias de inclusión que una profesión innovadora y contemporánea, como lo es la del diseño industrial -que tiene su razón de ser en un mercado de consumo global, acostumbrado al cambio tecnológico y a la actualización constante de productos y servicios- dentro de un país como México, así como de los factores que ayudan a los diseñadores industriales mexicanos a construir su práctica profesional.

Diseñador como actor

La comprensión de los factores que influyen en la formación y en el desarrollo de la práctica profesional de los diseñadores, se ha realizado a partir del análisis de sus trayectorias personales, tomando en cuenta su historia familiar, sus referentes formativos, y el aprovechamiento de oportunidades relacionadas con las condiciones particulares de cada individuo.

Esta perspectiva de análisis orientada al actor parte de la idea de reconocer las múltiples realidades y experiencias diferenciadas que tienen los individuos en circunstancias estructurales semejantes, dentro de las cuales, las personas generan acciones y diseñan estrategias que les permiten solventar sus situaciones; es decir, no ve al individuo como un simple sujeto pasivo, sino que reconoce en él o ella, la capacidad de acción consciente que le permite entender, cuestionar y transformar su contexto. Las teorías centradas en el actor entienden que los actores individuales y colectivos en interacción con el sistema, disponen de un margen de posibilidad de acción (Guerra, 2009).

El reconocimiento del rol central que juega la acción y la reflexión humana, permite ver las respuestas diferenciadas generadas por los individuos, como creaciones intencionales de estos mismos; respuestas que tienen el potencial de moldear y transformar sus situaciones de vida. Es así que podemos decir que los actores desarrollan estas respuestas de acuerdo a las situaciones que identifican y a los recursos de los que disponen, los cuales son

formados por los mismos individuos a través del tiempo y de acuerdo a las circunstancias vividas. De esta manera los actores aprenden a movilizar y a crear estos recursos dentro de un *habitus*³⁸ que funciona como un esquema orientador con una lógica y una racionalidad determinada. Los diferentes *habitus* personales, relativos a las ecologías particulares, contextos concretos y sistemas de actividad específicos, les permiten a los individuos formar recursos o capitales económicos, sociales, simbólicos y culturales, diferenciados en calidad y cantidad.

En la interrelación de los individuos con su contexto, se producen vínculos de dependencia, pero también se crean acciones que van transformando su realidad. Para lograr esto, los actores generan estrategias que les permiten realizar sus proyectos, los cuales están conectados con la forma en las que se presentan las circunstancias, así como con la utilización de recursos disponibles –internos y externos- y los capitales que los actores han ido construyendo en el desarrollo de su trayectoria. En cada situación de la vida diaria, en mayor o menor medida, los actores recurren a estos capitales y recursos sociales, culturales y materiales, para realizar sus objetivos. La capacidad de acción y de reflexión entre diferentes individuos, está relacionada a la construcción histórica de estos recursos y capitales sociales, culturales y materiales, así como a sus experiencias de vida y a las consideraciones de su situación laboral, económica, personal o familiar.

A esta capacidad de acción y reflexión, Norman Long (2007) la denomina agencia, concepto que define al individuo como un actor pensante y actuante, que toma decisiones y lleva a cabo acciones de acuerdo a la disposición de sus capitales y la evaluación de sus apreciaciones. Individuos cuyas prácticas y estrategias – encuadradas dentro un contexto histórico- van de acuerdo a sus

³⁸ “Habitus” es una noción fundamental desarrollada en las obras *El sentido práctico* (1980) y *Capital cultural, escuela y espacio social* (2003) de Pierre Bourdieu. El *habitus* de una persona se entiende como el conjunto de esquemas generativos a partir de los cuales el individuo percibe el mundo y actúa en él. Estos esquemas generativos se estructuran socialmente y se conforman a lo largo de la historia de cada persona.

conocimientos, experiencias y reflexiones, así como a los recursos que tiene disponibles. En este aspecto, Long comenta:

...la noción de agencia atribuye al actor individual la capacidad de procesar la experiencia social y diseñar maneras de lidiar con la vida, aun bajo las formas más extremas de coerción. Dentro de los límites de información, incertidumbre y otras restricciones (por ejemplo, físicas, normativas o político-económicas); los actores sociales poseen “capacidad de saber” y “capacidad de actuar”. Intentan resolver problemas, aprenden cómo intervenir en el flujo de eventos sociales alrededor de ellos, y en cierta medida están al tanto de las acciones propias, observando cómo otros reaccionan a su conducta y tomando nota de las varias circunstancias contingentes (Long, 2007, p.48).

De acuerdo a esto, es que tratamos de entender las influencias que la estructura o contexto mexicano, con características de periferia, tiene en el desarrollo de una práctica –relacionada a la innovación- como lo es la del diseño industrial, y la manera en la que los actores –diseñadores industriales- han generado acciones, estrategias y respuestas particulares, dependiendo de sus conocimientos, experiencias y reflexiones, así como a los recursos y capitales -sociales, culturales y materiales- que han ido construyendo y que tienen disponibles. En resumen, la investigación centrada en el actor nos permite ver las influencias (factores estructurales que condicionan y potencian) del contexto (México) en el establecimiento de una profesión (diseño industrial), así como la capacidad de acción (modalidades de operación) que han desarrollado los actores (diseñadores industriales) en cuestión.

Trayectorias de diseñadores industriales

Con el objetivo de tener un espectro amplio del desarrollo profesional del diseño industrial a partir de trayectorias

individuales, se hizo una selección de los diseñadores entrevistados tomando en cuenta el cohorte generacional y la institución educativa en donde obtuvieron su licenciatura: UNAM, IBERO, UAM, ANAHUAC, UAEM, UDEM e ITESM. Los diseñadores industriales entrevistados abarcan desde las primeras generaciones egresadas en los años setentas hasta generaciones más recientes graduadas a partir del año dos mil. Las trayectorias laborales analizadas fueron diversas: Diseñador-consultor con estudio o despacho, diseñador-emprendedor con marca de productos o medios de producción, diseñador trabajando en empresa, diseñador laborando en institución educativa o en institución relacionada al diseño.

Diseñadores y diseñadoras entrevistadas	Escuela y año de egreso				
	1970	1980	1990	2000	2010
Federico	UNAM 1975				
Jorge	UNAM 1978				
José		UNAM 1984			
Jorge 1		UNAM 1989			
Jorge 2			UNAM 1997		
Ariel				UNAM 2002	
Manuel	IBERO 1972				
Enrique	IBERO 1976				
Ricardo				IBERO 2003	
Miguel			UAEM 1994		
Juan Pablo			UAEM 1997		
Patricia				UAEM 2001	
Miguel				UAEM 2001	
Iván				UAEM 2003	
Ana Lucía				ITESM 2007	
Melissa				ITESM 2009	
Guillermo		UAM 1983			
Joel				UAM 2009	
Alexander			Anáhuac 1990		
Victoria					UDEM 2011

Tabla 1. Diseñadores industriales entrevistados por universidad y año de egreso.

A partir de los relatos sobre su historia personal, sus experiencias formativas y su desarrollo laboral, se trató de visualizar y entender cada una de las trayectorias desde el punto de vista particular, así como también las influencias y apoyos que cada una ha recibido de diferentes instituciones sociales. El trabajo etnográfico realizado a través de las entrevistas en profundidad se centró en la recuperación verbal de tres temas principales: La familia, la formación y el desarrollo de la práctica profesional. Este enfoque se ha tomado de Ludger Pries (1997) quien nos dice que una trayectoria laboral es una secuencia de posiciones laborales, integrada dentro de una concepción biográfica más amplia sobre el individuo: Familia de origen, formación, trabajo y familia propia.

Temas y factores importantes para el desarrollo de la profesión del diseño industrial en México

La información obtenida a través del análisis de las trayectorias, nos permitió visualizar los temas y factores más importantes que han circunscrito la práctica profesional de los diseñadores industriales en México desde una mirada antropológica: La formación, los apoyos y recursos obtenidos desde la familia, la escuela y el trabajo.

Formación, apoyos y recursos obtenidos desde el ámbito familiar

De acuerdo a nuestro análisis de trayectorias profesionales, la familia es un espacio importante de formación, que da diferentes tipos de apoyo dependiendo de su contexto social, cultural, educativo, económico y emocional. Brinda apoyos que tienen el potencial de convertirse en recursos o capitales útiles —económicos, sociales, culturales y simbólicos— para el desempeño de una profesión como lo es la del diseño. Las referencias en cuanto a los elementos o factores familiares que ayudaron, complementaron o motivaron la formación de los distintos diseñadores entrevistados, varían y van desde las profesiones y ocupaciones de los padres u otros parientes, las maneras de realizar prácticas y actividades cotidianas, la diversidad y la utilización de espacios u objetos familiares, el establecimiento de redes sociales, la situación económica, hasta el apoyo emocional. Es indudable que a través

de la familia se recibe un patrimonio –relacionado a las prácticas, usos, costumbres, valores asignados y recursos disponibles para la vida- que proporciona un *habitus* que funciona como un marco de referencia dentro del cual se crea un acervo de capitales (Martín, 2004, p.1) indispensables para la generación y establecimiento de una trayectoria laboral creativa y emprendedora.

Al parecer, en México la familia sigue siendo la unidad básica de solidaridad, lo que implica un conjunto de apoyos rituales, económicos y sociales. Los recursos generados dentro de la familia son compartidos por sus miembros y tienen el potencial de ser utilizados para beneficio de cualquiera de sus integrantes (Adler & Pérez, 1993). Dentro de estos recursos están los económicos, los sociales, los culturales y los simbólicos, que en cierta medida llegan a compartirse con otros familiares, amigos y conocidos, por medio de la generación de lazos de confianza que permiten una actitud abierta y de compromiso por parte de los involucrados, lo que se convierte en un patrimonio familiar que puede ser muy valioso en el desarrollo de una trayectoria profesional en contextos como el de nuestro país, en donde hay una debilidad en la acción de las instituciones del estado.

Aunque se da en diferentes niveles, podemos decir que en todas las trayectorias hemos encontrado algún tipo de apoyo familiar. En este sentido, encontramos que el apoyo y la participación directa de la familia –padres, hermanos, esposos- en el impulso al desarrollo de una práctica profesional, es muy positivo.

El apoyo familiar en los aspectos económico, social, emocional y formativo es innegable, en mayor o menor medida, hemos encontrado alguno en cada trayectoria analizada no importando la generación a la que pertenezca el entrevistado. Las variaciones en el tipo de contribución familiar las hallamos con respecto a las ocupaciones, profesiones, circunstancias económicas y sociales de los padres, hermanos, cónyuges, y parientes cercanos, quienes complementaron o motivaron la formación de los distintos diseñadores entrevistados, así como a los espacios y objetos de aprendizaje –formales e informales- y a las actividades realizadas cotidianamente.

No podemos generalizar, ya que cada familia tiene un modo de vida determinado que depende de las condiciones, actividades y relaciones entre sus miembros, pero sí podemos decir que en las trayectorias analizadas, la familia ha sido un espacio de formación y de soporte para el establecimiento de recursos y patrimonios que han sido muy útiles en el desarrollo de una práctica profesional como es la del diseño.

Los diferentes apoyos familiares encontrados –principalmente durante los inicios de las trayectorias laborales- van desde la ausencia de presión económica, la colaboración en gestiones, el apoyo económico para el logro de proyectos laborales o académicos, los préstamos de espacios o instalaciones, los patrocinios de equipos o maquinaria, hasta el financiamiento o asociación para el establecimiento de puntos de venta, talleres, despachos, así como para la realización de producciones o manufacturas. Del mismo modo, encontramos actividades relacionadas al desarrollo de habilidades, destrezas y conocimientos que impactaron en el ámbito educativo y en el establecimiento de una práctica laboral.



Esquema 1. Tipos de apoyos familiares encontrados durante la formación y desarrollo de la práctica profesional de los diseñadores industriales entrevistados. Publicado en artículo

“Diseñadores industriales en países poco innovadores: Apoyos del entorno sociocultural para subsistir” de la revista *Área*.

Escuelas y universidades

Por medio del estudio de las trayectorias de los diseñadores entrevistados, podemos visualizar que la preparación académica para el desarrollo de una profesión no depende principalmente de la universidad, ya que hay espacios educativos que por su estructura de acción permiten la creación de *habitus* –creativos, técnicos y tecnológicos- que generan recursos muy útiles para la vida profesional.

En las trayectorias analizadas hemos encontrado habilidades, actitudes y saberes desarrollados en la educación primaria, secundaria y preparatoria que han sido valorados como muy importantes en la formación de los profesionales entrevistados. Lo que nos hace pensar que la calidad de la enseñanza depende más de la institución que del nivel educativo en cuestión.

A través de nuestro análisis también pudimos percatarnos de la idea que tienen nuestros entrevistados sobre los conocimientos adquiridos durante su periodo de estudios en la universidad para ejercer la profesión del diseño, la cual –en la mayoría de los casos- fue definida como una educación muy básica, enfocada principalmente en el “saber hacer”. La apreciación de “poco entendimiento” del proceso de diseño durante los estudios de licenciatura, se mantiene constante durante varias generaciones.

Al parecer, durante muchos años, las escuelas de diseño industrial, con el objetivo de lograr un entendimiento sobre la capacidad plástica del diseño, proporcionaron a sus estudiantes una introducción a conceptos teóricos y estéticos elementales de manejo de la forma, el color, la escala y la jerarquía -acompañados por conocimientos técnicos apoyados en prácticas de talleres- que no lograron difundir un entendimiento claro sobre el proceso de diseño y su relación con una realidad comercial y productiva.

El énfasis puesto por muchas escuelas de diseño en el desarrollo de objetos, canalizó los esfuerzos físicos, intelectuales y creativos de sus estudiantes en la definición de dichos objetos, y dejó en segundo término todas las dinámicas que intervienen en la creación de un producto: Entendimiento claro de contexto y sus necesidades, empatía y conocimiento real del consumidor, análisis de la competencia y el mercado, desarrollo de estrategias y modelos de negocio, definición y validación de un concepto diferenciado, estimación de costos y consideración de procesos de producción, generación de recursos e infraestructura necesaria para la ejecución del proyecto, formación de equipos de trabajo, fabricación e introducción del producto en el mercado, así como la evaluación final de su comportamiento comercial. Habilidades, conocimientos y dinámicas que regularmente se han aprendido posteriormente en la práctica.

A pesar de esta realidad, en donde se aprecia que en el diseño curricular de muchas universidades de nuestro país no se logra un entendimiento claro del proceso de diseño insertado en una estructura de innovación relacionada a un mercado de consumo; con el apoyo de nuestro análisis podemos definir a la escuela no solamente como un espacio educativo importante por los conocimientos adquiridos, sino también como un espacio de interacción social que da la oportunidad de relacionarse con otras personas con intereses afines, con las cuales se colabora y se puede seguir cooperando a largo de una trayectoria laboral.

La escuela entonces, es un importante espacio de vinculación (social y laboral) que puede ser aprovechado de diferentes maneras, lo cual nos indica que aunque el currículo no lo promueva, podemos decir que la capacidad socializadora que tiene la escuela es uno de los beneficios que permite relacionarse y ampliar redes sociales y de colaboración, y que esto se convierte en recursos móviles que tienen el potencial de fortalecer una trayectoria profesional.

Otros de los beneficios que las escuelas de diseño ofrecen se hallan en las prácticas profesionales, las bolsas de trabajo y el apoyo de las incubadoras de negocios, las cuales ayudan a tener un contacto

con la realidad laboral. Lo que es claro es que la “calidad” de estos recursos depende mucho de la institución en cuestión.

En este sentido podemos citar a escuelas que han venido reforzando sus programas educativos con prácticas profesionales en empresas y despachos, así como con la generación de incubadoras que apoyan el desarrollo de proyectos, y bolsas de trabajo para sus estudiantes y egresados. A pesar de esto, la educación del diseño en México en muchas de las universidades es llevada a cabo aún de manera departamental, con poco apoyo de otras profesiones y de centros de gestión e innovación.

Desde nuestro punto de vista, la relación de las escuelas de diseño con centros de gestión e innovación, así como con instituciones, empresas y organizaciones del sector productivo y social debe ser algo cotidiano, más que deseable, conceptualizándose así, en espacios de aprendizaje, vinculación y emprendimiento relacionados a medios innovadores.



Esquema 2. Tipos de conocimientos, apoyos y capitales³⁹ brindados por las universidades y escuelas de diseño. Publicado en artículo

³⁹ El concepto de capital social se refiere a las relaciones sociales que tiene un grupo o un individuo, y el nivel de colaboración, reciprocidad y confianza que hay entre ellas. Capital cultural es un concepto acuñado por Pierre Bourdieu que se refiere a la acumulación -a través de la socialización- de la cultura y aspectos simbólicos

“Diseñadores industriales en países poco innovadores: Apoyos del entorno sociocultural para subsistir” de la revista *Área*.

Formación de redes de colaboración

A través de nuestro estudio hemos encontrado una gran variedad de redes de colaboración en donde los diseñadores interactúan con otros actores como familiares, amigos, conocidos, colaboradores, profesores, compañeros, ex compañeros, así como con otros profesionales como lo son artistas, arquitectos, diseñadores, ingenieros, administradores, mercadólogos y contadores; así mismo, con vendedores, proveedores, distribuidores, gente de oficio, artesanos, estudiantes, además de despachos, colectivos, instituciones y organizaciones.

Es recurrente que en el desarrollo de una práctica laboral relacionada al diseño, hay muchos diseñadores que optan por la asociación con compañeros para montar talleres o despachos a través de la inversión de sus propios recursos. Cuestión que de acuerdo a nuestra investigación, requiere de relaciones basadas en la confianza y el compromiso mutuo, lo que Boschma (2005) define como proximidad social; lo cual en nuestra sociedad se logra a través de vínculos cercanos entre los actores. Es evidente –como comenta Norman Long (2007)- que los actores sociales tratan de lograr sus objetivos involucrando a otros en sus proyectos.

Al parecer, los nuevos despachos se han ido haciendo más eficientes a través del uso de nuevas tecnologías, así como de la contratación del personal estrictamente necesario para el manejo de los proyectos. Los antiguos despachos de diseño con grandes inversiones en instalaciones y personal, ya no existen o han ido evolucionado a eficientes oficinas de desarrollo de proyectos de innovación, flexibles, con poco personal y con equipo actualizado. Este modelo flexible, provechoso tanto para la productividad como para la creatividad,

por parte de un individuo, y que le concede formas de percepción, pensamiento y conocimiento, que le dan un status.

es el que más opera dentro de esta cultura asociativa. Las nuevas generaciones de diseñadores han optado por trabajar de manera flexible y colaborativa con otros diseñadores y despachos, así como con productores, fabricantes y comercializadores.

Cabe mencionar que la integración de redes requiere de la generación de intereses comunes, empatías, coincidencias y un sentido de confianza, ya que es a través de ellas que se accede a colaboraciones y asociaciones productivas, a información útil e importante, así como a oportunidades de empleos y de proyectos. Estas redes de colaboración se hacen más eficientes cuando se maneja el mismo tipo de conocimiento tácito, así como los mismos códigos, lenguajes y estándares de comunicación, lo que Boschma (2005) define como “proximidad cognitiva”. Por su importancia para el establecimiento de una práctica laboral independiente, desde nuestro punto de vista, la capacidad y habilidad de generar redes de colaboración, se debería de tomar en cuenta desde las universidades. La capacidad de formación y de utilización de redes que permiten la generación de sistemas de colaboración y de lazos de asociación son fundamentales para potenciar e incrementar la movilidad de los recursos y capitales de los diseñadores emprendedores.



Esquema 3. Redes de interacción y trabajo colaborativo de diseñadores.

Al comparar las entrevistas realizadas a diferentes generaciones de diseñadores, podemos decir que el trabajo colaborativo se percibe como más recurrente entre las generaciones de diseñadores más jóvenes, quienes a través de iniciativas personales o de grupos, se asocian en colectivos, grupos de trabajo móviles o temporales, comunidades físicas o virtuales, para desarrollar proyectos de carácter comercial, social o comunitario. Por medio de este trabajo colaborativo, los diseñadores interactúan, se comunican, comparten información, crean relaciones de trabajo y comunidades con intereses afines.

En este tipo de escenario, acostumbrado a la colaboración y a la flexibilidad, no cabe duda que el uso de la tecnología digital ha traído la posibilidad de aumentar la eficiencia de los servicios que ofrece un despacho u oficina de diseño. Por otro lado, la independencia, autonomía, exactitud y calidad que permiten el uso de nuevas tecnologías ha permitido que muchos diseñadores inicien sus propios despachos.

Uso de tecnología digital

Es claro que para muchos de los diseñadores de generaciones recientes, el uso de software, nuevas tecnologías e Internet, ha sido algo más común y cotidiano que para los diseñadores de generaciones anteriores. El uso de estas tecnologías ha sido favorable para el desarrollo de un trabajo más profesional y más cercano a las necesidades del mercado laboral.

Es evidente que la posibilidad de generación y exhibición de representaciones gráficas más realistas, a través del uso de software, así como de una plataforma global como lo es *Internet*, permite a los diseñadores mostrar y compartir ideas creativas de manera masiva, lo cual aumenta de forma muy importante la exposición de su trabajo, así como la posibilidad para interactuar en espacios locales y globales.

El acceso al uso de redes y plataformas que permiten la muestra del trabajo realizado a comunidades creativas globales, se convierte en

un medio que afecta tanto a las prácticas, como a las concepciones de los profesionales y estudiantes del diseño industrial, y dan un soporte muy importante en el desarrollo de sus trayectorias laborales.

El uso de software de diseño ha permitido a los diseñadores manejar de manera más precisa el proceso de diseño tradicional. La generación de dibujos por computadora posibilita “modelar” con una *base de datos*, lo que implica generar representaciones gráficas de objetos con características más exactas y realistas. El uso de software permite tener, además de un desarrollo más profesional, un documento colectivo, que puede ser compartido entre diferentes personas, sistemas y profesiones, quienes –de acuerdo a Boschma (2005)- necesitan tener una *proximidad cognitiva* con respecto al uso de la información y las plataformas compartidas. Aunado a esto, las impresiones 3D -que han surgido en las últimas dos décadas- de dichos modelados digitales, posibilitan tener, en poco tiempo, una representación material concreta del objeto diseñado, lo que permite a los diseñadores producir, de manera más rápida, un mejor trabajo.

Las generaciones de diseñadores más recientes han contado con estas herramientas que les permiten visualizar sus ideas de manera más real y en menor tiempo, lo que los faculta a materializar más eficientemente sus propuestas, compartirlas más ágilmente y por ende, ser más productivos. Podemos decir que este tipo de dinámicas, soportadas en el uso de nuevas tecnologías, representan un nuevo *habitus* tecnológico (Silva y Reygadas, 2013; Rivera y Llena, 2008) que permite a los diseñadores ofrecer sus servicios de manera más profesional, eficiente y flexible, ya que no necesitan de un gran espacio o de mucho personal para realizar una propuesta completa de manera virtual y física.

Medios de exposición virtuales y físicos

Es innegable que el uso de medios virtuales se ha convertido en un elemento muy importante para el establecimiento de una práctica profesional independiente en el área del diseño, pero también

hemos podido ver que los medios físicos en donde se promueven contactos “cara a cara” siguen siendo importantes medios de difusión de los trabajos realizados por los diseñadores.

En la actualidad estas dos vertientes de exposición física y virtual se combinan para tener una mayor difusión, tema que actualmente las nuevas generaciones de diseñadores tienen muy presente. Podemos decir que esto no es algo nuevo, pero que sí es algo más recurrente en la práctica de las nuevas generaciones de diseñadores.

En la actualidad, son cada vez más los diseñadores que saben que un producto o servicio bien hecho, ingenioso y atractivo, se convierte en un promotor y embajador de ellos mismos y de su trabajo. Su correcta difusión y promoción es fundamental para que “el mundo conozca sus propuestas”. Como ya se mencionó, el uso de estas tecnologías más accesibles -de modelado digital y de prototipado rápido- permiten a los diseñadores explorar formas y convertirlas, de manera más rápida y eficiente, en ideas de productos. Estas ideas, al ser exhibidas en el sitio –físico o virtual- adecuado, obtienen una exposición más directa a comunidades potencialmente interesadas en ese tipo de propuestas creativas.



Esquema 4. Principales medios de exposición utilizados por diseñadores para promover sus proyectos.

Emprendedurismo

A través del análisis de las trayectorias estudiadas podemos ver que parte de la práctica del diseño en nuestro país está relacionada al establecimiento de despachos o de pequeñas empresas de productos de diseño. El establecimiento de este tipo de práctica independiente –en un contexto con pocas externalidades que los apoyen– requiere de una capacidad emprendedora, acompañada de un sentido de negocios, así como de talento, iniciativa, disciplina, entusiasmo, conocimiento del mercado y recursos –tangibles e intangibles– propios. Para desarrollar este tipo de empresa, el diseñador en México se convierte en un empresario con visión de negocios, inversionista, publicirrelacionista, administrador y gerente de manufactura.

Podemos decir que los profesionales emprendedores del diseño, son personas que desarrollan la suficiente flexibilidad, soltura e ingenio como para poder ampliar sus servicios a diferentes áreas: diseño de producto, diseño gráfico, arquitectónico, de interiores, empaque, punto de venta, etc. Individuos que generan la habilidad de “navegar con viento propio” y que al mismo tiempo tienen la destreza de hacer asociaciones, trabajar colaborativamente, organizar equipos de trabajo y ser parte de ellos. Personas que deben entender al diseño como un negocio con valor para sus clientes, además de saber el proceso para construir una compañía, administrarla y acrecentarla, así como tener la habilidad para dirigir proyectos, entender y administrar el proceso de producción y manufactura de una pieza o de un conjunto de ellas. Las nuevas generaciones de diseñadores independientes han aprendido a identificar las necesidades del mercado, así como también han logrado identificar sus propias fortalezas y debilidades, entendiendo en ese proceso, que su trabajo requiere de calidad, creatividad, disciplina, diferenciación, inversión y promoción; por lo que saben que deben destinar tiempo, esfuerzo y recursos para que estos aspectos se mantengan y se cumplan.

Muchos de los nuevos diseñadores-empresarios han diversificado su esquema de trabajo en tres líneas de acción: El despacho o estudio

de diseño, acompañado por su propia marca y su respectiva línea de productos, junto a la participación o colaboración con asociaciones, colectivos, organizaciones, universidades, etc.



Esquema 5. Modelo de acción de diseñadores-empresarios más jóvenes.

Por medio de nuestro análisis, podemos notar que son las nuevas generaciones de diseñadores las que están apostando por generar sus propios productos, su marca, su estudio, y son lo que se están presentando en la escena nacional e internacional a través de los medios virtuales disponibles, así como de ferias comerciales en México y en otros países. A través de una postura emprendedora los diseñadores despliegan una capacidad de agencia ante la falta de instituciones que los respalden de manera eficiente, lo que les permite -con una acción local y global- ir accediendo a espacios comerciales; labor que les ha habilitado para desarrollar una práctica profesional relacionada a un mercado de consumo no determinado por restricciones o limitaciones espaciales.

Este tipo de circunstancias, ha llevado a los diseñadores trabajando de manera independiente, a ofrecer un servicio lo más completo posible, en multiniveles: *“No solo te hago el producto, también te*

diseño la estrategia comercial, el punto de venta y los interiores”; un enfoque *multi task* que los diseñadores han tenido que desarrollar, en donde el individuo se convierte en un “actor plural” que requiere lidiar con una diversidad de lógicas de acción (Lahire, 2004). Esta compleja realidad del mercado laboral muchas veces contrasta con las experiencias vividas por los estudiantes de diseño en las universidades, en donde se realizan proyectos de manera idealizada, con poca relación a las demandas de un mercado laboral y comercial. Con base en nuestra experiencia en el ámbito educativo, así como en nuestro estudio de trayectorias, podemos decir que todo lo anteriormente descrito difícilmente es tomado en cuenta por las escuelas de diseño al delinear e instrumentar sus planes y programas de estudios. Escuelas que deberían pensar en graduar ya no tan solo estudiantes, sino empresarios o empresas (Muñoz, 2014).

Acción y ejecución del diseño en México

Como ya lo hemos mencionado, los conocimientos, las habilidades, los talentos, la visión del entorno, los contactos y las oportunidades, traducidos en forma de recursos y capitales obtenidos a través de la familia y de la formación, han permitido que los profesionales del diseño participantes en esta investigación, encuentren oportunidades de desarrollo en diferentes ámbitos laborales.

El poder de agencia de los diseñadores frente a un contexto que no cuenta con los soportes necesarios para el desarrollo del diseño como una disciplina que acompaña al proceso de innovación, se encuentra relacionada principalmente al ámbito emprendedor, desde donde algunos diseñadores han accedido a un mercado de consumo local y global, en el que el diseño cuenta con un valor de cambio que permite el desarrollo de esta profesión.

Lo que es evidente a través de nuestro estudio, es que para que exista “la acción y ejecución” del diseño se requiere de infraestructuras y redes que permitan su operación. Las asociaciones, conexiones y colaboraciones entre diseñadores,

equipos de trabajo multidisciplinarios, empresas, organizaciones, gobierno, universidades e institutos de investigación, son situaciones deseables para su desarrollo. La obtención de apoyos, recursos y financiamiento, acompañados de la promoción y el posicionamiento de la profesión en los sectores sociales y productivos, son elementos básicos para el desarrollo del diseño en cualquier país. En México, muchas de estas infraestructuras y redes necesarias para la acción del diseño, han sido creadas principalmente de manera personal por los diseñadores, apoyados por organizaciones o instituciones como las universidades.

En buena parte, el desarrollo actual del diseño en nuestro país ha sido el resultado de la labor de los actores directos, muchos de los cuales, desde el esquema emprendedor y por medio de la movilización de sus propios recursos, han ido identificando las dinámicas que permiten su acción y expansión en mercados locales, nacionales y globales.

Referencias

- Acevedo, A. y Linares, C. (2008). El proceso de innovación dentro del proceso estratégico de las organizaciones. *Industrial Data*, 11(2). Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81619829005>
- Adler, L. y Pérez, M. (1993). *Una familia de la élite mexicana. Parentesco, clase y cultura 1820-1980*. México: Alianza.
- Bauman, Z. (2007). *Vida de Consumo*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Boschma, R. (2005). Proximity and Innovation: A Critical Assessment. *Regional Studies*, 39(1). Recuperado de: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/0034340052000320887>
- Bueno, C y Steffan, I. (2010). El consumo en la era global. *Consumos globales: de México para el mundo*. Mexico: Universidad Iberoamericana.

- Guerra, M. (2009). *Trayectorias formativas y laborales de jóvenes de sectores populares: un abordaje biográfico*. México: ANUIES.
- Lahire, B. (2004). *El hombre plural. Los resortes de la acción*. Barcelona: Bellaterra.
- Long, N. (2007). *Sociología del desarrollo: Una perspectiva centrada en el actor*. San Luis Potosí: El colegio de San Luis.
- Martín, F. (2004). *Patrimonios. Cuicuilco*, 11(30)
- Muñoz, R. (2014). *Innovación a la Mexicana*. México: Conecta.
- Pries, L. (1997). *Conceptos de trabajo, mercados de trabajo y proyectos biográfico-laborales. Los estudios sobre la cultura obrera en México*. México: Consejo nacional para la cultura y las artes.
- Rivera, J. y Lleana, G. (2008). *Cultura digital y reconfiguración del habitus tecnológico. Reflexiones teóricas y filosóficas. Razón y Palabra*, 13(64).
- Silva, D., y Reygadas, L. (2013). *Tecnología y trabajo colaborativo en la sociedad del conocimiento. Alteridades*, 23(45), p.107-122.

CAPÍTULO 6

Una mirada sociocultural y simbólica del diseño como expresión de género

Patricia Zarza Delgado⁴⁰
Carolina Serrano Barquín⁴¹
Héctor P. Serrano Barquín⁴²

En este capítulo se analizan los modos de significación, a partir de los cuales se desprenden distintas construcciones socioculturales en el ámbito del diseño. Desde el reconocimiento al trabajo de distintas diseñadoras, se reflexiona la configuración de identidades de género con las que se ha asignado un “marcaje” a ciertos productos diseñísticos. Se cuestiona la confrontación estéril de lo femenino versus lo masculino, adecuando enfoques teóricos del

⁴⁰ Es doctora en Ciencias Sociales, Profesora-investigadora de la Facultad de Arquitectura y Diseño de la Universidad Autónoma del Estado de México; Licenciada en Diseño Industrial. Estudió la maestría en diseño de productos en la Universidad Politécnica de Cataluña en Barcelona, España. Maestra en Ciencias del Diseño en la Universidad del Estado de Arizona en los E.U.A. Es integrante del Sistema Nacional de Investigadores desde 2010. zardel44@gmail.com

⁴¹ Dra. en Educación Odontóloga de profesión. Maestra en Planeación y evaluación de la educación. Docente por más de treinta años. Diversas publicaciones, autora de libros: *Creatividad sensorial. Cultura Visual de género. Simbolismo de género en conventos novohispanos.* Miembro del Sistema Nacional de Investigadores. Profesora investigadora en Facultad Ciencias de la Conducta: carolinasb@hotmail.com

⁴² Doctor en Historia del Arte, investigador de la Escuela de Artes y de la Facultad de Arquitectura y Diseño de la UAEMéx. Publicaciones, principalmente sobre temas de diseño y arte: *Imagen y representación de la mujer en la plástica mexicana. Cultura visual de género. Lo binario femenino/masculino, Simbolismos de género en conventos novohispanos, entre otros.* Miembro del Sistema Nacional de Investigadores N1 hectorsb2012@yahoo.com.mx

feminismo y las masculinidades a los posibles factores identitarios de los objetos de diseño. Lo anterior con el fin de actualizar diferentes visiones en materia conceptual de los diseñadores, en cuyos productos sólo se ha reconocido la visión tradicional binaria del género. Se reflexiona en el consumo cultural, qué miradas y soluciones se pueden ofrecer al problema de la violencia simbólica imperante, que de manera imperceptible, se inserta en objetos diseñados.

Introducción

Se cuestiona si el diseño en general ha sido forzado a asumirse como un constructo “sexuado” o con caracteres definitorios de género. Desde una perspectiva tradicional y dentro del imaginario colectivo, pareciese un cuestionamiento inútil y hasta pueril. Los colores rosa y azul, como un ejemplo banal, aún influyen poderosamente en el consumo cultural de millones de productos de vestimenta o juguetes. Las empresas productivas de entretenimiento y de publicidad, se fortalecen con ganancias multimillonarias a partir de la llamada diferencia sexual u oposición entre lo femenino y lo masculino.

En muchas ocasiones el consumo de estos diseños no contiene criterios de sustentabilidad. Comprender el modo en que miramos un objeto o producto previamente conceptualizado y creado físicamente por una o un diseñador, nos obliga a analizar hasta dónde dicho objeto absorbe, transporta o representa socialmente un patrón simbólico que culturalmente le otorga significados y códigos que lo vincularán, de modo binario, a lo femenino o a lo masculino.

La naturalización dual del género como algo consustancial e irremediable conlleva una fuerte resistencia. En principio porque en la actualidad existen más de dos identidades de género, además de que el estudio sobre las masculinidades es resultado de enormes cambios sociales. Éste último ha implicado una gama de actualizaciones y adiciones a la teoría feminista original surgida

durante el último tercio del siglo XX. Se propone analizar los recientes cambios de las teorías en materia de género, ya que en la actualidad sería insostenible mantener una postura convencional y anacrónica sobre el diseño y su “sexuación” asignada artificialmente.

El estudio del contexto sociocultural en el que se desempeñan las y los diseñadores, no debe excluir las nuevas aportaciones de las teorías en materia de género. Los avances científicos de carácter anatómico, hormonal, quirúrgico, así como las reformas legales y los derechos humanos, incluidos los de los niños en cuanto al libre ejercicio de una identidad genérica no impuesta o resultante sólo de la biología; representa la aceptación de un nuevo estado de cosas dentro de la perspectiva de género. De igual manera, implica concebir y replantear los diseños con mayor equidad, sostenibilidad y responsabilidad social, para fomentar consumos culturales con mayor compromiso humanístico y ambiental.

El interaccionismo simbólico es una corriente de pensamiento que se relaciona con la psicología social, por el énfasis dado a la interacción. También se relaciona con la sociología fenomenológica, por la consideración de la interacción como base para la construcción de significaciones, basadas en el sentido común en torno a las definiciones de la realidad social. Para Blumer (citado en Rizo, 2011), los humanos actúan respecto al fundamento de las significaciones, postulado que explica cómo la gente actúa en función del significado que generalmente se atribuye a los objetos y situaciones. Es así que la significación surge de la interacción social⁴³ que el individuo tiene con los demás actores dentro de un entorno determinado. Asimismo, autores como Goffman (1979)

⁴³ Metodológicamente en este capítulo, además de partir de distintos enfoques de las teorías de género, se toma como premisa que el Interaccionismo Simbólico, entendido como corriente de pensamiento microsociológico se basa en “el concepto de interacción (como) uno de sus pilares básicos, y se concibe como el fundamento de toda relación social” (Rizo, 2011, p.5). Afirma esta autora que desde Erving Goffman a George Herbert Mead, Ch. Horton Cooley y Herbert Blumer, son sus fundadores y teóricos donde el “yo espejo” de Cooley y “el ritual” de Goffman, son sus conceptos básicos.

destacan la naturaleza simbólica de la vida social, tanto en la cotidianidad como en distintos escenarios relevantes.

Por otra parte el diseño, como expresión contemporánea de su contexto sociocultural y como fenómeno comunicativo, se inserta dentro de manifestaciones relacionales de la sociedad, donde la cultura y el aprendizaje humanos se realizan mediante la comunicación, o interacción simbólica, por la que cada ser humano adquiere el propio sentido del ser, su carácter e identidad (Rizo, 2011). Asimismo, esta premisa se puede derivar hacia la configuración histórica de las identidades de género, incluida una mirada, en ese sentido al objeto de diseño.

Se puede decir que en términos de Butler (2007) las personas hacen un *performance*, es decir, una actuación consciente e inconsciente de su género en la vida cotidiana, mientras que Goffman (1979), plantea la necesidad de aplicar el análisis y la interpretación dramática de las personas hasta sus últimas consecuencias, así como los rituales de los individuos, incluidos los movimientos corporales, como se detallará más adelante.

Categorizaciones y premisas

Para dar inicio a este apartado conviene reflexionar en que “nada que ha sido diseñado (espacios, productos, símbolos, servicios) es neutral en cuanto al género. Cuando hablamos de violencia simbólica y de producción y reproducción de estereotipos, es importante entender que la arquitectura y los diseños son clave en la construcción de patrones socioculturales” (FADU-UBA, 2017, p.1).

Es innegable que las asociaciones simbólicas relativas al género habitualmente contraponen el individualismo a las relaciones mutuas, lo instrumental o artificial a lo naturalmente procreativo, la razón a la intuición, la ciencia a la naturaleza, la creación de nuevos bienes a la prestación de servicios, lo clásico a lo romántico, lo político a lo doméstico y lo público a lo privado. Es debido a ello que estas definiciones sociales de género permean la vida pública

y privada. Tendemos a percibir las como “normales”, “naturales” y “correctas” ya que cuando las prácticas y las estructuras que conforman la vida social representan constantemente imágenes de mujeres y hombres de determinada manera, por lo que es difícil imaginar que la masculinidad y la feminidad podrían ser definidas de otra forma.

Una de las principales fortalezas de la categoría de género, necesariamente es que se conforma de un conjunto de dimensiones, tales como: la social, cultural, económica, política, ética, la educación familiar y escolar, entre muchas más, que viabiliza un análisis integrador de la realidad social de las mujeres y de los hombres en su devenir histórico, posibilitando con ello una concepción más real de las condiciones de existencia de los individuos, desnaturalizando visiones genéricas ancestrales (Hernández, 2006; Wood, 2001; Conway, Bourque, y Scott 1996).

Así pues, cuando se habla de incluir la perspectiva de género en cualquier ámbito, se está incluyendo una visión que implica reconocer las relaciones de poder que existen entre los géneros: asimetrías, biológicas e ideológicas que se traducen en conflicto. El poder y sus prácticas se han estudiado desde los imaginarios sociales. El poder necesita de algún tipo de legitimación que le proporcionará algún tipo de reconocimiento social, frecuentemente favorables a los varones como grupo social y discriminatorios para las mujeres, pero al final igualmente perjudiciales para ambos grupos identitarios.

Antes de exponer algunos planteamientos teórico-metodológicos que dan soporte a este capítulo, conviene definir algunas premisas como son el papel fundamental que juega la corporalidad desde la ergonomía en el diseño, así como el papel primordial de las mujeres diseñadoras en la práctica profesional del diseño, ambos argumentados desde la perspectiva de género.

La suma atención que se le brinda a la corporeidad humana, es resultado de la vinculación entre creencias, ideologías o fundamentos no biológicos, y también biológicos, como son las

diferencias físicas entre el cuerpo femenino y el masculino. De tal suerte que la anatomía, en particular la ergonomía, demanda de conceptualizaciones y diseños específicos, cuyo uso a través de objetos relacionados a la corporeidad de los seres humanos, sí es determinante tanto en los procesos teóricos hasta en la utilidad práctica como propósito último.

Los objetos diseñados, los procesos de conceptualización, adquisición, estatus, apropiación comunitaria y todo lo que se desprende del término *consumo cultural*, encuentra en este capítulo interacciones entre el diseño y diferentes teorías que necesariamente presentan un carácter multidisciplinar en este trabajo; mismo que dicho sea de paso, es una condición para los estudios de género.

Otra premisa es que diversos planteamientos, tanto de la teoría de la comunicación y la sociología, se abordan aquí con relación a los fines de la investigación diseñística, siempre desde la perspectiva de género. En tal sentido, distintas investigaciones dentro de las ciencias sociales buscan generar nuevas miradas que contribuyan a la construcción de un: Pensamiento proyectual local más inclusivo y diverso. Desde hace varias décadas los Estudios de Género comenzaron a discutir los modos de construcción del conocimiento en diversas disciplinas. Sin embargo, esta perspectiva ha estado escasamente presente en la enseñanza, las prácticas, los relatos históricos y discursos de legitimación” (FADU-UBA, 2017, p.1), de la enseñanza y el ejercicio profesional del diseño. Mientras distintas disciplinas han adquirido criterios o perspectivas de género en los últimos años, pareciera que no es así en áreas como los diseños industrial, gráfico y arquitectónico, ya que se observa un rezago en cuanto a la necesidad de reflexionar sobre la modificación de contenidos académicos. La escasa literatura disponible en esta temática da cuenta de tal rezago. Para fomentar mayor interés en el tema se debe concientizar a docentes y alumnos sobre que: “Los diseños expresan características de la sociedad porque forman parte de la cultura material y visual. Por lo tanto, merecen un análisis particular que articule la producción de artefactos con las relaciones sociales” (FADU-UBA, 2017, p.1).

Para finalizar este apartado, es conveniente señalar que existen fuertes vínculos entre los enfoques de diseño, la relación entre el diseñador y los demás usuarios de sus objetos, la tradicional visión sobre que el experto es el protagonista y el gran orquestador, así como: Las nociones contempladas en los estudios de género donde la visión masculinista basada en el poder y la competencia se impone en las dinámicas productivas humanas. Las aproximaciones constructivistas a los estudios de ciencia, tecnología y sociedad, señalan que las relaciones de género son materializadas en las aplicaciones tecnológicas, y la masculinidad y la femineidad resultan escenificadas según cómo están inscritas y arraigadas en los artefactos y los usos que las personas les dan (Gutiérrez, 2012, p.70).

Dentro de la discusión sobre la centralidad o protagonismo entre la sociedad (usuario), el ambiente y la libertad creativa con la que deben ejercer su trabajo las y los diseñadores, debe replantearse la propia definición de la disciplina, para lo cual el Consejo Internacional de Diseñadores Industriales (ICSID) en su más reciente definición establece lo siguiente:

El diseño industrial es un proceso de resolución de problemas estratégicos que impulsa la innovación, construye el éxito del negocio y conduce a una mejor calidad de vida a través de productos innovadores, sistemas, servicios y experiencias. El Diseño Industrial cierra la brecha entre lo que es y lo que es posible. Es una disciplina trans-profesión que aprovecha la creatividad para resolver problemas y co-crear soluciones con la intención de mejorar un producto... El Diseño Industrial proporciona una manera más optimista de mirar hacia el futuro reformulando los problemas como oportunidades. Se vincula la innovación, la tecnología, la investigación, la empresa y los clientes para proporcionar nuevo valor y ventaja competitiva a través de las esferas económicas, sociales y medioambientales. Los Diseñadores industriales colocan al ser humano en el centro del proceso. Adquieren un profundo conocimiento de las necesidades del usuario a

través de la empatía y aplican un proceso pragmático de resolución de problemas centrado en el usuario para diseñar productos, sistemas, servicios y experiencias. Se trata de actores estratégicos en el proceso de innovación y con una posición única para tender un puente entre varias disciplinas profesionales e intereses. (ICSID, 2017)

Con relación a la definición de los conceptos básicos del diseño, Niederhelman (2001), afirma que una vez que los diseñadores y los educadores de esta disciplina aceptan la idea de ampliar sus posibilidades, se percatan de que los objetos en sí mismos no son realmente el centro del diseño. Diseñar es un proceso de posibilidad en donde las cosas pueden ser diferentes. De acuerdo con Margolin (1991), puede diseñar todo aquel que piensa y actúa desde maneras distintas y orientadas a cambiar las situaciones actuales por otras deseables.

El Diseño Industrial es una disciplina creativa y proyectual que implica tanto la configuración de objetos útiles, como de procesos, servicios, técnicas empresariales y experiencias de vida, con alto sentido ético y humanístico. Considera sus entornos naturales, socio-económicos, geo-políticos, tecnológicos y productivos, con el fin de resolver diversas necesidades que procuren obtener una mejor calidad de vida.

En este sentido, parece clara la función social del diseñador, particularmente la formación humanística, que en muchas ocasiones se ha ignorado a cambio de una visión más comercial. En términos pragmáticos y de simple aplicación, los primeros cursos de diseño en el área básica deberían tener una perspectiva de género que posteriormente facilite a los y las estudiantes, contar con un sentido de mayor equidad y tolerancia social. Diseñar y producir objetos con responsabilidad social, sabiendo sus consecuencias hasta las últimas instancias del entramado social, como pudiera ser el caso específico del impacto que puede tener en el fomento de estereotipos discriminatorios de género:

Tal diferenciación del diseño finalmente fomenta veladas expresiones de violencia simbólica porque

las confrontaciones genéricas, en la mayoría de los casos, significan disminución o subjetivación del otro, en este caso, de un otro genérico y cosificable; tanto, que propicia que al final de dichas cadenas de simbolizaciones y confrontaciones de género, pudiera aparecer en los casos extremos la aciaga figura del feminicidio. Esto como resultado de que las “cosas” pueden ser desechadas, violentadas o desaparecidas, porque no se logra subjetivar realmente a la mujer en esta sociedad sexista, especialmente en sectores de la comunidad que tienen menores niveles de educación y que por añadidura, son machistas. (Zarza, Serrano y Serrano, 2013, p.2)

Existe una ineludible responsabilidad social de los diseñadores en cuanto a la conceptualización diseñística, así como en la generación, producción, percepción, consumo cultural y desecho de diversos objetos y productos que generan impactos, tanto visibles como intangibles, que no siempre resultan deseables para la colectividad. En este sentido, uno de los aspectos que se han ignorado ampliamente en el ámbito del diseño, es la necesidad de incorporar una perspectiva de género que se vuelve cada día más necesaria en un país tan patriarcal como lo es México, en donde además de la violencia física, se evidencian una diversidad de formas de violencia simbólica. Cabe señalar que al final del capítulo se exponen algunos casos emblemáticos de diseñadoras industriales, cuyo trabajo no ha contado con el suficiente reconocimiento y que también se considera como violencia simbólica por su invisibilización.

Apuntamientos teóricos: género y diseño

Existe una corriente antiesencialista o *no naturalista* del feminismo, misma que se finca sobre la base de que el género no puede pensarse como un conjunto de características naturalmente asignadas, sino como un sistema de significados socialmente contruidos o asimilados a lo largo de cada historia de vida. Es

decir, dicha corriente pretende explicar la diferencia de los géneros y su configuración identitaria a partir de constructos socioculturales.

En congruencia con los planteamientos señalados, Butler (2007), sugiere que el género es un acto performativo, pero actualiza la postura de Goffman (1981) al señalar que el género, si bien se actúa, también modifica el libreto en cada actuación. En palabras de Butler:

El género no debe considerarse una identidad estable o un sitio donde se funde la capacidad de acción y de donde surjan distintos actos, sino más bien como una identidad débilmente formada en el tiempo, instaurada en un espacio exterior mediante una reiteración estilizada de actos. El efecto del género se crea por medio de la estilización del cuerpo y, por consiguiente, debe entenderse como la manera mundana en que los diferentes tipos de gestos, movimientos y estilos corporales crean la ilusión de un yo congénero constante. (Butler, 2007, p.274).

Este planteamiento aleja la concepción de género de un modelo sustancial de identidad y la sitúa en un ámbito que exige una concepción del género como temporalidad social, constituida para desplazarse en los entornos donde se movilizan los individuos. En la teoría de Butler (2007), un aspecto fundamental es el planteamiento que la autora realiza en torno a que la realidad del género es performativa, por tanto es real sólo hasta el alcance que tiene mientras se actúa. Los actos performativos no pueden considerarse verdades universales ni estáticas sino más bien, adecuaciones de las identidades que las y los individuos realizan, dependiendo de los intereses y propósitos que persigan en una determinada configuración espacio-temporal, que es dinámica y mutable. Por consiguiente:

El cuerpo no está pasivamente escrito con códigos culturales, como si fuera el recipiente sin vida de un

conjunto de relaciones culturales previas. Pero tampoco los roles corporeizados preexisten a las convenciones culturales que esencialmente significan a los cuerpos. Los actores siempre están ya en el escenario, dentro de los términos mismos de la performance. (Butler, 2007, p.308)

Continuando con la metáfora del desempeño de las personas respecto a su género, a modo de una actuación permanente sobre un escenario, éste resulta como la “puesta en escena” de una obra teatral donde el performance es a la vez texto e interpretación; de modo que el cuerpo sexuado actúa su parte en un espacio corporal culturalmente restringido o delimitado, y lleva a cabo las interpretaciones dentro de los límites de directivas preexistentes, como puede ser en el caso de los y las diseñadoras.

En la actualidad resulta más que pertinente dar lugar al estudio de las masculinidades y sobre su corporeidad, ya que en los inicios de la teoría feminista y en la búsqueda de dar visibilidad a las mujeres y su papel en la sociedad, se excluyó en aquellas épocas lo relativo al varón, ya que entre otras exclusiones, se le conceptualizaba como el victimario solamente y no como sujeto de estudio y contraparte necesaria para deconstruir sus determinismos y naturalizaciones. Sin embargo, se continúa dando mayor peso al estudio sobre la mujer y las formas de exclusión e inequidad que aún persisten. En el trabajo de investigación de Fernanda Valdés Figueroa: Usos Culturales de la autorrepresentación Femenina: El Caso de la Utilización de las Redes Sociales como Espacio para la Reafirmación de Estereotipos, se afirma que las actuaciones del género a partir de las experiencias previas, una mujer actúa y presenta su feminidad con base en lo que su historia de vida le ha permitido construir en torno a ésta, de ahí que no se pueda hablar de universales sino de particularidades en la forma en la que cada individuo se presenta ante la sociedad, si bien, con aspectos compartidos, también con elementos diferenciadores y constitutivos de su subjetividad (2017).

Otro de los planteamientos teóricos comentados en el apartado precedente es el relativo al consumo cultural, el cuál puede

entenderse como una decisión que un individuo toma con base en los procesos de socialización y aculturación que ha experimentado y que determinan sus preferencias. De esta forma, como miembros de un grupo social, consumimos ideas, objetos y valores que nos permiten integrarnos o apartarnos, e integrar o apartar a otros individuos del entorno en el que nos desenvolvemos, o bien, en palabras de García Canclini (1995), el consumo cultural es el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos.

Inmersas dentro de distintos procesos socioculturales se encuentran las experiencias que los individuos han registrado en torno a la adquisición de un producto. Su finalidad primaria es la satisfacción de una necesidad, pero el consumo de un producto no puede desvincularse de la cultura de una sociedad si partimos del principio de que todos los objetos a través de los cuáles se evidencia la historia de una sociedad son productos de las ideas de la misma. Los objetos entonces ocupan un papel primordial en la descripción de los procesos sociales y sobre todo en la diferenciación de los entornos y los grupos. La indumentaria utilizada por un grupo en particular dependerá del medio natural, el tipo de actividades, el modelo económico y la jerarquía social en la que su usuario/consumidor se localice. Luego del análisis de las relaciones que existen entre los usuarios y los objetos, Baudrillard en su obra "El sistema de los Objetos" propone:

El consumo no es ese modo pasivo de absorción y de apropiación que oponemos al modo activo de la producción para poner en equilibrio esquemas ingenuos de comportamiento (y de alienación). Hay que afirmar claramente, desde el principio, que el consumo es un modo activo de relación (no sólo con los objetos, sino con la colectividad y el mundo), un modo de actividad sistemática y de respuesta global en el cual se funda todo nuestro sistema cultural (Baudrillard, 1999, p.223).

Entonces para Baudrillard el consumo resulta una acción objetiva, un ejercicio del cual surge una retroalimentación entre el objeto

y el individuo que lo consume; donde el primero es producto del entrelazamiento de un sistema de significación que deriva en la satisfacción de una necesidad del segundo. En este sentido el autor establece que:

El consumo no es ni una práctica material, ni una fenomenología, de la 'abundancia', no se define ni por el alimento que se digiere, ni por la ropa que se viste, ni por el automóvil de que uno se vale, ni por la sustancia oral y visual de las imágenes y de los mensajes, sino por la organización de todo esto en sustancia significativa; es la totalidad virtual de todos los objetos y mensajes constituidos desde ahora en un discurso más o menos coherente (Baudrillard, 1999, p.224).

Lo anterior, evidentemente apunta a que el consumo resulta una actividad de manipulación sistemática de los signos. Insertando este ejercicio de reflexión en el ámbito de las profesiones y las disciplinas, incluidos los diseños, el análisis se encamina a la consideración de elementos teóricos y metodológicos que contribuyan a comprender la construcción cultural y social de las identidades —más que sexos— y pone en evidencia el aporte real que han tenido las mujeres y los hombres en el desarrollo de una disciplina y en la consolidación de una profesión. Se plantea visualizar cuál ha sido la situación de ambos sexos en la génesis y el desarrollo de las disciplinas, profesiones y carreras. En el caso particular de la historia del diseño, se ha concentrado la atención casi exclusivamente al papel que ha desarrollado el hombre, sin concederle a la mujer aportación o mérito alguno, a pesar de que las mujeres han ejercido gran influencia en la práctica del diseño de productos (Zarza, 2002).

Una mayor visibilidad al trabajo de las diseñadoras

Para introducir al tema de la falta de reconocimiento a la labor de las profesionales del diseño industrial, muchas de ellas subsumidas dentro del trabajo de talleres, despachos o empresas dirigidas por varones, se abre aquí la reflexión.

Retomando el asunto de la asignación innecesaria de género a ciertos objetos de diseño, se tiene el recurrente caso de algunos productos que expresan o simbolizan velocidad o fuerza, con lo que representan lo masculino en términos muy generales, mientras que otros objetos diseñados como muebles domésticos tales como cómodas y roperos o utensilios de cocina, se presentan al consumidor o usuario a modo de contenedores “preñados”, por lo que manifiestan cierta feminidad, o bien, objetos con funciones para la histórica preparación de alimentos por parte de las mujeres.

De este modo, los autos deportivos, sin duda emblemas masculinos que sustituyen los caballos en la historia, se invocan como simbolizaciones fálicas y particularmente varoniles, en tanto las vagonetas o *Minivans*, son y se utilizan para ciertas tareas domésticas “femeninas” como transportar a los hijos a sus obligaciones educativas y trasladar las viandas para la alimentación familiar. Es en estos últimos ejemplos donde los atributos de velocidad o audacia no son requeridos.

Como se verá más adelante, existe una interesante excepción histórica a esta exclusividad de los varones en cuanto al diseño y uso de automóviles; se trata de un grupo de diseñadoras de cierta empresa automotriz estadounidense.

Diversas inequidades han afectado al diseño y su posterior uso en detrimento de un desempeño más equitativo en la apropiación, significación y comportamientos ante los diseños, objetos, espacios y dispositivos. Se identifican inequidades en las inherentes comodidades, eficiencia y calidad de vida que los diseños generan, en los supuestos beneficios socioeconómicos en el consumo de estos productos por parte de mujeres y varones de manera diferenciada.

Por otra parte, es innegable que los objetos son fuertes transmisores de mensajes y reflejan los valores de una sociedad, ello desde el interaccionismo simbólico. Dichos objetos diseñados son transmisores poderosos de signos, pues cada uno de los

aspectos formales que los conforman: sus líneas, texturas y colores, conllevan claros mensajes sobre estilos, ideales de vida, adecuadas aspiraciones personales e identidad de género.

Es así que, la interrelación que existe entre el género y los objetos es uno de los componentes más esenciales y fundamentales del marco cultural que mantiene nuestro sentido de identidad social y que, según el mencionado Braudrillard (1999), interviene en el sentido general e interactuante que se da entre sujetos y objetos de modo indivisible. La sociedad acepta como algo “normal” las formas tradicionales en que la relación de los objetos y el género se han conformado simbólicamente y han formado parte de nuestra sociedad, hasta el punto de ya no darnos cuenta de su existencia. Por lo tanto, no percibimos los efectos que las nociones de masculinidad y feminidad tienen en la concepción, diseño y publicidad de los objetos.

En otro sentido, las nociones de masculinidad y feminidad se han conformado de acuerdo a convencionalismos sociales sobre las características diferenciadas de hombres y mujeres y, desde luego, se vinculan a los objetos sobre los que se ejerce algún tipo de consumo cultural. Estas nociones han determinado estereotipos históricos que sirven como transmisores de mensajes sociales sobre los roles y conductas “apropiados” para cada sexo, o mejor dicho, para cada uno de los diversos géneros que han hecho presencia en tiempos contemporáneos.

Generalmente estos roles se han concebido como opuestos y se han relacionado con los términos antagónicos de cultura y naturaleza en donde a la mujer se le asocia con la naturaleza y al hombre con la cultura. Lo cuestionable de lo anterior es que los diseños transmiten, refuerzan o validan dichos estereotipos, lo que a la larga perpetúa las asociaciones de los “atributos” de cada identidad de género⁴⁴ pero de manera desventajosa para la mujer y otras minorías identitarias.

⁴⁴ Actualmente diversos autores y especialistas en psicología, genética, sociología, cirugía plástica y antropología social, ente otros, buscan una tipología abierta para las identidades de género que se debaten entre

Según lo refieren Abigail y Salt (1980), estas nociones de género tuvieron su origen en las diferencias biológicas entre hombres y mujeres que se fueron transformando en diferencias de roles dentro de la sociedad. Por lo tanto, a los hombres se les concibió como más capaces de desarrollar actividades que requerían de fuerza, agresividad y cierta habilidad física. Las mujeres fueron concebidas como más competentes en actividades que implicaban ternura, fragilidad y hasta debilidad que son pseudo-representaciones generalmente aplicadas o impregnadas por las y los diseñadores en sus creaciones.

Dando paso al reconocimiento obligado para algunas diseñadoras que inequitativamente trabajaron al lado de diseñadores hombres de forma discreta o disciplinada, se tiene el caso paradigmático de la diseñadora francesa Charlotte Perriand, notable diseñadora de muebles audaces y modernistas cuyo nombre quedó subsumido al prestigio del arquitecto suizo – francés apodado Le Corbusier, figura simbólica del modernismo europeo (Serrano y Zarza, 2011). La participación de otras diseñadoras como la arquitecta austriaca Margarete Shütte en el diseño de cocinas modernistas y eficientes de los años veinte, apenas es conocida y eso a partir de la adquisición de diseños que ella elaboró por parte del Museo de Arte Moderno de Nueva York, el MOMA, de EUA.

Otras diseñadoras industriales que han roto los paradigmas del diseño orientado al género diferenciado son, para el caso latinoamericano, la cubana Clara Porset; la diseñadora estadounidense Suzanne Vanderbilt, contratada por la General Motors, sin duda un caso emblemático por diseñar autos deportivos, que se refirió antes, y que derivó en un equipo muy reconocido de diseñadoras industriales. Se tiene también el caso de la diseñadora de muebles Eileen Gray y otras como Jayne Van Alstyne, Hedda Beese, Emanuela Frattini, quienes perseveraron para lograr un lugar dentro del diseño internacional. Al final del siglo XX y principios del actual, obviamente arrojarían una lista

trece y cincuenta identidades de género diferentes, según ciertos enfoques que parten más de los constructos socioculturales que meramente de la biología.

interminable, resultado de la apertura en los mercados laborales y la disminución de algunas inequidades en el área diseñística, pero en los otros ambientes laborales, la situación todavía es desalentadora ya que los actuales niveles de violencia simbólica, laboral y física en contra de las mujeres son aún altísimos.

Es por lo anterior, que ensayos como el presente pretenden sumarse a las investigaciones en ciencias sociales que buscan desnaturalizar la concepción arcaica del género y deconstruir las identidades de género —que, como ya se dijo, no pueden limitarse a las dos que sostiene la tradición judeocristiana—. Es necesario incorporar enfoques más incluyentes dentro de aquellos estudios que apuntan a entender, explicar, corregir y apoyar la resolución de problemas, que en primera instancia, son todos resultado de la innegable desigualdad social dominante en el país, así como su binomio infaltable: la violencia generalizada.

El diseño entonces debe sumarse a dichos enfoques para resolver los añejos problemas derivados de la inequidad y violencia en contra de las mujeres y también para los nuevos retos que plantean las nuevas masculinidades y la diversidad de géneros, cada vez más visible en la sociedad contemporánea. Es ahí donde las y los diseñadores deben propugnar por una mayor tolerancia y convivencia cotidiana más equilibrada entre varones y mujeres en cuanto al diseño de muebles, en las limitantes vestimentas femeninas, en el diseño arquitectónico, en el diseño automotriz, el de juguetes, por mencionar solo algunos. Evitar los diseños sexistas de objetos de uso cotidiano, que sería deseable dejar de consumir.

Sin duda, el camino por recorrer en el ejercicio del diseño como expresión del género se percibe todavía complicado y largo, pero se espera que este escrito sirva como un detonante de reflexiones y análisis en torno al breve abordaje que aquí se presenta.

Referencias

- Stewart, A. y Salt, P. (1980). *Changing Sex Roles. The Challenge of Change*, New York: Plenum Press.
- Baudrillard, J. (1999). *El sistema de los objetos*. México: Siglo XXI
- Butler, J. (2007). *Gender trouble, Routledge Classics*, London.
- Conway, J. Bourque, S. y Scott, J. (1996). *El concepto de género, El género. La construcción cultural de la diferencia sexual*. México: PUEG-UNAM.
- FADU-UBA. (2017). *Diseño y Estudios de Género*, Programa Académico, FADU-UBA, Recuperado de: <https://dyegblog.wordpress.com/>.
- Goffman, E. (1979). *Gender Advertisements. Communications and Culture*. London: Mc. MillanPublishers.
- Goffman, E. (1981). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Gutiérrez, A. (2012). Diseño y tecnología: aproximaciones de género en estudiantes de diseño industria. *Sistemas & Telemática*,10(22), pp. 69-79.
- Hernández, Y. (2006). Acerca del género como categoría analítica. *Nómadas. Revista crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*, (13)
- ICSID. (2017). *World Design Organization*. Recuperado de: <http://wdo.org/about/definition/>
- Margolin, V. (1991). *Los estudios de diseño y la educación de los diseñadores, Pedagogía del diseño*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Méndez, A (2016). Género y arquitectura. Una perspectiva desde lo conceptual. *Conversando con Zaida Muxí. Arquitectura y Urbanismo*, 37(1), pp. 71-76

- Niederhelman, M. (2001). Education Through Design. *Design Issues*, 17(3), pp. 83-92.
- Rizo, M (2011). De personas, rituales y máscaras. Erving Goffman y sus aportes a la comunicación interpersonal. *Quórum Académico*, 8(15), pp. 78 – 94
- Serrano, H. y Zarza, M. (2011). Interdisciplina y Género. Las inequidades en los diseños. *Género y desigualdades en Iberoamérica*.
- Valdés, M. (2017) *Usos Culturales de la Autorrepresentación Femenina: El Caso de la Utilización de las Redes Sociales como Espacio para la Reafirmación de Estereotipos* (tesis doctoral) FAD-UAEMéx, Toluca.
- Wood, J. (2001). *Gendered lives. Communication, gender, and culture*, California: Wadsworth.
- Zarza P. (2004). La participación de la mujer en el Diseño: Ancestral discriminación, *Legado*, (1), pp. 26-31
- Zarza, Patricia. Serrano H y Serrano, C. (2013). Los diseños reflexivos ante los nuevos enfoques y retos: violencia simbólica, género y responsabilidad social. *Revista Digital Universitaria*, 14(1), pp. 1-11

PARTE IV

*LA IDENTIDAD DEL DISEÑO
INDUSTRIAL EN LA ERA
POSMODERNA*

CAPÍTULO 7

Modelo competitivo para el diseño de productos artesanales. Enfoque sociológico de Herbert Mead

Sandra Alicia Utrilla Cobos⁴⁵

Arturo Santamaría Ortega⁴⁶

Ricardo Victoria Uribe⁴⁷

Introducción

Un campo de incursión para los Diseñadores Industriales, es el sector artesanal y la preservación de la identidad cultural. Asimismo, en la época postindustrial, el factor para competir ante la industrialización es la calidad de los productos. El objetivo es: evaluar las artesanías desde un modelo sociológico que contribuya a la preservación, innovación y calidad de los productos. La propuesta se aplicó en un taller ceramista de Temascalcingo, Estado de México. Se retomaron categorías de análisis de la teoría sociológica de George Herbert Mead. Se establecieron relaciones

⁴⁵ Dra. en Dis. Sandra Alicia Utrilla Cobos, Profesora e investigadora de Tiempo Completo de la Facultad de Arquitectura y Diseño. Centro de Investigación de Arquitectura y Diseño. Universidad Autónoma del Estado de México. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores (SNI), nivel 1. sautrilla@hotmail.com.

⁴⁶ Dr. en Dis. Arturo Santamaría Ortega, Profesor e investigador de Tiempo Completo de la Facultad de Arquitectura y Diseño. Centro de Investigación de Arquitectura y Diseño. Universidad Autónoma del Estado de México. Integrante del Cuerpo Académico Sostenibilidad y Desarrollo Estratégico del Diseño. arturo_santamaria@hotmail.com.

⁴⁷ Dr. Ricardo Victoria Uribe, Profesor e investigador de Tiempo Completo de la Facultad de Arquitectura y Diseño. Centro de Investigación de Arquitectura y Diseño. Universidad Autónoma del Estado de México. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores (SNI), nivel 1. sustentabledi@gmail.com.

entre el consumidor y el producto artesanal mediante el “*emic*” y el “*étic*”. El resultado permitió captar la sensibilidad de los actos de los consumidores con relación al producto artesanal (cerámica). Se diseñaron nuevos productos con base en la evaluación interaccionista. Como conclusión: El diseñador es un intérprete de las interacciones para hacer diseños más competitivos.

Las artesanías y la era postindustrial en México

La era postindustrial surge a mediados del siglo XX. Produce una evolución en las economías, lo que impacta en la sociedad con relación a la propiedad y el conocimiento. Este último provoca avance en “el saber” aplicado al trabajo, un cambio de rumbo que se plantea en cómo hacer a la sociedad productiva. Introduce una mutación en los sistemas de producción y en la organización del trabajo. Impacta de tal forma que la introducción de la tecnología en el sector artesanal debe evolucionar para permanecer⁴⁸. Es contradictorio pero cierto, es decir, las artesanías deben ser competitivas. La calidad se convierte en una estrategia para el micro empresario, pero a su vez, que les permita la diferenciación del producto mediante la introducción de valores simbólicos: identidad cultural, funcionales y ecoestéticos; así como el diseño de nuevos productos que se adapten ergonómicamente y atiendan demandas a nuevos mercados (S/A. Estrategias empresariales).

Las *pautas de consumo ecoestético* de las artesanías son de tres tipos: las sensoriales, las sensitivas y las teoréticas. Junto con la percepción aparecen las operaciones sensitivas, que son mayores y placenteras en la vida festiva de la sensibilidad. Ésta siempre valora, y con ello, experimenta placer sensitivo que se une a lo inteligible o intelectual. La artesanía contempla una evaluación sensible y teorética, por lo que habrá una verbalización de las emociones producidas por los productos artesanales, no sólo por su funcionalidad y uso; sino también por la sensibilidad que posee

⁴⁸ La palabra permanecer viene del latín *permanere*: estar en un mismo sitio todo el tiempo (Gómez de Silva, 2005).

teológica y axiológicamente. El consumo estético-funcional percibe y siente, significa y valora, interpreta y goza (Acha, 2008).

En México se destaca la elaboración de artesanías como uno de los oficios más antiguos de la humanidad. En esta actividad se resalta la presencia de elementos culturales, simbólicos, *sígnicos* y la elaboración de productos con materiales propios de la región donde habitan los artesanos, lo que contribuye a la construcción de la identidad cultural de la comunidad.

El patrimonio cultural tangible e intangible, recobra su valor también por la atención que ponen en él instituciones públicas y privadas, organismos nacionales e internacionales por el rescate y conservación del mismo (González, 2005). La cultura está presente en las actividades artesanales. Las artesanías son derivaciones sensitivas, una forma de lenguaje. Es una de las ramas de valor ocupacional más importantes de las que se practican en México. Su producción es a tal grado diversificado, que casi se puede asegurar que a donde uno vaya, encontrará desde una persona hasta una comunidad completa dedicada a realizar objetos artesanales.

Al paso del tiempo la revolución industrial ha traído consigo la era postindustrial, que tiene como resultado que el diseño debe aumentar la calidad y los valores formales del producto. Esto sólo puede lograrse mediante el diseño de productos que mejoren en su aspecto funcional, cultural, estético, y que convenzan al consumidor. Si comunican calidad y servicio, entonces convencerán a su consumo. Es por eso que se desarrolla un modelo de diseño competitivo para el diseño de productos artesanales desde la teoría sociológica de George Hebert Mead (Porcel, 2014).

Los elementos competitivos de lo artesanal sobre lo industrial

El hombre aprovecha o modifica su entorno natural para plasmar su creatividad y habilidad en objetos artesanales. Éstos a su vez reflejan un momento histórico, cultural, ideológico, religioso, místico

de la sociedad y por supuesto, es cultura material,⁴⁹ reflejo de una comunidad en cierto tiempo y espacio. Las artesanías son resultado de un proceso creativo, son la manifestación de actividades intelectuales y manuales del hombre en sociedad, contienen una carga simbólica y emotiva, que son interpretadas a su vez por los consumidores.

El elemento que pone en ventaja lo artesanal sobre lo industrial es la capacidad social de usar un determinado elemento. La capacidad de producirlo y reproducirlo en un sistema cultural que incluye: valores, conocimientos, experiencias, habilidades y capacidades preexistentes. Es una competitividad histórica a diferencia de lo industrial. Los elementos que entran en juego en una cultura son los cinco que se enuncian a continuación:

1. Materias primas: tanto los del contexto como las habilidades de los artesanos.
2. De organización: Las relaciones sociales a través de las cuales se realiza la participación.
3. De conocimiento: histórico, experiencias asimiladas, sistematizadas y creativas.
4. Simbólicos: códigos de comunicación y representación cultural.
5. Motivaciones compartidas, sentimientos, valores. Lo subjetivo como recurso (Bonfil, 1984).

Cuando los consumidores potenciales consideran la posibilidad de realizar la compra de objetos artesanales, intervienen diferentes motivaciones sociológicas que interactúan entre el objeto (artesanía) y el sujeto (consumidor). George Herbert Mead (2002),

⁴⁹ Cultura material es el resultado del conjunto de actividades de los pobladores de una región plasmados en un producto; las características de los productos indican el tipo de organización, recursos materiales del contexto y la inferencia cultural simbólica.

sociólogo y psicólogo social estadounidense y teórico del llamado: **interaccionismo simbólico**, en el ámbito de la ciencia de la comunicación; explica que en este interaccionismo, la comunicación social, el gesto, el otro generalizado y la comprensión, toman una importancia relevante para evaluar y diseñar productos artesanales competitivos.

Nuestro modelo se basa en la teoría sociológica clásica de Herbert Mead, quien en lugar de estudiar la mente, estudia los actos. Los actos son conductas que pueden definirse a partir de las nociones conductistas de estímulo y respuesta, es decir, ciertos estímulos externos que causan en los consumidores, de forma que responden con un acto. La acción tiene una intención y aporta un satisfactor para la necesidad que se da por un interés, por lo que existe un propósito⁵⁰ o una intencionalidad⁵¹. Aquí cabe mencionar que la calidad del producto es una parte cuantitativa que el consumidor evalúa de forma escrupulosa.

El diseñador industrial y la artesanía

Existe mucha controversia respecto a si las artesanías deben, o no, ser abordadas por los diseñadores industriales, ya que su producción difiere en cuanto a la forma de producción: industrial y artesanal. Sin embargo, es mucho lo que se ha trabajado tanto académicamente como en las organizaciones respecto al rescate, preservación y continuidad de las artesanías como parte de la cultura material y de reconocimiento internacional para México.

Casos que se pueden hablar respecto a la participación de los diseñadores industriales en el área académica son: Universidad Autónoma del Estado de México y la Universidad Autónoma Metropolitana Azcapotzalco. Con el Programa Multidisciplinario: “Diseño y Artesanía”. Desde el año 2010 a la fecha, son las diversas acciones y se pueden mencionar algunas: “6°. Seminario

⁵⁰ Propósito es la acción determinada, lleva consigo una finalidad.

⁵¹ Intencionalidad. Presupone conocimiento y la determinación de proyectos en la práctica cotidiana.

Iberoamericano de Cooperación en Artesanía”, celebrado en Toluca, México, en el año 2006. “7° Seminario Iberoamericano de Cooperación en Artesanía”, celebrado en Cáliz, Colombia, en el año 2001. “Estudio para mejorar la Oferta de Productos de Artesanos Ceramistas”, de Morelos en 2015. “Compilación sobre las Artesanías en México, Situación Actual y Retos”, realizado por la LXII Legislatura de Cámara de Diputados de México, en 2013. “7° Congreso Internacional de Museos 2012”, con la realización de Feria de Artesanías, en 2012, organizado por la Universidad Iberoamericana.

Los conceptos de diseño y artesanía invisten de valor positivo a los objetos. Algo “de diseño” o “artesanal” adquiere mérito como si mágicamente las denominaciones lo enriquecieran. Más allá de las estrategias de ventas para la denominación de productos que eligen ponderar lo artesanal o el diseño, resulta interesante discutir los alcances de estas categorías, de lo que ellas significan en los discursos sociales, y por otro lado, de las condiciones de producción en las que el diseño y la artesanía están inmersas y se desarrollan (Chalkho, 2011).

Dado así, en 1960 se fundó la escuela de Diseño y Artesanías en la Plaza de las Ciudades, un espacio para la profesionalización de quienes con su creatividad dan forma a los objetos, con la primera carrera profesional de Diseñador Artesanal y distintas carreras técnicas en artesanías. La escuela fue pionera en introducir el estudio del diseño en México con carácter de profesión y no oficio (Kloss, 2006).

De acuerdo con el informe de 1997, presentado en Filipinas por la UNESCO (en Rodríguez, 2013), se menciona que los productos artesanales son productos u objetos creados por artesanos, ya sea de forma manual o incluso mecánica, siempre y cuando la contribución manual y directa del artesano sea el componente principal en el proceso de creación. Las cualidades más distintivas de un producto artesanal son: utilitarias, estéticas, artísticas, creativas, culturales, ornamentales, prácticas, tradicionales, simbólicas y significativas dentro de un contexto religioso y social.

Como se puede ver, existe un gran interés por preservar, conocer y ofertar para que las artesanías permanezcan. Son productos utilitarios, estéticos, simbólicos y decorativos, con alto valor cultural y de contenido simbólico. Queda constancia para que los diseñadores retomen esta línea de investigación.

El factor táctil y el lenguaje de las artesanías

Los productos de artesanía son utilitarios y llevan agregado un elemento artístico que traduce la sensibilidad estética del producto determinado, en la mayoría de los casos, por el contexto social y geográfico en que vive y de acuerdo a la cultura en la que existen costumbres, formas de vida, relaciones, etc. En la artesanía se refugian los más sobresalientes y fundamentales elementos de la cultura de una nación y desembocan en el establecimiento de una identidad cultural. Es una peculiar manera en que los artesanos son reconocidos debido a su calidad y sus diversos diseños, eminentemente originales por la temática que representan y lo que simbolizan con relación al grupo donde se realizan sus expresiones. Los productos artesanales los ejecutan desde la praxis a la poiesis⁵², lo que significa la producción o fabricación, es decir, el acto de producir o de fabricar algo.

Podemos resumir que las artesanías son uno de los aspectos más importantes de México, por el que nos asumimos preocupados por defender. Se precisa promover las manifestaciones de dicha riqueza cultural; productos con expresión artística de carácter utilitario que desempeñan una función dinámica y se conservan vivos debido a las relaciones que compartimos en la vida diaria.

Bertrand Russell, respecto a los modos de ver mediante el factor “relación”, menciona que es un frecuente error en la ciencia, el de mezclar dos lenguajes que deben estar separados entre sí: el lenguaje que refiere a los productos, y el que hace referencia a

⁵² Heidegger se muestra optimista respecto a la posibilidad de la Poiesis en un mundo en el que todo parece gravitar en torno a la técnica (Porcel, 2014); en: <http://institucional.us.es/fedro/uploads/pdf/n13/porcel.pdf>. Consulta: 08 Jul. 2017).

las relaciones (Russell en Watzlawick, 1995). Se difiere de este punto de vista, ya que las propiedades de un producto, pueden entenderse respecto de la “relación”, pues nuestra comprensión y comparación de las propiedades surge de las relaciones, aun cuando éstas sean básicas, pues la suma de las experiencias de los individuos componen y establecen una relación. Estas relaciones se pueden establecer entre individuos, entre individuos y productos, y las micro interacciones que tenemos con ellos.

Como diseñadores debemos tomar en cuenta que el mundo objetual es captado a través de nuestros sentidos. La **kinestesia** o cinestesia es la percepción del equilibrio y de la posición de las partes del cuerpo. Etimológicamente hace referencia a la sensación o percepción del movimiento. La **kinestesia** es el sentido de la orientación óptica, gustativa, táctil, olfativa y de coordinación. Dentro de éstas percepciones, el tacto es uno de los cinco sentidos sensoriales con los que contamos los seres humanos y aquel que nos permite detectar, percibir, distinguir las cualidades que ostentan los objetos y el medio, como puede ser la temperatura, la presión, la aspereza, la suavidad, la rugosidad, entre otros.

El sentido del tacto se encuentra preeminentemente en nuestra piel, que es donde se hallan la mayoría de los receptores nerviosos que transforman los estímulos que nos llegan del mundo exterior y que una vez que son convertidos en información, el cerebro está listo para interpretarlos como frío, calor, humedad, seco, mojado y las características que suelen presentar algunas superficies de las artesanías.

Para Acha (2008), la percepción visual es una de las partes del consumo sensitivo. El consumo comprende procesos sociales previos como también efectos inmediatos y de acción lenta. Sin duda, la percepción es un proceso primordial e interviene en toda actividad humana, de manera que para el consumidor es un elemento de decisión de la evaluación perceptual, que inicia en lo visual y es apoyada fuertemente por la manipulación.

La evidencia salta a la vista, porque de la visión abstraemos la cualidad, la idea de lo que es necesario y esa cualidad abstracta

la llamamos “necesidad”. Es en este campo del conocimiento, que parte de la experiencia cotidiana, en que surgen situaciones en las que se retoma la experiencia y a partir de ellas podemos discernir. Esa necesidad relativa es la conciencia de un vacío y la exigencia que pide con imperio a que ese vacío exija ser llenado. Lo que tiene que llenar ese vacío es la necesidad, recibe el nombre de *satisfactor*, que significa *hacedor de lo lleno*, de lo que hace lleno. Necesidad de captar los productos culturales de una comunidad turística que ofrecen lo utilitario, lo funcional, lo estético y lo simbólico.

La estética en la percepción visual de las artesanías

La necesidad de enfocar la percepción visual, emerge del enfoque cuantitativo del modelo sociológico de George Herbert Mead, y permea al diseño de nuevos productos artesanales. Como diseñadores industriales, los requerimientos para el diseño de nuevos productos artesanales los podemos captar directamente de los consumidores, interpretando sus actos de comportamiento y sus exigencias frente a los actuales productos. Los actos de los consumidores nos manifiestan sus necesidades y por tanto, los requerimientos que deben poseer los productos. Como diseñadores, el creer que “mis” necesidades son las necesidades de los demás es un error. Podemos evaluar las necesidades de los consumidores si conocemos su actuar frente a un producto artesanal concreto, interpretar su proceder; conocer mediante el lenguaje no verbal su exigencia, su necesidad, su satisfactor. Para traducirlo al diseño, se retoma la sociología clásica de George Herbert Mead, que se expone a continuación.

El acto y el gesto como evaluación de las artesanías. Metodología

Para efectos metodológicos, se retoma la acción micro interaccionista. La metodología de este modelo se basa en el pensamiento hermenéutico, que nos apoya a la interpretación del metalenguaje, y está constituido en los marcos de significado de los

actores sociales implicados (consumidores). El símbolo impreso en la artesanía da sentido a la intencionalidad simbólica, que remite al contexto de la comunidad donde se produce.

De acuerdo a las categorías de análisis del modelo sociológico de Herbert Mead, “el acto” y “el gesto” son el resultado de la actividad sensible e intelectual que el diseñador abstrae de la realidad e integra de manera proyectiva. Los objetos están ahí, frente a nosotros, independientemente de nosotros, es la forma, es el producto en sí. Nuestra forma de relacionarnos con ellos es a través de la manipulación.

El artesano como creador, es intérprete y crítico del marco físico y cultural de la vida a través de sus artesanías. Éstas poseen connotaciones, lenguajes, ideas, valores estéticos y culturales de su contexto. Cada cultura tiene sus propios conceptos de significado, se identifican con las percepciones, apreciaciones, gusto y sensibilidad tanto de los creadores como de la comunidad, tanto así, que las artesanías influyen sobre los consumidores incorporándolos a su cotidianidad. El grado de comunicación y calidad que exista entre el producto artesanal y los consumidores, así como el intercambio cultural que asocie o disocie de esta relación, es materia que nos ocupa (ver imagen 1).

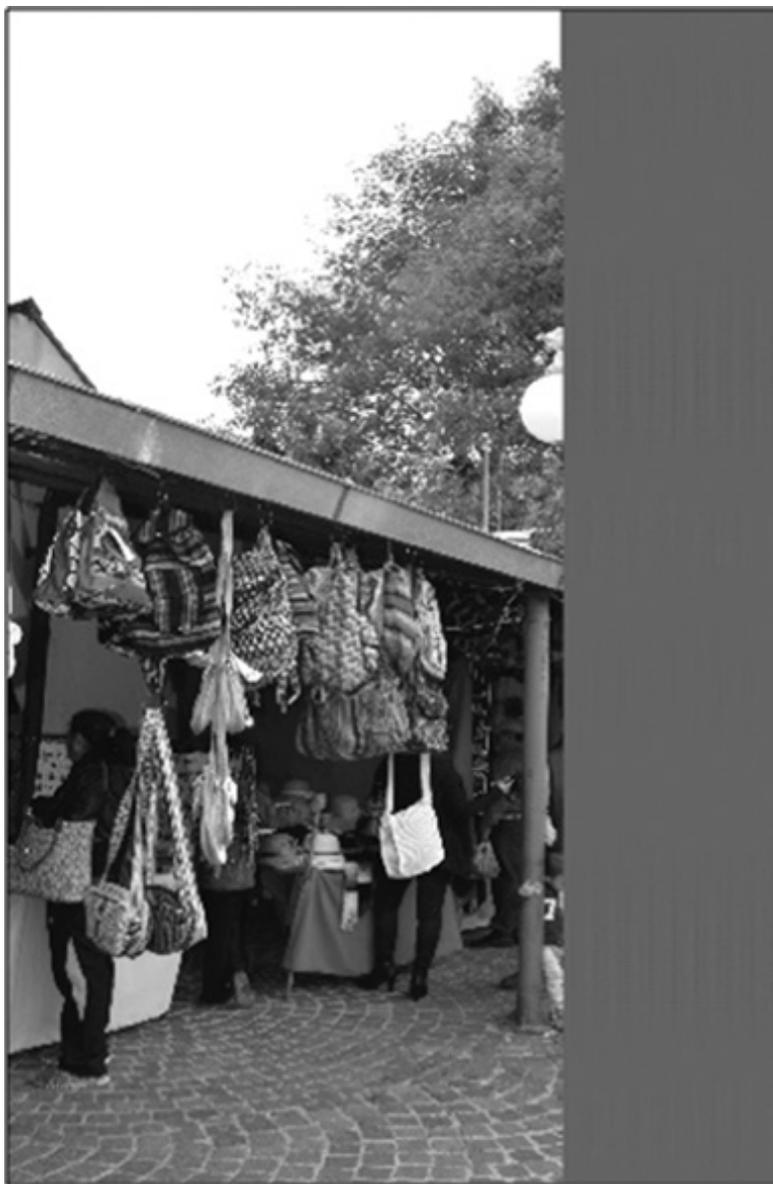


Imagen 1. Puesto de artesanías en Huasca de Ocampo, Hidalgo. Foto: Utrilla, S. 2017

La ecoestética es parte de la cultura general de la sociedad o país, y por tanto, esta cultura explica muchas partes de la cultura artesanal. El artesano, creador de formas sensibles que responden a necesidades humanas y expresadas simbólicamente de forma material y gráfica, logran una comunicación con los consumidores. El consumidor no inventa sus modos sensitivos, los recibe junto con los usos y costumbres, entendiéndolo como las del cotidiano vivir y hacer de la localidad. La ecoestética, basada en las sensibilidades personales y colectivas, suscitan respuestas sensoriales que dependen de los múltiples factores y procesos de socio génesis. En todo acto o acción humana subyace una urdimbre sensitiva. Por eso los productos artesanales, componentes de la ecoestética, poseen efectos más eficaces por la diversidad de contenido emotivo, artístico y cultural que poseen.

Para entender esta expresión sensitiva, debemos comprender que las artesanías se dirigen a la sensibilidad y al sentimiento religioso con una máxima destreza manual. Una acción transformante de la naturaleza, una proyección del hombre sobre la naturaleza para satisfacer sus carencias. Las artesanías, además de ser cultura material que identifica comunidades y que en su poiesis (fabricación), conlleva la ecoestética, los valores, sensibilidades, recursos y carga cultural en un producto que además resuelve una necesidad; es el satisfactor que resuelve el vacío. El satisfactor será la manifestación del ser del hombre, la concreción del ser, su expresión. Por tanto, la artesanía y la ecoestética son fundamentalmente comunicadoras. Para entenderlas nos basamos en el método de comprensión que se conforma de dos tipos que se mezclan:

1. Endopática. Cuando el consumidor revive sentimientos, analiza y compara.
2. Intelectual. Cuando el consumidor capta intelectualmente. Se captan intenciones subjetivas mediante el acto sobre los productos estudiados.
3. A través de la interpretación de los signos culturales y de las disposiciones de los consumidores frente a la artesanía,

serán los elementos a interpretar y comprender la peculiaridad de la comunicación entre:

Artesano – Consumidor – Diseñador

La propuesta es interpretar los modos en que los consumidores de artesanía ven el mundo o la realidad de los artesanos. Saber si al comprender o no su realidad, cambian la percepción material respecto a los diseños. Continuando con el sociólogo Herbert Mead, los “actos”⁵³ son conductas que se pueden definir a partir de las nociones conductistas de estímulo y respuesta de los consumidores de artesanías y las propias piezas artesanales; es decir, ciertos estímulos externos causan el que las personas respondan con un acto; en este caso el consumidor realiza el “acto” de comprar artesanías. La acción tiene una “intención” y un “propósito”, aporta un satisfactor para la necesidad que se da por una carencia o un interés, existe un propósito⁵⁴ o una intencionalidad⁵⁵. Los motivos y emociones del consumidor (actor) por adquirir artesanía, subyacen en la particularidad comunicativa que el comunicante logró (artesano). Entre lo que se propuso hacer y lo que se propuso decir, es una condición de interaccionismo simbólico, una mezcla de asertos impresos en la artesanía. “Los asertos”⁵⁶ son los actos de comunicación (Mead, 2002).

El sociólogo Herbert Mead (2002), considerado el “Filósofo de los procesos”, refiere que uno de los enfoques sobre el estudio de la experiencia de la persona es el conductual. Éste se

⁵³ El “acto” es la base de la teoría de Herbert Mead, es donde emergen todos los aspectos de análisis (tradicción micro interaccionista). Es un estímulo para actuar, no como una compulsión o mandato (Herbert en Ritzer, 1993, p.340).

⁵⁴ El propósito es la acción determinada, lleva consigo una finalidad.

⁵⁵ Intencionalidad. Presupone conocimiento y la determinación de proyectos en la práctica cotidiana.

⁵⁶ Los asertos tienen un carácter comunicativo, es el acto comunicativo, uso de lenguaje con un contenido proposicional inserto en la artesanía a través de sus diseños, formas, colores, es decir, lenguaje signíca. El significado depende de las normas o convenciones que predominan en la comunidad artesanal; por lo tanto los marcos de significado han de ser captados contextualmente, como elementos de la práctica de formas particulares de vida.

complementa con el estudio del individuo desde el pensamiento pragmático⁵⁷, que estudia la realidad empírica. Su teoría pragmática se caracteriza por una dialéctica entre el realismo y el nominalismo. Dentro del realismo, concibe a los individuos como agentes existencialmente libres que aceptan, rechazan, modifican, cambian o definen las normas de la comunidad según sus propios intereses y planes particulares del momento. Por su parte, el nominalismo considera que los fenómenos sociales existen y no son independientemente de las personas, pero asimismo, no tienen una influencia decisiva en la conciencia y la conducta individual.

Existen cuatro fases fundamentales interrelacionadas del acto que conforman las *pautas de "consumo"*, estas fases representan un todo y están relacionadas dialécticamente. El estado de las conductas son llevadas a los actos, por lo que en la propuesta de evaluación los factores a emplear son:

Impulso - Percepción - Manipulación - Consumación

(Cfr. Herbert, 2002)

El "impulso", entraña un "estímulo sensorial inmediato", y la reacción del consumidor (sujeto) al estímulo (artesanía). Los impulsos también involucran al entorno. Esto se traduce como la búsqueda de satisfactores que cubran las necesidades, ya sea de tipo funcional, utilitario, religioso y estético que proveen los productos artesanales. El impulso será adecuado a la necesidad que tiene el consumidor cultural por su búsqueda de atractivos artesanales. El producto implica una carga simbólica cultural, es parte del *ethos*⁵⁸, *cosmovisión*⁵⁹, *identidad*⁶⁰, además del uso y función.

⁵⁷ Pragmatismo es el método que tiene como objetivo el pensar sintético, de funcionalidad práctica (Fernández, 2011, p. 22).

⁵⁸ El *ethos* es una serie de estados anímicos y motivacionales (Geertz, 1997).

⁵⁹ La *cosmovisión* es una imagen de orden cósmico por medio de una serie de símbolos (artesanía, danzas, oraciones, entre otros) (Geertz, 1997).

⁶⁰ *Identidad* es lo que se predica en sentido propio solamente de sujetos individuales dotados de conciencia, memoria y psicología propias (Giménez, 2013, p.6).

Los consumidores no están simplemente supeditados a la estimulación externa, no se contentan con lo que se les da, evalúan la artesanía, también seleccionan activamente las características de un estímulo y eligen entre un abanico de ellos; es decir: variedad de artesanías, diseños, funciones, colores, usos, etc. El impulso es el que inicia la necesidad de resolver la carencia y la intencionalidad de cubrirla mediante un satisfactor.

La “percepción” implica tanto los estímulos que se perciben a través de los sentidos, como las imágenes mentales que crean. Un estímulo puede tener varias dimensiones y el consumidor (actor) es capaz de elegir entre ellas. Mead se niega a separar a las personas de los objetos que perciben. El acto de percibir un producto artesanal es lo que hace que sea un producto para la persona. La percepción estética y el producto no pueden separarse uno de otro. La *percepción* que concibe el consumidor respecto al producto artesanal es buena, si el producto satisface los estímulos que genera en los consumidores, y entonces continúa el ciclo a la siguiente fase. La “*manipulación*”, es en palabras de Mead:

La acción que el consumidor emprende con respecto al producto. Las personas tienen manos que les permiten manipular objetos con más destreza que los animales. La fase de la manipulación constituye una pausa temporal importante en el proceso. La pausa proporciona a los seres humanos contemplar diversas respuestas; en el lapso en el que considera esta pausa, están implicados tanto el pasado como el futuro. En esta reacción demorada es necesaria la evaluación endopática e intelectual (Herbert, 2002, p.256).

Para el consumidor, la “manipulación” es un método experimental para formular mentalmente las diversas hipótesis acerca de lo que puede suceder. Tras la deliberación, el consumidor decide la fase de la manipulación. Éste es un método experimental para formular mentalmente las diversas hipótesis acerca de lo que puede suceder. Tras la deliberación, se atribuye a las experiencias pasadas del consumidor con relación a la artesanía, si estas experiencias han

sido satisfactorias en el sentido de: uso, función, ergonomía y calidad; entonces el consumidor procederá al siguiente paso.

La relación del consumidor con el producto artesanal se da a través de una imagen mental. Las imágenes que, como símbolos, desempeñan un papel tan importante en el pensamiento, pertenecen al entorno, a la comunidad, las tradiciones, la cultura. El significado reside dentro del acto social como la significación que surge y reside dentro del campo de la relación entre el gesto y la subsecuente conducta de dicho consumidor por ese gesto. Los gestos vocales se convierten en símbolos significantes cuando surgen de un individuo para el que constituyen el mismo tipo de respuesta. Es en este momento cuando los gestos vocales (especialmente el lenguaje), pueden influir en el consumidor (hablante), del mismo modo que lo hace en los oyentes (diseñadores y/o artesanos), quienes lo retoman como requerimientos para el proceso de diseño.

El mundo está lleno de significaciones, tan pronto el hombre decide ir más allá de los productos mismos, encuentra que éstos tienen un valor que trasciende a una significación. Durante esta fase, el acto se convierte en empatía, es decir, la capacidad de sentir y comprender emociones ajenas como propias mediante un proceso de identificación con el otro, en la intención de captar las apreciaciones estéticas de los productos a partir de las sensaciones del consumidor y sus reacciones corporales. Las cualidades indicarán su aprobación inconsciente a través de la comunicación humana, desarrollada a un nivel por debajo de la conciencia como son: posturas corporales, expresión del rostro, gestos. Birdswitell en el libro de Davis, menciona que:

Existe una analogía entre la cinesis y el lenguaje. Un kine, es un movimiento apenas perceptible. Por encima de éste existen otros movimientos mayores y más significantes llamados kinemas, portadores de sentido cuando se les toma en conjunto. Los kinemas son a veces intercambiables: se puede sustituir uno por otro sin alterar el significado. Si nos limitamos a las cejas, un

simple alzamiento bilateral a menudo expresa una duda o acentúa una interrogación (2010, p.48).

La “consumación”, en palabras de Mead: “Equivale a emprender la acción que satisface el impulso original, recurre a la primera fase del impulso” (Herbert, 2002, p.257). El acto de “consumación” se da sólo si la comunicación respecto a: forma, acabados, utilidad, signos, símbolos, se llevan a cabo respecto de los artesanos (identidad cultural) a los productos, a través de los símbolos significantes, y la calidad, hacia los consumidores de productos artesanales. La consumación se da cuando el consumidor ha evaluado las fases anteriores del acto: impulso, percepción y manipulación. Entonces, el consumidor empieza a valorar que satisface la necesidad si el producto cubre las necesidades y aspiraciones durante su micro interacción con el producto, por lo que procede a adquirirlo. Lo anterior se puede resumir gráficamente en el Cuadro 1.

<i>Impulso</i>	<i>Percepción</i>	<i>Manipulación</i>	<i>Consumación</i>
Gustos	Estímulos estéticos	Deliberación del pasado y presente mediante el micro interaccionismo entre el consumidor y el producto artesanal.	Cubre el impulso del gusto, a través de la consumación; cubre las expectativas y los deseos.
Necesidades, Ecoestética	Recuerdos <i>Kine</i> por parte del diseñador respecto al consumidor de artesanías	Valoración táctil. Tamaño, texturas, acabados, elaboración de detalles, calidad del producto.	Evaluación de los requerimientos que cubre el producto, así como del émic, etic y ecoestética.

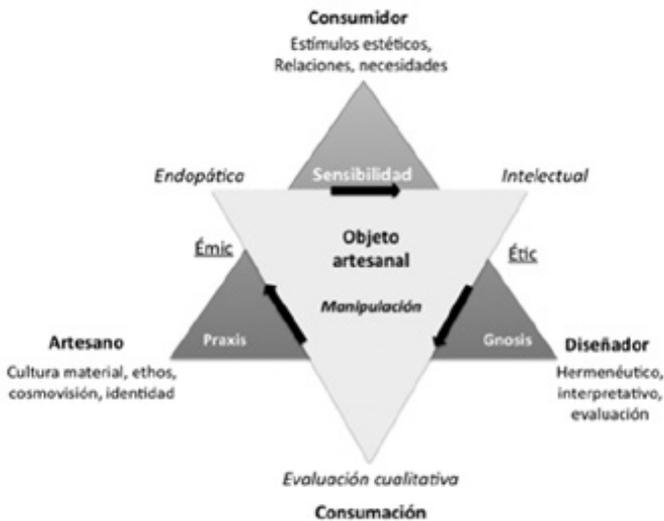
(Cfr. Herbert, 2017)

Cuadro 1. Síntesis del micro interaccionismo entre el producto artesanal y el consumidor

El lenguaje implica la comunicación tanto de gestos (que aprueban o desaprueban la comprensión), como de movimientos. Los gestos son movimientos de un individuo que actúa como estímulo específico de respuesta apropiada a un segundo individuo.

De acuerdo con Mead (Herbert, 2002), las cuatro fases del “acto” se compenetran para constituir un proceso orgánico: los aspectos de cada fase están presentes en todo momento desde el principio del acto hasta el final, de manera que cada fase afecta a las demás, dándose de esta forma las micro interacciones entre producto y consumidor; la cual será traducida e interpretada por el diseñador a fin de retomar y mejorar los productos mediante el modelo competitivo para el diseño de productos artesanales.

Finalmente, el resultado de un proyecto, es el hombre y para el hombre, por lo que este modelo cualitativo y subjetivo a la vez, trae posibilidades de retro alimentación para adaptarse al cambio, a las mejoras, sin que el producto artesanal pierda su identidad. Esquema propuesto del Modelo Competitivo para el diseño. Cuadro 2.



Cuadro 2. Modelo competitivo para el diseño de productos artesanales. 2017

El “émic” se encuentra en los sistemas culturales, son los valores y apreciaciones de los artesanos; es observación participante. El

“étic”, es la perspectiva que capta el Diseñador desde fuera del sistema (Harris, 1979).

Kaplan (1980), en etnografía, propone dos enfoques de estudio para la artesanía: el “émico” y el “emic”. Son las descripciones o juicios concernientes a la conducta, costumbres, creencias, valores, entre otros, que mantienen a los miembros de un grupo social como válidos y apropiados culturalmente respecto a los productos artesanales. El “émico” es uno de los estados psicológicos internos que se ocupa del análisis de la conducta en términos de las intenciones, motivaciones, objetivos, actitudes, pensamientos y sentimientos. El “etic”, es la técnica y resultado de hacer generalizaciones sobre los acontecimientos culturales, pautas conductuales, artefactos, pensamientos e ideologías que pretenden ser verificables objetivamente y válidas intra culturalmente, es decir, una herramienta de análisis de cultura material.

Por lo anterior, la propuesta de “emic” se aplica a los consumidores de objetos artesanales, y en el caso del “etic”, los diseñadores lo aplicaron para reconocer las necesidades y requerimientos de los consumidores, que serán verificables durante los actos y las conductas frente a las artesanías como evaluación para la mejora de calidad y para hacerlas más competitivas.

Resultados y conclusiones

La sensibilidad trabaja constantemente y se refleja en los actos. El diseñador debe percibir al consumidor cuando adquiere artesanías; lo importante es comprender, diferenciar e interpretar de forma cualitativa las actividades desde los factores estéticos y sensitivos.

El modelo sociológico da la oportunidad al diseñador industrial, de evaluar las artesanías (receptáculo) desde lo subjetivo (lo interno, las emotividades), para desde lo objetivo, responder a las necesidades y exigencias de los consumidores, y a través de éste, imprimir calidad al producto artesanal en una época

industrializada. En las microempresas artesanales debe haber estrategias de permanencia y desarrollo. Deben mantenerse a través del conocimiento del entorno actual, aprovechando oportunidades existentes y neutralizando las amenazas. Por otra parte, deben garantizar la sostenibilidad, apoyando cualidades y capacidades para reconocer oportunidades de negocio basado en la sensibilidad, la praxis y la gnosis (referirse a Cuadro 2).

El diseñador se convierte en un etnógrafo de estructuras de significación, lo que permite captar e interpretar niveles rutinarios de consumo para desentrañar, determinar y comprender conductas (Geertz, 1997).

Durante la aplicación del Modelo Sociológico en el Taller Barrera (Temascalcingo, Estado de México), se encontró en la cerámica del taller (platos, jarras y tazas) que el peso de los productos es anti ergonómico, ya que para la persona que lo manipula es pesado, además de la saturación del mercado en productos de vajillas. Se concluyó con un nuevo diseño dirigido a otro mercado (hotelero y restaurantero), reduciendo la cantidad de materia prima en su elaboración, y a su vez costos que se reflejan en el precio final al consumidor.

Como resultado se logró el diseño de un florero que permitió dar respuesta al mercado actual, con la misma infraestructura artesanal, contemplando las habilidades de los trabajadores del Taller mencionado. Se retomaron los decorados, acabados y esmaltes propios de la comunidad. El producto en cuestión, tuvo buena aceptación en el mercado -vendiéndose 3,000 piezas- para el mercado oriental, haciendo frente a la industrialización, preservando la identidad cultural y calidad del producto ante un mercado exigente.

Como diseñadores, debemos considerar la valoración subjetiva de la artesanía, mediante la aplicación del tacto, la manipulación, la relación de pausa por parte del consumidor, para dar a conocer la identidad cultural y mejorar la calidad del diseño.

El consumidor de artesanías recurre a ellas para cubrir necesidades utilitarias, funcionales, decorativas; o bien, por gustos estéticos y/o de identidad cultural. La sensibilidad del individuo o de la colectividad se denomina cultura estética; que es la suma de preferencias, gustos, relaciones sensitivas o estéticas que mantiene el hombre con su realidad cotidiana.

Es conveniente hacer notar que mucha de la planta activa en México, una gran parte es micro empresa, entre ellos el sector artesanal. Dentro del diagnóstico se encontró un problema de *cultura empresarial*: los artesanos elaboran artesanía sin sentirse empresarios, lo cual repercute en un estancamiento de los talleres, pues no plantean estrategias que hagan de su taller una empresa, orientando su mercado a nuevos mercados (no sólo regionales, también nacionales e internacionales), buscando normas de calidad y de exportación, situación que detonaría su producción y calidad de vida, así como el impacto cultural frente a la actual era postindustrial.

Referencias

- Acha, J. (2008). *La apreciación artística y sus efectos*. México: Ed. Trillas
- Bonfil, G. (1984). *Lo propio y lo ajeno: una aproximación al problema del control cultural*. México. Ed. Patria.
- Chalkho, R. (2011). Discursos sociales en torno al diseño y la artesanía. *Actas de diseño*, 6(12).
- Davis, F. (2010). *La comunicación no verbal*. México: Ed. Alianza.
- Gómez de Silva, G. (2005). *Breve diccionario etimológico de la lengua español*. México: Ed. FCE.
- Fernández, H. (2011). *Manual para la elaboración de textos*. México: Ed. UAEM.

- Geertz, C. (1997). *La interpretación de las culturas*. España: Ed. Gedisa.
- Giménez, G. (2013). *La cultura como identidad y la identidad como cultura*. Recuperado de: <https://estudioscultura.wordpress.com/2012/03/13/gilberto-gimenez-la-cultura-como-identidad-y-la-identidad-como-cultura/>
- González, C. (2005). *El turismo, factor de aprovechamiento y conservación del patrimonio cultural de la humanidad*. Recuperado de: https://www.uaeh.edu.mx/investigacion/icea/LI_AdmTuris/Caro_Gonza/turismo.pdf
- Harris, M. (1978). *El desarrollo de la teoría antropológica*. México: Siglo XXI.
- Hebert, G. (2002). *Teoría sociológica moderna. La teoría social del interaccionismo simbólico*. Argentina: Ed. Amorrortu.
- Kaplan, Fl. (1980). *Una tradición alfarera*. México: Ed. INI.
- Kloss, G. (2006). Algunos apuntes históricos sobre las escuelas de diseño. *Encuadre. Asociación Mexicana de Escuelas de Diseño Gráfico*. Recuperado de: <http://encuadre.org/algunos-apuntes-historicos-sobre-las-escuelas-de-diseno/>
- Porcel, D. (2014). Retorno a la poiesis como camino y apertura ante el dominio de la técnica. *Revista de Estética y Teoría de las Artes*, (13) Recuperado de: <http://institucional.us.es/fedro/uploads/pdf/n13/porcel.pdf>
- Ritzer, G. (2003). *Teoría sociológica clásica*. España: Ed. McGraw Hill.
- Rodríguez, C. (2013). *¿De qué hablamos cuando hablamos de artesanía*. Programa de artesanía, Pontificia Universidad Católica de Chile.
- S/A. *Estrategias empresariales basadas en el diseño industrial*. Recuperado de: <http://biblio3.url.edu.gt/Libros/gestion/2.pdf>
- Watzlawick, P. (1995). *El sinsentido del sentido o el sentido del sinsentido*. Barcelona: Ed. Herder.

CAPÍTULO 8

El objeto de diseño industrial, reflejo de identidades

Julio César Romero Becerril⁶¹

Ana Aurora Maldonado Reyes⁶²

María del Pilar Alejandra Mora Cantellano⁶³

Introducción

En este capítulo se aborda la cultura material, los objetos de diseño industrial y su relación con la generación de identidades, analizando el concepto de identidad y sus usos a lo largo de la historia. Posteriormente se expone una propuesta sobre la definición de la identidad del diseñador Industrial partiendo de

⁶¹ Licenciado en Diseño Industrial por la Universidad Autónoma del Estado de México (2004-2009). Maestro en Diseño por la Universidad Autónoma del Estado de México (2013-2015). Actualmente estudiante del Doctorado en diseño en la Universidad Autónoma del Estado de México.

⁶² Ana Aurora Maldonado Reyes: Miembro Sistema Nacional de Investigadores (SIN) Nivel 1 de CONACYT Doctora en Artes por la Universidad de Guanajuato (UG). Maestra en diseño Industrial por la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Licenciada en Diseño Industrial por la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM). Coautora en 10 libros y más de 20 publicaciones entre capítulos de libro, artículos en revistas indexadas y memorias de congresos. Perfil deseable PROMEP Obtuvo la patente PA/2003/036796. eurekaana@gmail.com

⁶³ Profesora/investigadora del Centro de Investigaciones en Arquitectura y Diseño de la Universidad Autónoma del Estado de México. Perfil PRODEP desde 2006. Doctora en Ciencias Sociales de la UAEM, Maestra en Comunicación y Tecnologías Educativas en el ILCE; Especialidad en Diseño estratégico de productos industriales de la UAEM. Miembro del Consejo Consultivo de DI-Integra.

su origen, las diferencias y semejanzas que comparte con otras prácticas profesionales y representaciones sociales. Así mismo, se examina la práctica profesional del diseñador, como mediador de identidades, su necesidad de analizar las identidades de los grupos de usuarios a los que va dirigido el producto de diseño, la transmisión de su identidad al diseño de objeto, y el objeto de diseño en su papel de generador o modificador de identidades.

Identidad

La palabra identidad es usada cotidianamente en contextos diversos, entre ellos se destaca el sentido social en la formulación de expresiones como: *“este pueblo está perdiendo su identidad”*, o en el sentido individual cuando se habla de: *“documentos de identidad”*. Si bien, son imprecisas estas expresiones, ambas contienen una certeza parcial que se contradice. La multivocidad del concepto de identidad ha desembocado en la generación de una fragmentación conceptual centrada en la descripción diferenciadora de grupos sociales con atributos específicos. Sin embargo, esta concepción en la actualidad ha cambiado, dado a que el espectro del concepto apoya la explicación hacia los ámbitos diversos siempre y cuando se interactúe a lo social.

En el estudio por parte de las ciencias sociales, la identidad se perfila como una cualidad construida que se ejerce en dos dimensiones: la colectiva y la individual; además actúa como cohesionadora, y a la vez excluyente. Acorde a Morin (2003), es una parte de las dificultades con que se encuentran los abordajes teóricos y más aún, cuando se tratan de aplicar, dado que dicho par contrapuesto de funciones de la identidad, ocurren de modo simultáneo:

La paradoja de la unidad múltiple es que lo que nos une y nos separa, empezando por el lenguaje: somos gemelos por el lenguaje y estamos separados por el lenguaje. Somos semejantes por la cultura y diferentes por las culturas. Lo que permitiría la comprensión provoca la incompreensión entre culturas, cuando se

ve la diferencia y no el fondo antropológico común. Lo mismo ocurre entre individuos: somos incapaces de comprendernos en tanto que vemos la alteridad y no la identidad. El colmo de la paradoja es tratar a un humano como perro, rata, becerro, serpiente, basura, excremento, es decir, rechazarlo fuera de la especie humana (Morin, 2003).

Por otra parte, Giménez (2005), basado en Habermas, sostiene la atribución de la identidad a una unidad distinguible de las demás, ya sea de su especie o no permitiendo la distinción, en tanto que algo, sólo puede ser idéntico al mismo ser, aclarando la posibilidad de ser individual o ser colectivo.

Distinguibilidad

Este concepto abarca un abanico de estrategias, manifestadas en rasgos, notas, atributos o referentes que mantienen dinamismo y que se reconstruyen o se sustituyen bajo la dialéctica social, por lo que es válido a la resignificación de las notas identificadoras, la aparición de otras nuevas, la desaparición de otras pasadas o la modificación adaptativa de éstas.

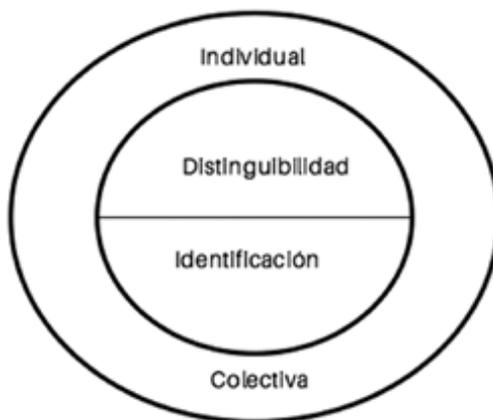


Ilustración 1: Énfasis de la identidad. Creación propia con base en Giménez

Entonces, las funciones distintivas e identificadoras de la identidad pertenecen ontológicamente al ser, aunque se activan selectivamente ante el otro, es decir, la identificabilidad se tornará activa en la confrontación con otro u otros pertenecientes a un mismo grupo aunque de acuerdo con Giménez (2005), la acentuación se direcciona hacia la semejanza, donde los rasgos se ejercen de manera común, mediante una interpretación más o menos parecida entre la colectividad, permitiendo la cohesión grupal.

Por su parte, la distinguibilidad adquiere activación en la confrontación del ser con otro u otros que proceden de distintas colectividades. Aquí, no se comparten rasgos, no se interpretan los referentes de modo equivalente, aunque el ejercicio genera reafirmación de la identidad del ser confrontado. Es en este aspecto individual donde se enfatiza en la diferencia dado que mediante ésta se ejerce el autoreconocimiento del sujeto individual.

Identidad de lo colectivo a lo individual

Si bien, los rasgos individuales se entienden como una disposición selectiva de características ofertadas por la esfera colectiva, se plantea la identidad biológica como punto de partida, entendida como receptáculo de la cultura, de donde emana la identidad. En la teoría desarrollada por Giménez (2005), la identidad tiene manifestación legítima en la esfera individual, por lo que se da como un proceso subjetivo y auto-reflexivo, mediante la auto-asignación de una colección particular de atributos culturales que mantienen estabilidad relativa de significación en el tiempo, siendo este elemento, clave importante de la identidad.

Desde el punto de vista de Larraín (2001), el proceso de construcción de identidad parte de la autodefinición del individuo (identidad personal), posteriormente se genera integración en determinada colectividad. Es así como esta postura no se contrapone con Giménez (2005), dado que si bien, para Larraín, el primer paso constitutivo de la identidad se encuentra en la esfera individual, los atributos que se integran al repertorio personal

proviene del exterior (colectividad), siendo el núcleo familiar la primera instancia colectivo-institucional donde el individuo tamiza el abanico de atributos para forjarse una versión propia y selectiva de ésta dimensión.

Morin (2003), aborda así la génesis de la identidad individual en términos de la proveniencia familiar y geográfica: La identidad personal se define en primer lugar por referencia a los ancestros y a los padres; el Individuo de una tribu se designa en primer lugar como «hijo de» y después por un nombre que puede ser de un pariente, un patriarca, un profeta, un santo. En nuestra sociedad, nos definimos por el apellido familiar, por un nombre del que no somos el único titular. Más ampliamente, nos definimos por referencia a nuestra ciudad, nuestra provincia, nuestra nación, nuestra religión. Nuestra identidad no se fija separándose, sino por el contrario, incluyendo los ascendentes y pertenencias.

Es así que, la identidad individual forma un denso compuesto con base en un repertorio biológico cristalizado en el cuerpo, mismo que proyecta la ascendencia genealógica. A su vez, sobre éste, residen precisiones del origen geográfico, atributos de la cultura local, de las instituciones como la escuela en su más amplio sentido que es donde se asienta la identidad profesional.

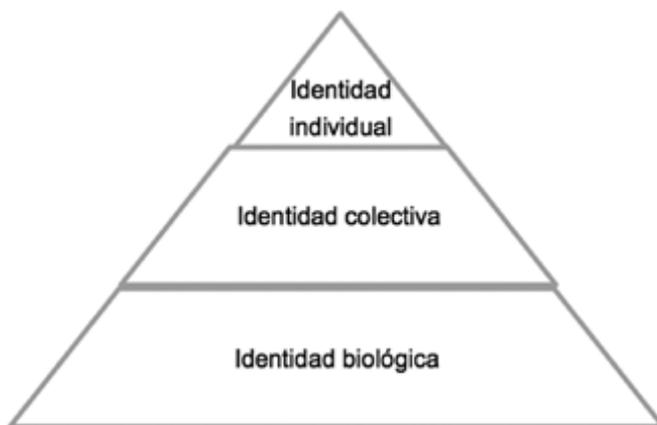


Ilustración 2: Construcción estratificada de la identidad

Fuente Creación propia en base a Morin, (2003)

Si bien, en la ilustración 2 se muestran elementos teóricos de la identidad como una jerarquía monolítica. Este modelo representa una analogía piramidal, donde la base es la identidad biológica, siendo una plataforma estable. Sin embargo, los niveles superiores mantienen una frontera representativa, necesaria en la construcción conceptual que, como resultado de su constante intercambio dinámico, se relacionan siendo procesos de piezas intercambiables de construcciones reconfigurables a partir de elementos estables e inestables en su significación y permanencia.

En la estabilidad es donde se instaura la identidad reconocible. Es así que la identidad se construye y se reconstruye mediante una acción selectiva de atributos, contenidos dentro de un depósito, que es la cultura. De aquí que Giménez (2005) plantea a la cultura como identidad y a la identidad como cultura, esto es, un binomio irreductible.

Por su parte Melucci (citado en Giménez, 2005), indica los elementos que construyen al concepto de identidad en donde: “sujeto de acción”⁶⁴ en su dimensión colectiva (referido a un diseñador), se definen de la siguiente manera:

- 1) Ante todo, la percepción de su permanencia a través del tiempo, más allá de sus variaciones accidentales y de sus adaptaciones al entorno.
- 2) La percepción de una unidad que establece los límites o fronteras del espacio identitario, lo que permite distinguirlo de todos los demás. Estos límites o fronteras están marcados siempre por “hitos” de naturaleza simbólica o cultural.

⁶⁴ Pueden encontrarse en calidad de sujeto colectivo o individual aunque la postura de Giménez tiene mayor énfasis hacia el sujeto individual dada su posesión de conciencia, memoria y psicología propias.

- 3) La capacidad de reconocerse y de ser reconocido en cuanto portador de una determinada identidad.

Lo anterior, será retomado más adelante a mayor profundidad y con encuadre para la disciplina del Diseño Industrial.

Identidad profesional

Enmarcada dentro del constructo de la identidad colectiva, se ubica la identidad profesional que como señala Gewerc (2001), su concepto aporta claridad a la pregunta: ¿quién soy?, respondiendo desde las estructuras económicas y sociales. Se muestra como resultante de un proceso de socialización exitoso permitiendo un reconocimiento de iguales entre un grupo profesional específico. En este caso, señala Berger y Luckman que: "...hay igualdad entre dos términos, hay relaciones idénticas. Así, un caballero «es» un caballero; un profesor/a "es" un profesor/a." (citado en Gewerc, 2001, p.4) En este caso, Gewerc muestra a la identidad social como una construcción, la cual se comporta como un legado generacional afectado por las instituciones que ejercen incidencia en el individuo, al jugar un rol activo dentro de ellas y contribuye además a su transformación.

Por lo anterior, interviene el empleo y la formación educativa, pues proporcionan el reconocimiento y apropiación de la identidad social, propiciando además la adopción de un status social que se conforma directamente de la trayectoria laboral relacionada con la formación académica específica. Esto último además particularizado por la filosofía y visión que se absorbe de la institución, de la cual se recibe la instrucción en sus diferentes niveles.

Para Prieto (citado por Santibañez, 2012), el proceso de la identidad profesional no se ampara en la automática configuración de valores:

... La identidad... se construye a través de un proceso complejo, dinámico y sostenido en el tiempo, que resulta

de la generación de colectivos críticos que articulan, a partir de la reflexión conjunta, sistemas simbólicos, experiencias y representaciones subjetivas, en el contexto de la realidad construida en la escuela. (Santibañez, 2012, p.1)

Esto es referido a los programas académicos como un elemento de cohesión entre el grupo que lo estudia y en la práctica profesional, donde se mantiene una relación de ejercicio compartida en colectividad, e inmerso en un proceso de socialización constante. El carácter identitario específico de las profesiones, más allá de la obviedad o de la delimitación implícita, mantiene una regularización desde su ética profesional específica. Así, se tiene a la deontología como una base fundamental para la concreción formal de las profesiones mediante determinados códigos éticos, por lo que éste es un paso fundamental hacia la configuración de una identidad específica para cierta profesión, que siguiendo la postura de Giménez (2005), la dimensión personal de la identidad puede surgir solamente de la participación de instancias colectivas.

La identidad profesional se apoya en estructuras económicas y sociales y se muestra como una entidad para la socialización hacia el interior o hacia el exterior del grupo profesional. Este concepto pasa por construir como sujeto social dentro de una categoría que permita integrarse como profesionales, y ser vistos, como lo expresa Arias: “Por otras categorías profesionales y por nuestros usuarios - con una identidad construida social y colectivamente sustentada en un proyecto social compartido, mediada por la conciencia que asume diferentes formas cumpliendo una función práctico social” (2002, p. 3).

Así, revisando al gremio de los diseñadores industriales como entidad colectiva, acorde a Villoro (1998), el establecer la unidad del grupo en el tiempo, remitirá a la memoria histórica y a la presencia constante de los hechos fundacionales, lo cual actúa como fuente de singularidad, permitiendo reconocer un origen común y único.

Desarrollo

Identidad del Diseñador Industrial

En este apartado se visualiza la identidad del diseñador industrial desde la legitimidad de su origen, es decir, desde la historicidad de su profesión. Se estudia en el desarrollo de su formación académica y su práctica profesional, orientada a establecer los comportamientos y las prácticas que delimitan la profesión y las representaciones sociales internas y externas que se establecen alrededor de la práctica profesional.

Orígenes

Analizando la perspectiva de Isabel Campi, expresa que: “La historia del diseño representa un importante papel en la construcción del discurso sobre el diseño y debería ayudar a la comunidad de diseño a identificar y descubrir problemas éticos, estéticos y sociales” (2013, p.37).

El conocer la historia del Diseño Industrial permite generar identidad profesional, es decir, generando conciencia, identidad, pertenencia y prospectar mejoras con bases seguras.

Por lo anterior, se presenta una breve e interesante reflexión de los orígenes del Diseño Industrial, retomando la conceptualización de algunos autores: (Campi,2013); (Calvera,2010); (Comisarenco, 2006); (Salinas,1992), la cual va de la mano con el establecimiento del concepto de diseño.

Diseño

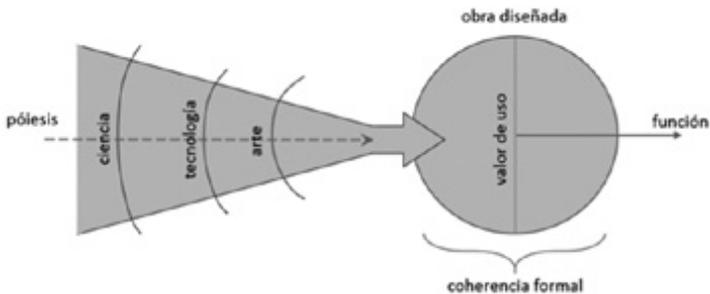
Campi menciona que: “Algunos autores opinan que el diseño es sólo un fenómeno ligado a la economía de mercado y a la sociedad de consumo [...] otros opinan que es un fenómeno estético ligado a la cultura visual de nuestro tiempo” (2013, p.31). Sin embargo, hay quienes tienen opiniones diferentes como la de Blake, al decir que un producto: “Para ser calificado como diseño un objeto debe ser

útil en un sentido práctico, tener un mínimo de cualidades estéticas y ser producido de una manera repetitiva y con precisión” (citado por Campi, 2013, p.32).

Es por lo anterior que los límites del diseño no están tan definidos como se piensa y se interrelacionan con otros conceptos como diseñar y diseñador. Con referencia al concepto de diseñar, García Olvera indica: “Diseñar es una actividad que consiste en idear e imaginar formas sensibles nuevas, que respondan a las necesidades (y deseos) de los hombres, como satisfactores que hagan posible una vida cotidiana mejor” (2000, p.141).

Lo anterior remite no sólo a la práctica profesional del diseño sino mucho antes, por lo cual Dussel indica que:

el acto de diseñar es una acción, cuyo producto es lo diseñado y quien lo realiza es el diseñador; esta actividad, diseñar, no es solamente una cuestión meramente práctica, ni puramente tecnología o artística, ni tampoco es la sumatoria de las tres sino una mezcla sinérgica que involucra creatividad, en donde la ciencia, la tecnología y el arte son parte integral del acto de diseñar pero no son en sí mismo el diseñar. (1977, p. 39). Dussel, (1977) introduce el concepto de póiesis o acto poiético que lo define como el mismo acto de diseñar, ver Esquema 1.



Esquema 1. El acto poiético en el diseño. (Dussel, 1977, p. 39)

Industrial

Otra palabra que forma el diseño es "Industrial" y hoy para esta profesión es una carga, ya que ésta surge como disciplina a finales del siglo XIX con el fin de resolver los problemas que resultan de la revolución industrial.

Danielle Quarante (1992), menciona que es en la primera revolución industrial, con la aparición de la máquina de vapor, cuando surge la necesidad del diseño industrial. Sin embargo, el diseño situado entre el arte y la técnica se remonta a tiempos anteriores a la revolución industrial, que es donde tradicionalmente se pone el límite temporal, ya que en la edad media, con la advenimiento de los gremios, se obtuvo un mayor control de la calidad y aumento de la producción de las estructuras comerciales. Esto se observa en varios ejemplos productivos y de forma específica en la elaboración de cerámica.

Antoni Librer narra que en 1429, Jaume Tagell, un comerciante valenciano: "Encarga la elaboración de 1.200 jarras para aceite al maestro alfarero de Paterna Jaume d'Espont. El mercader pagará 55 sueldos por cada cien unidades, y adelanta al alfarero el importe completo de la producción" (2014, p.214). En aquel entonces, como ahora, su mercado se regulaba por la oferta y la demanda y el trabajo eficiente. En aquel tiempo debe haber sido una parte esencial de un negocio exitoso. Maestros, oficiales y aprendices de los diferentes oficios: armero, ceramista, laudero, impresores; ya proyectaban y diseñaban estos objetos y había un dominio de la ornamentación. Por ejemplo, para la imprenta se debían planear las impresiones, acomodarse los tipos, planear qué iba impreso y qué pintado a mano, así como la reproducción de los libros. En la producción cerámica se requería de talleres específicos con diseño de hornos especiales para determinadas producciones. Eran numerosos los encargos de las "casas grandes" y el gremio sancionaba la calidad de la producción.

Era necesario el diseño y la proyección de los objetos en todos los oficios. Se puede ver lo necesario que es la consideración

ergonómica en el caso de las armaduras. En el caso de la imprenta, en el diseño y la planeación era importante la organización y configuración de las paginas. En el caso de la cerámica, los encargos para casas nobles requerían de diseños específicos para los que frecuentemente se hacían solicitudes especiales para el desarrollo de menajes de casa, que debían diseñarse.

Como lo menciona Rodríguez (1995), el diseño de productos puede dividirse en tres momentos: Diseño Preindustrial, Diseño Industrial y Diseño Post Industrial. Ana Calvera (2010), plantea tres posibles orígenes del diseño industrial: el primero es el origen de la función del diseño, el segundo corresponde con la conformación de la profesión y el tercero a la institucionalización de un profesión consciente de sí misma, con el desarrollo de redes de diseñadores y el establecimiento de una identidad global. Así es como se abordará a continuación.

Orígenes de la disciplina en el mundo

Con respecto a los orígenes, desde la primera revolución industrial hacia finales de la segunda mitad del siglo XVIII, emerge la necesidad de un diseñador (el primer origen). En este periodo surge la necesidad de planear las formas de los objetos. Con relación al sistema productivo, esto se da a finales del siglo XVIII en el sector textil. A principios del XIX, en la industria del mueble, cerámica y textil, comienzan a crecer e innovar sus productos y por ende, sus procesos de producción, lo cual conduce a desarrollar maquinaria y el equipo que permite el incremento de la producción (Calvera, 2010).

Algunos personajes son contratados para planear los productos, o bien, idear mejores formas de producir. Cabe mencionar la forma en que diversas ciudades de Europa, con la crisis y el cierre de las cofradías y gremios, se aperturan escuelas de artes y oficios para la industria y la manufactura en el siglo XVIII. Es el caso de Galicia, Madrid y París, que modifican las formas de enseñanza de los oficios.

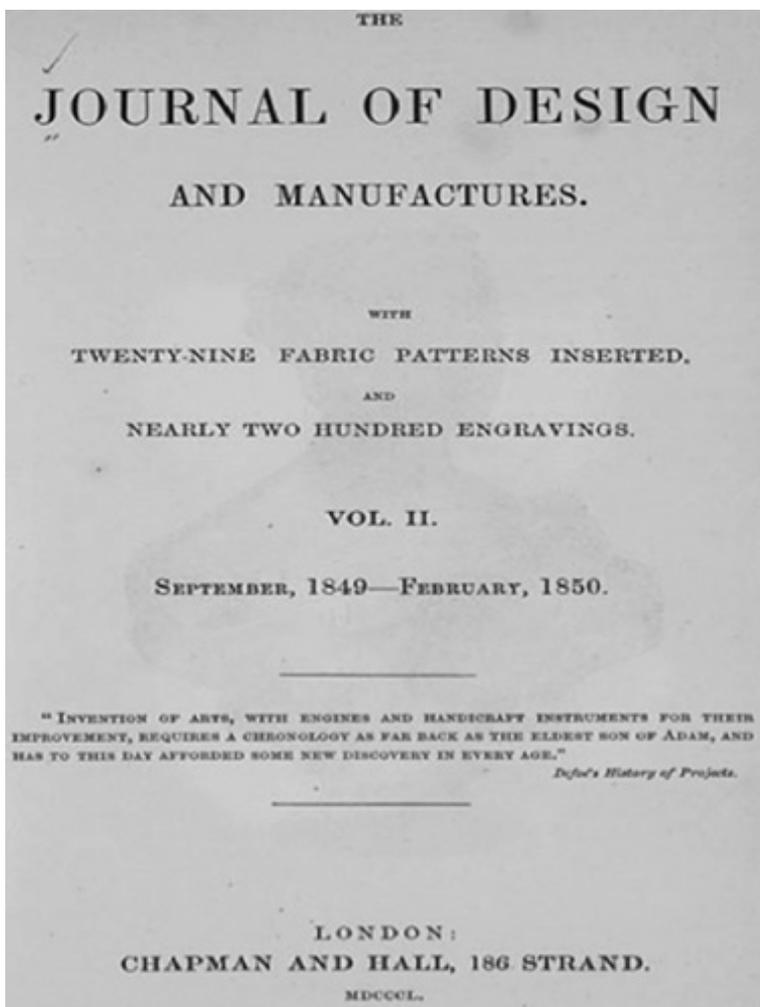


Ilustración 3: Volumen II de *Journal of Design and Manufactures* en Londres Inglaterra. (University of Wisconsin Digital Collections, 2013)

El establecimiento formal de la enseñanza del diseño, de acuerdo con Ana Calvera (2010), es el segundo origen del diseño industrial, se inicia en Inglaterra a finales de 1830, cuando Henry Cole funda en 1837 el Royal College of Arts, y la revista que él mismo publicó por primera vez en 1848: "*Journal of Design and*

Manufactures”, junto con los talleres de Arts and Crafts en 1860. En este segundo origen Calvera expresa que: el diseño define su práctica en base a la identificación de una necesidad social y no solo económica y depende de un pensamiento crítico para con la sociedad y la producción industrial, una corriente de pensamiento que denuncie el empobrecimiento de las relaciones sociales [...] así como la vulgaridad de cosas que se fabrican y pueblan el universo doméstico. (2010, p.76)

Si bien, el D.I. tiene sus principios en Inglaterra, se extiende en muchas otras ciudades de Europa y se manifiesta de diferentes maneras. En Alemania, por ejemplo, la Deutscher Werkbund (1907), es una asociación de artesanos que enseña artes y oficios con el fin de desarrollar la producción alemana. Uno de sus principios es el de: “Ennoblecere el trabajo profesional gracias a la cooperación entre el arte, la industria y el trabajo manual” (Quarante, 1992, p.72). Entre sus fundadores están: Herman Muthesius, Henry Van de Velde y Peter Berens. Este último reconocido como el primer diseñador industrial de la historia. Khoutemas, en Moscú (1920), la Bauhaus en (1919), así como otros movimientos modernos que enaltecieron y terminaron de crear los programas que dieron forma a la disciplina del Diseño Industrial y dieron identidad a lo largo del siglo XIX y XX a nivel internacional.

El tercer origen, de acuerdo con Calvera (2010), es la institucionalización de la profesión, es decir, que ésta toma conciencia de sí misma y los diseñadores cobran una identidad colectiva. Se reúnen para discutir problemáticas comunes, lo cual sucede a mediados del siglo XX con la conformación del ICSID en 1957.

Orígenes en México

El origen del diseño industrial a nivel nacional y local, también es importante para la generación de identidades. Campi expresa que una historia centrada en un país:

... Ha de tener en cuenta la realidad del consumo en el país, los procesos de comercialización y venta, las necesidades productivas y el grado de desarrollo de los suministros tecnológicos disponibles, para finalmente comprobar como todo ello queda reflejado en la cultura de diseño, que si bien tiene caracteres locales puede ser entendida universalmente. (Campi 2010, p.65)

En México al igual que en Latinoamérica, el crecimiento industrial inicia en la década de 1940, cuando el gobierno decide por una política de sustitución de importaciones, que el sector manufacturero crece del orden del 9.4% anual manteniéndose durante esa década, lo que favoreció a la diversificación de la base industrial y elevó el nivel de vida y la economía de la población. Así de 1940 al 1960, se promovió el desarrollo industrial y la creación de parques y ciudades industriales, desarrollando diversos mecanismos de apoyo e incentivos económicos (Riguzzi, et. Al., 2011).

Sin embargo, todavía hay algunos otros antecedentes afortunados que secundan el nacimiento del Diseño Industrial en México y contribuyen a la identidad nacional del D.I. En Marzo de 1857, inicia sus clases la Escuela Industrial de Artes y Oficios, con un poco más de 100 alumnos. Ahí se imparten disciplinas como: tejido e hilado, sastrería, herrería, hojalatería carpintería, talabartería mecánica, diseño, plomería, entre otras que cierran en 1865 (Ávila, 2006). En la Industria, en 1889, Jorge Unna Gerson establece en San Luis Potosí una fábrica de muebles que, por su constante forma de innovar, puede ser considerado uno de los precursores del diseño industrial en México (Alfaro, 2011). La Cervecería Cuauhtémoc surge en 1890 y da origen en 1909 a Vidriería Monterrey, fábrica de vidrios y cristales; y en 1905, a Owens de México, que diseñaba y fabricaba envases. En 1919, surge la empresa Fuerza Motriz y Refrigeración, empresa perteneciente al recién formado Grupo Monterrey, que fabricaba gas carbónico y refrigeradores. Surge en esta misma época la fábrica de Tapones Corona, en 1926 la Cartonera Corona y en 1928, Vidrio Plano S.A (Pérez, et al., 2012). La Vasconia, fundada en 1911, justo cuando la Revolución Mexicana

estaba en su apogeo, Aurelio y Enrique Huerta García-Asenjo, inmigrantes españoles, crearon en la Ciudad de México, la fábrica de aluminio y acero inoxidable de productos para el hogar, a la que llamaron en un principio Huerta Hermanos y Sucesores (Grupo Vasconia SAB, 2014), dado el origen vasco de la familia, eventualmente cambiaría a “Industrias, La Vasconia, S.A.”

La industria relojera tiene también una amplia tradición en México. Harry Steele, fundador de H Steele y Cía., empezó en 1921 el ensamblaje de relojes HASTE. A partir de 1909 Relojes monumentales Olvera, en Zacatlan Puebla, desarrolla este tipo de relojes y otros en México y Latinoamérica. Estas empresas abrieron oportunidades para gente creativa, no solo diseñadores que llegaron del extranjero, sino artistas, arquitectos y una nueva generación de autodidactas que desarrollaron proyectos creativos multidisciplinarios en estas empresas que forman parte de la modernidad mexicana, con lo que se forjó una imagen pública de la disciplina del diseño nacional (Salinas.Oscar, 1992).

Orígenes de la Academia en México

En el inicio del segundo origen del diseño industrial en México, según (Calvera, 2010), se encuentra la década de 1950, momento donde se presentaron factores que permitieron la creación de la profesión, por ejemplo: en 1952 se organizó la primera exposición de Diseño Industrial en Latinoamérica: “El arte en la vida diaria”, a instancias de Clara Porset, diseñadora cubana, que inició una sólida relación con la clase intelectual de izquierda de México, quien tuvo el apoyo del Instituto Nacional de Bellas Artes, con lo que logró reunir en una muestra lo mejor de la tradición artesanal mexicana, al lado de los productos industrializados más destacados del momento, que eran fabricados por empresas pioneras del México moderno como: D.M. Nacional (1945), Domus S.A. (1950) y H. Steel y Cia.(1921), productoras de muebles para oficinas y casa habitación; Acros (1945), Alumninio Ecko (1944), e Industrias La Vasconia (1914), de artículos para cocina, igualmente, Porcelana Anfora (1920), LOFISA y Loza San Isidro (1875) y lámparas Mazilux. (Ávila,2014).

El diseño industrial como disciplina

La profesionalización del Diseño Industrial en México, entendida como un proceso académico, tiene lugar en la década de 1950 y principios de 1960. Los primeros antecedentes se encuentran en 1952, con la fundación de los talleres de artesanos en el Instituto Nacional de Bellas Artes, con el objetivo de una: labor interdisciplinaria entre los arquitectos, los artistas plásticos y los artesanos, la formación teórico-práctica de los alumnos, el diseño de productos y mobiliario destinados principalmente a las clases populares y la ruptura de las barreras entre la arquitectura y las artes decorativas (Comisarenco, 2006, p.146).

En 1958, se cierran los talleres para dar lugar al Centro Superior de Artes Aplicadas. Como ejemplo, se impartían talleres de cerámica, orfebrería, grabado, estampa, platería y textiles.

El modelo diseñístico que se trasladó a México desde Alemania, adoptó criterios curriculares de la Bauhaus, en el Instituto Nacional de Bellas Artes (INBA), y posteriormente lo harían la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y otras instituciones mexicanas (ver Ilustración 4). En la Universidad Iberoamericana, el Diseño Industrial nace en México en 1959. Se comienzan a impartir cursos a un nivel técnico, y es hasta 1961 que se desarrolla el programa de licenciatura. En adelante, se promoverán varias escuelas de diseño, de las cuales, a la fecha existen más de 70 en el territorio nacional. En sus inicios, el crecimiento de las escuelas de diseño industrial se ha dado como se describe a continuación:

Universidad Iberoamericana	México, D.F.	privada	1959
Universidad Nacional Autónoma de México	México, D.F.	pública	1969
Universidad Autónoma de Guadalajara	Guadalajara, Jal.	privada	1972
Universidad Autónoma Metropolitana Atzacotalco	México, D.F.	pública	1974
Universidad de Monterrey	Monterrey, N.L.	privada	1974
Universidad Anáhuac	Edo. de México	privada	1975
Universidad del Bajío	León, Gto.	privada	1975

Universidad Autónoma Metropolitana Xochimilco	México, D.F.	pública	1976
Universidad Nacional Autónoma de México, E.N.E.P. Aragón	México, D.F.	pública	1976
Universidad de Guadalajara	Guadalajara, Jal.	pública	1976
Universidad Autónoma de Nuevo León Monterrey	Monterrey, N.L.	pública	1977
Universidad Autónoma de San Luis Potosí	San Luis Potosí	privada	1978
Universidad del Nuevo Mundo	La Herradura, Mex.	privada	1979
Escuela de Diseño, INBA/SEP *	México, D.F.	pública	1979
Arte, A.C. Escuela de Diseño	Monterrey, N.L.	privada	1979
Instituto Superior de Ciencia / Tecnología de la Laguna.A.C.	Palacio, Dgo.	privada	1986
Universidad Cuauhtémoc	Puebla, Pue.	privada	1987
Universidad Autónoma de Colima	Colima, Col.	pública	1987
Tecnológico de la Mixteca	Oaxaca, Oax.	pública	1987
Universidad Autónoma del Estado de México	Toluca, Mex.	pública	1988
Universidad Autónoma del Estado de México	Zumpango, Mex.	pública	1988
Instituto Técnico Superior de Occidente (ITESO)	Guadalajara, Jal.	privada	1992
Universidad Autónoma de Aguascalientes	Aguascalientes, Ags.	pública	1996
Universidad Modelo	Mérida, Yuc.	privada	1997
Universidad Iberoamericana, Plantel La Laguna	Torreón, Coah.	privada	1997
Posgrado Maestría Universidad Nacional Autónoma de México	México, D.F.	pública	1980
Universidad Autónoma Metropolitana Atzacapotzalco	México, D.F.	pública	1984
Universidad de Guadalajara	Guadalajara, Jal.	pública	1997
Posgrado Universidad Nacional Autónoma de México	México, D.F.	pública	1980
Universidad Veracruzana	Xalapa, Ver.	pública	1994
Universidad Autónoma de San Luis Potosí	San Luis Potosí,	privada	1996
Nivel Técnico Centro de Estudios Tecnológicos, Industrial y de Servicios CETIS #2 SEP	México, D.F.	pública	1979

Tabla 1: Primeras escuelas de Diseño Industrial en México (Salinas Flores, 2001b, p. 35)



Ilustración 4: Distribución de Escuelas de diseño Industrial

Fuente: (Plan de estudios de Baja California, 2006)

Con algunos cambios en las curriculas, motivados por las adecuaciones a las problemáticas del contexto, en la mayoría de las escuelas podemos encontrar materias orientadas a 5 áreas principales: Área Teórica, Área Técnica, Área de Expresión, Área de Diseño, y en los últimos años se ha integrado el Área de Gestión. Es importante destacar la capacitación con relación al hardware y software, que para el ámbito del diseño surge continuamente. (Salinas Flores, 2001b).

El Diseño Industrial en la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM)

La licenciatura en Diseño Industrial se abrió en la UAEM, en Toluca en 1987, en la Facultad de Arquitectura y Arte, hoy Facultad de Arquitectura y Diseño (FAD). Surge al mismo tiempo que la Licenciatura en Diseño Gráfico. La FAD se dio a la tarea de realizar una investigación local, con el fin de conocer la demanda de diseñadores industriales en el Valle de Toluca y sus

zonas industriales de la época, así como los conocimientos que demandaba esta industria del campo académico. De esta manera originó el Primer Plan de Estudios de esta licenciatura. Abrió con una matrícula de 12 alumnos en 1987 y 20 en 1988. A la fecha se han elaborado cinco planes de estudios para esta licenciatura el Plan 01, vigencia de 1987 a 1993, el Plan 02 de 1993 a 2000, el Plan 03 de 2000 a 2004, el plan 04 de 2004 a 2015 y el plan 05 de 2015 a la fecha.

El tercer origen del diseño Industrial, de acuerdo con Calvera (2010), se da cuando el gremio se reconoce a sí mismo y puede plantear una reflexión propia sobre su práctica profesional. En México esto tiene sus inicios alrededor de 1962, cuando se funda la asociación Mexicana de Diseñadores, que se disuelve en el 2000 y posteriormente, el Colegio de Diseñadores Industriales y Gráficos de México (CODIGRAM) fundado en 1975. Han surgido diversas asociaciones posteriores que agrupan a estudiantes, por ejemplo, la asociación de Escuelas de Diseño Industrial (ANIEDI) y la asociación de Estudiantes, desde 1983. En 1998, surge DINTEGRA Asociación Mexicana de Instituciones Superiores de Diseño Industrial, Asociación Civil. Esto permite conocer la importancia de la memoria histórica y establecer los orígenes del Diseño industrial a nivel local y conocer el origen común que legitima la cohesión social del grupo. Reconocer una identificación por sus orígenes y sobre ello, prospectar avances, los cuales son fundamentales para la generación de identidad.

Representaciones sociales del diseño

El análisis de las identidades exige una plataforma común, como el compartimiento del complejo simbólico-cultural que funciona como emblema de los mismos; es decir, las representaciones sociales constituyen el campo conceptual operativo de la identidad. (Giménez, 2005).

Es así que una asociación gremial del diseño en su proceder disciplinario, se integra a partir del compartimiento de un cúmulo

de interpretaciones establecidas dentro de un sistema de valores, permitiendo el aclaramiento de un sentido reconocible a través de las representaciones sociales, las cuales tienen diferentes funciones:

- Hacer convencionales los objetos, personas y eventos que se encuentran en la vida cotidiana, otorgándole una forma definitiva, localizándolo en una categoría y estableciéndolo como modelo de cierto tipo, diferenciado y compartido por un grupo de personas.
- Propiciar la comunicación entre las personas. Comunicación que implica tantos puntos de vista compartidos como divergentes sobre diversas cuestiones.
- Promover el pensamiento colectivo y la reflexividad de los grupos, siendo éstos requisitos fundamentales para lo que se denomina identidad social; es decir, el conocimiento del grupo al que se pertenece.
- Justificar las decisiones y conductas que se dan en las interacciones sociales. (León, 2008)

Los diseñadores industriales como colectividad, pueden mantener una plataforma estable de comportamiento, lenguaje y actitudes que los vuelve diseñadores. Además aquellos elementos que perduran a pesar de las modificaciones obligadas por el contexto cambiante, representan una fuente de identidad para el diseño industrial, siendo un continuum que permite distinguir un origen y describir un recorrido temporal.

Desde la postura planteada por Villoro (1998), paralela a lo expuesto por Audi (2004), uno de los puntos que definen a la condición identitaria, radica en la conservación intacta de los rasgos esenciales a través del tiempo, como lo vimos en el apartado anterior.

Es así, que el primer programa académico de diseño desarrollado en Bauhaus hacia 1919, mantuvo una estrecha relación con los procesos, habilidades y técnicas donde es indispensable el contacto directo con los materiales, con la finalidad de experimentar las cualidades y por ende las posibilidades que los distintos grupo de

materiales permiten. De ahí el siguiente esquema propuesto por Walter Gropius, como lo podemos ver en el siguiente diagrama donde se presentan los talleres de materiales.

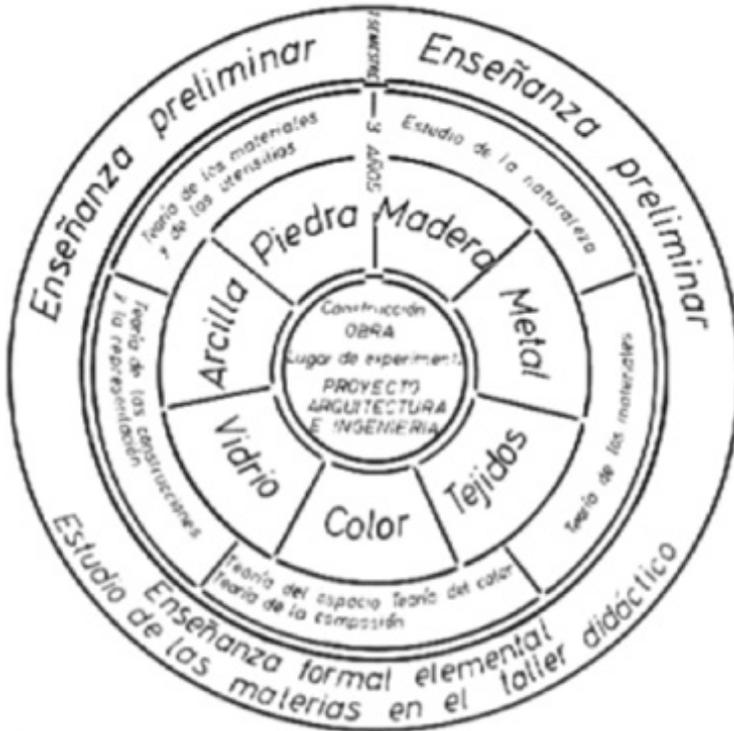


Ilustración 5: Diagrama del plan de estudios en la Bauhaus
<https://lasintesisylaabstraccion.wordpress.com/2014/12/03/unidad-didactica-parte-1-teoria-el-modelo-de-la-bauhaus/>

El trabajo académico del diseño industrial, basado en el manejo de materiales agrupados para su trabajo en talleres, es una situación de relativa vigencia hasta nuestros días, ya que provee al diseñador de conocimientos y de habilidades que se pueden plantear desde una esfera técnica, al experimentar sensorialmente las posibilidades plásticas de los materiales, se fomenta automáticamente la exploración de las posibilidades formales y de su manufactura. En la actualidad, se ha añadido al trabajo manual

una serie de procesos y herramientas fundadas en los desarrollos tecnológicos, sin embargo, el trabajo en talleres se encuentra seccionado de una manera similar. Vale acotar que actualmente, además de aquellas áreas que se han añadido a la formación del diseñador desde las posibilidades tecnológicas, como medios productivos, herramientas para la representación gráfica y evaluación virtual de los productos; existen otras áreas que se han sumado a la disciplina, como los contenidos enfocados en los procesos productivos, mercadológicos.

En resumen, es posible tratar al diseño industrial como un constructo adscrito en una dinámica social, a la que debe responder en todo momento. Por lo que existen sustentos teóricos que prevalecen, al tiempo que los factores de corte práctico se encuentran expuestos a los continuos cambios tecnológicos que permiten una actualización y reemplazo de manera acelerada. Es ahí de donde proviene la necesidad de los ajustes en la teoría.

Diseñador mediador de Identidades

El diseñador, inmerso en un grupo profesional y visto como un sujeto colectivo, desde la perspectiva de Melucci, citado por Giménez (2005), cubre los requisitos básicos que le conceden una identidad propia mencionada anteriormente:

- 1) Ante todo, la percepción de su permanencia a través del tiempo, más allá de sus variaciones accidentales y de sus adaptaciones al entorno. El diseñador mantiene una finalidad profesional definida, que se funda en la actividad creativa desde su origen disciplinario, más allá de las herramientas tecnológicas emergentes y las habilidades y conocimientos que son desplazados y sustituidos como parte de la actualización en un tiempo y lugar determinados.
- 2) La percepción de una unidad que establece los límites o fronteras del espacio identitario, lo que permite distinguirlo de todos los demás. Estos límites o fronteras están marcados

siempre por “hitos” de naturaleza simbólica o cultural. El diseñador funge como punto de encuentro de un cúmulo de disciplinas de corte artístico, técnico y social. Su función es de integración,⁶⁵ más que de profundización en cualquiera de estos campos, otorgándole una posición estratégica donde la identidad de la especialidad profesional se establece como la incorporación de otras especialidades hacia un fin creativo.

- 3) La capacidad de reconocerse y de ser reconocido en cuanto portador de una determinada identidad. En este sentido, queda como condición para la identidad la relación con otros “sujetos de acción” colectivos, es decir, otros grupos profesionales que funcionan como referencia para autodefinir a los diseñadores en la medida que establecen “lo que no es el diseñador”, lo cual contribuye a dejar clara la esencia de la profesión del diseñador en el área que se encuentre. A su vez, los “otros” pueden formar parte de un grupo totalmente ajeno a la estructura identitaria del sujeto, en cuanto a modo de vida, valores, ideas, cosmovisión, costumbres y tradiciones, lo cual, de acuerdo con Larraín (2001), genera a nivel reflexivo, autorreconocimiento y seguridad de diferenciación de otros, surgiendo la idea de “nosotros”, distinta a la de “ellos”.

Siguiendo a Giménez, hablar del individuo-diseñador sería la dimensión legítima donde opera la identidad, de manera que este actor renueva su identidad desde las esferas colectivas entre las que se encuentran: la familia, la congregación religiosa, la participación en agrupaciones amistosas determinadas, y por supuesto, en el grupo profesional de diseño industrial. Además de

⁶⁵ Se tiene la esencia concreta de lo que sería el diseñador en sus inicios (1926), donde reluce la hibridación contrastada del cuerpo de conocimiento el cual, al depender de la dinámica social, tecnológica y económica, tiende a modificarse continuamente, “Bauhaus intenta formar en estos talleres un tipo nuevo, aún no existente, de colaboradores para la industria y la artesanía, que dominen tecnología y forma en igual medida” (Gropius Bonsiepe, 1978, p.58).

pertenecer a un grupo particular de alguna institución educativa, es de todas las adscripciones que logra articular una identidad propia en su actuar profesional, que no deja de redefinirse tras el continuo proceso social.



Ilustración 6: Diseñador Mediador de identidades. Elaboración propia

De forma que el diseñador en el ejercicio de su profesión, practica una mediación de su material identitario y configura un peculiar y muy propio modo de trabajar, definido como su “estilo” personal que revela el origen social del profesionalista, mediante el manejo acotado de una colección estilémica ⁶⁶ inmersa en dinamismo.

⁶⁶ Estilémica: concepto referente al conjunto de características que relacionan a una creación con su autor, Bonsiepe maneja el término *stilemi* para referirse un grupo de cualidades que definen en el estilo de alguna nación o cultura (Bonsiepe, 1978).

Análisis de identidades en el proceso de diseño

El diseño se ocupa de los contenidos que le permiten acercarse a la compleja red identitaria que conforma la identidad del sujeto individual-colectivo. Tras la denominación intemporal de “usuario”, cuyas distintas esferas de identidad son objeto de estudio de la misma identidad individual y colectiva (entre las que se encuentra la identidad profesional), las cuales se sincretizan en el objeto de diseño; la identidad del diseñador es trabajar con la identidad del sujeto para el cual se diseña, entendido como una secuencia de acciones, mediante un acercamiento múltiple de las “matrices de identidad” (Mandoki, 2006), que se entretienen⁶⁷ para consolidar al sujeto individual.

Cabe señalar que uno de los pilares en donde descansa la identidad de la disciplina del diseño industrial, es justamente en el proceso de diseño, mismo que se representa como un proceso creativo y que metodológicamente tiene diferencias dependiendo de la complejidad del producto a diseñar, aunque es una estructura estable capaz de ser una clave identitaria de esta profesión. Dicho proceso creativo puede manejarse en tres grandes etapas generales ⁶⁸:

1. Pre-configuración: Etapa de investigación sobre la necesidad del usuario, el contexto y la descripción de la problemática a resolver.
2. Configuración: Etapa creativa de búsqueda de soluciones de diseño y su conceptualización en un objeto.

⁶⁷ A medida del proyecto, del diseñador y de las posibilidades, se plantea un abanico prudente de información que oscila entre variables contextuales como lo es el contexto geográfico, cultural, socioeconómico en el que se encuentra inmerso el sujeto, y otros de corte endógeno como pueden ser las especificidades antropométricas, gustos, estilo de vida, entre otras.

⁶⁸ Las etapas se dividen para lograr una diferenciación de las actividades específicas a realizar, aunque no son etapas definidas en sus límites ni tampoco sugieren un procedimiento lineal ya que es posible la intersección de algunas o la simultaneidad sin que deje de ser válido el proceso de diseño.

3. **Materialización:** Etapa de fabricación, implantación y evaluación del producto diseñado, es decir, la solución elegida.

Identidad del diseñador y su reflejo en el objeto

Se debe de considerar que el producto de diseño representa la culminación de elementos teóricos y pragmáticos. Es reflejo y resultado del cúmulo de condiciones que han provocado al diseñador a generar el objeto, en tanto que esas condiciones vienen a ser un constructo específico y único. Siendo así, el producto debería contener tales cualidades reinterpretadas a través de quien lo diseña. Blanco sostiene a este respecto que:

... esa identidad no se obtiene si no se construye —y en el diseño se logra diseñando— ya que la constante reiteración de rasgos permite diferenciar y segregar, y por lo tanto identificar. Luego esa identificación será leída como identidad. Es decir, ésta no existe de por sí, sino se obtiene en base a la voluntaria decisión de pertenencia basada en el concepto de identidad como “voluntad de ser”. Psicológicamente se necesita: en el orden emocional, un origen claro y definido; ideológicamente es preciso ser algo a través de la propia valoración, racionalizando la exigencia de pertenencia y políticamente se logra en base a la noción de lo institucionalizado. (2007, p.22)

Cabe señalar que el concepto de construcción no obedece a una estructura monolítica, sino que debe seguir las dinámicas sociales, tecnológicas y hasta políticas que le permitan proporcionar soluciones igualmente óptimas a lo largo del tiempo. La identidad, para el diseño industrial, deberá por lo tanto enfrentarse a dos retos importantes que paulatinamente van cobrando atención e interés: por un lado, como señala Blanco (2007) en el párrafo anterior, llegar a un estilo estable mediante la reiteración de rasgos. Evidentemente, este paso sería posterior a la identificación

de los mismos con seguridad. Esto es: trabajar para una identidad fuerte. Así mismo, debe preceder a la estabilización de rasgos y conseguir un acoplamiento paralelo a las circunstancias circundantes en los distintos ámbitos sociales y económicos, por lo que el constructo identitario al erigirse como tal, deberá permanecer flexible para permitir de esta manera inscribirse según como las variables prioritarias se comporten.

El objeto de diseño generador de identidades

Cuando alguien se apropia de un objeto y dice: “esto es *mío*”, es porque representa a una parte de él mismo, le da sentido propio a la realidad, se reconoce en un estilo, le da una carga simbólica a la vestimenta, al calzado y a un gran número de objetos de diseño, de los cuales se está rodeado, se identifica, se define, y también se distingue de otros.

Los objetos también determinan los comportamientos: son símbolos y valores a través de los cuales se tiene contacto con la sociedad a la que se pertenece. A través de los objetos, se construyen representaciones de uno mismo, son máscaras que van asociadas a reglas de comportamiento, códigos que delimitan un determinado estilo de vida y rol social. En la sociedad de consumo se está siempre dispuesto a cambiar los productos por otros mejores –más nuevos, más innovadores o simplemente, más recientes–, a fin de que identifiquen estilos de vida con identidades distintas.

Sin embargo, nos apropiamos de los objetos bajo distintas identidades o roles que ejercemos a nivel social –como empresarios, como padres, como diseñadores, como artesanos–. Son bienes de consumo, o males (Elizalde, 2003), que se apropia el usuario y le imponen un modo de ser y hacer, un modo de apropiación, un estilo de vida. El artefacto se vuelve entonces un objeto de conocimiento y un lugar en donde nos reconocemos y reconstituimos a nosotros mismos, siendo la cristalización de un hábito, de una rutina o de una emoción a nivel individual, mientras que a nivel social lo hace en una costumbre o en un rito, que se

plasma en lenguaje tridimensional. El artefacto que circunscribe estilos de vida, delimita espacios de acción y se vuelve necesario.

Conclusiones

La selección y sutileza en la selección e incorporación de aquellas notas que se consideren permisivas hacia la identidad, deberán provocar un equilibrio integrativo en el objeto, quedando lejos del tinte folklórico exaltado por lo que dice Bonsiepe: “tratar de aplicar solamente motivos folclóricos como elementos decorativos, no aporta mucho a la construcción de la identidad del diseño, ni del diseñador, estos elementos deberán ser sublimados, reelaborados en un proceso paulatino” (Bonsiepe 1978b, p.58). Se enfatiza el proceso hacia la construcción de identidad como una reelaboración, es decir, ir más allá de la mera inserción de elementos considerados como propios. La construcción de identidad requiere un estudio, una reinterpretación y la abstracción de las notas candidatas a trascender.

En este caso, los elementos formales, es decir, los que tangiblemente definen al objeto como lo son: la forma en sí, los colores, la disposición geométrica, y por otro lado los materiales que con su plasticidad, en muchos casos pueden ser llevados a los objetos de diseño. Son este abanico de elementos los que fácilmente pueden estudiarse, reinterpretarse o sintetizarse para obtener rasgos que puedan llegar a la reiteración para pasar a la identificación y posteriormente, formar parte de la identidad en cuanto el diseño industrial a través de sus producción objetual.

Un buen ejemplo de la consolidación identitaria, es el caso del diseño industrial desarrollado en los países escandinavos, cuyo estilo tanto formal como material del objeto, permiten una fácil lectura de su origen por su interpretación de la tradición artesanal reflejada en los objetos, lo que ha llevado a estos países a mantener una identidad regional frente a la globalización, siendo identificados por su respeto a la naturaleza y la excelente funcionalidad de los productos.

Cabe señalar que se han desarrollado estrategias totalmente intencionadas hacia concretar una identidad profesional y promoverla, como lo han sido los colegios de diseñadores y otras asociaciones de profesionales, estudiantes y docentes de diseño. Sin embargo, la disciplina puede generar más acciones de cohesión social que permitan un mayor apoyo a los diseñadores jóvenes.

Referencias

- Arias, J. (2002). *Identidad profesional. Una construcción colectiva. Perspectiva*, (6-7). Recuperado de: <http://bibliotecadigital.univalle.edu.co/xmlui/handle/10893/1160>
- Audi, R. (2004). *Diccionario Akal de Filosofía*. Madrid: Akal.
- Ávila, J. (2006). *Sesenta años de Historia del Instituto Politécnico Nacional*. México: IPN.
- Ávila, S. (2014). *Revindican la Cerámica con Diseño Mexicano*, *Diario Excelsior* Recuperado de: <http://www.excelsior.com.mx/expresiones/2014/08/16/976514#view-1>
- Blanco, R. (2007). *Notas sobre Diseño*. Buenos Aires: Ed. Nobuco.
- Bonsiepe, G. (1978). *Diseño industrial. Tecnología y dependencia*. México: Edicol.
- Calvera, A. (2010). *Cuestiones de fondo: La Hipótesis de los tres orígenes del diseño*. *Diseño e historia. Tiempo Lugar y discurso*. (pp. 63-85) México: Designio
- Campi, Isabel, (2013). *La Historia y las teorías historiográficas del diseño*. México: Designio.
- Comisarenco, D. (2006). *Diseño Industrial Mexicano e Internacional. Memoria y Futuro*. México: Trillas.

- Dussel, E. (1977). *Contra un diseño dependiente. Un modelo para la autodeterminación nacional*. México: EDICOL.
- Elizalde, A. (2003). *Desde el Desarrollo Sustentable hacia Sociedades Sustentables*. Santiago, Chile: Ed. PNUMA
- García, (2000). *El producto del diseño y la obra de arte*. México: Universidad Autónoma Metropolitana A.
- Gewerc, A. (2001). Identidad profesional y trayectoria en la universidad. *Revista de currículum y formación del profesorado*, 5(2)
- Giménez, G. (2005). *Teoría y análisis de la cultura*. México: CONACULTA-ICOCULT.
- Grupo Vasconia SAB, 2014. Recuperado de: <http://www.grupovasconia.com/nuestro-grupo>.
- Larraín, J. (2001). Identidad chilena. *Revista Chilena de Humanidades*, (21) Recuperado de: <http://www.revistachilenahumanidades.uchile.cl/index.php/RCDH/article/view/39800/41375>
- León, M. (2002). Representaciones sociales: Actitudes, creencias, comunicación y creencia social. In Morales J. F. et al. (Eds.), *Revista Psicología Social* (pp. 367-385) Buenos Aires, Argentina: Prentice Hall, Pearson Education. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=803457>
- Llibrer, A. (2014). Relaciones protoindustriales en la producción cerámica. *Manises y Paterna en la segunda mitad del siglo XV*. (24), pp.213-239
- Mandoki, K. (2006). *Prácticas estéticas e identidades sociales*. Prosáica 2. México: CONACULTA
- Morin, E. (2003). *El método. La humanidad de la humanidad. La identidad humana*. Madrid: Ediciones Catedrea-Teorema.

- Pérez B, et al., (2012). Evolución Histórica de la Cervecería Cuauhtemoc: Un grupo económico de capital nacional. *Hitos de Ciencia Económico Administrativa*, 18(52), 119-136.
- Quarante, D. (1992). *Diseño industrial 1. Elementos introductorios*. Barcelona: CEAV.
- Riguzzi, P. y Sobrino L. (2011). La producción del Estado de México en la era de la Economía Global, *Historia General del Estado*.
- Rodríguez, L. (1995). *El diseño preindustrial. Una visión histórica*. Universidad Autónoma Metropolitana AZ.
- Salinas, O. (2001a). *Clara Porset*. México: UNAM.
- Salinas, O. (2001b). *La enseñanza del diseño Industrial en México*. México: Panorama.
- Salinas, O. (1992) *Historia del Diseño Industrial*. México: Trillas.
- Salinas, O. (2001b). *Historia del diseño industrial*. México: Trillas.
- Santibañez, E. (s.f.) Editorial. *Revista Perspectiva Educativa, Formación de profesores* 51(1) Recuperado de: <http://www.perspectivaeducacional.cl/index.php/peducacional/article/viewFile/77/35>
- Villoro, L. (1998). *Sobre la identidad de los pueblos*. Estado plural, pluralidad de culturas. (pp. 63-78). México: Paidós-UNAM.

ACERCA DE LOS AUTORES



Dr. en C. S. René Pedroza Flores; integrante de la Academia Mexicana de Ciencias, científico adscrito al Centro de Investigación Multidisciplinaria en Educación de la Universidad Autónoma del Estado de México, (CIME-UAEMéx.). Miembro de Investigadores Nivel 2. Perfil PRODEP, áreas de investigación y generación de conocimiento: Social, Educativa y Sociológica.

E-mail: renebafi@yahoo.com.mx



Dra. en C. S. Ana María Reyes Fabela; Profesora Investigadora en el Centro de Investigación Multidisciplinaria en Educación de la Universidad Autónoma del Estado de México, (CIME-UAEMéx.). Miembro de Investigadores Nivel 1. Perfil PRODEP; áreas de investigación: Educación, Formación, Enseñanza, Aprendizaje, Profesiones y Procesos del Diseño.

Email: anamar31@gmail.com

