



La Profesión del Diseño

Expresiones y experiencias



Universidad Autónoma
del Estado de México



cime

Ana María Reyes Fabela
René Pedroza Flores
Coordinadores

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.

Información de la imprenta disponible en la última página.

Fecha de revisión: 10/01/2018

Para realizar pedidos de este libro, contacte con:

Palibrio

1663 Liberty Drive

Suite 200

Bloomington, IN 47403

Gratis desde EE. UU. al 877.407.5847

Gratis desde México al 01.800.288.2243

Gratis desde España al 900.866.949

Desde otro país al +1.812.671.9757

Fax: 01.812.355.1576

ventas@palibrio.com

772188

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



cime
Centro de Investigación
Multidisciplinaria en Educación

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 Luja
Celia Guadalupe Morales González

Capítulo 5 122

La profesión del diseño industrial desde una mirada
antropológica

Joaquín Trinidad Iduarte Urbieto

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

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 feminidad 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 de 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

Lightning Source UK Ltd.
Milton Keynes UK
UKOW04f1849300118
317064UK00003B/196/P

