

ESTRATEGIAS DEL DISEÑO PARA
LA GESTIÓN DE LA CULTURA
Y LAS IDENTIDADES

MARÍA DEL PILAR ALEJANDRA MORA CANTELLANO
MARÍA GABRIELA VILLAR GARCÍA
ANA AURORA MALDONADO REYES

Coordinadoras



Universidad Autónoma
del Estado de México



Doctora en Ciencias Sociales
Martha Patricia Zarza Delgado
*Rectora de la Universidad Autónoma del
Estado de México*

Doctora en Ciencias Computacionales
Arianna Becerril García
Secretaria de Ciencia

Doctor en Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales
Francisco Herrera Tapia
Secretario Académico

Doctora en Estudios Latinoamericanos
Cynthia Ortega Salgado
Secretaria de Identidad y Cultura

Doctor en Ciencias Sociales
Jorge Alejandro Vásquez Caicedo
Secretario de Gobernanza Universitaria

Doctora en Farmacia y Tecnología Farmacéutica
Mariana Ortiz Reynoso
*Secretaria de Vinculación, Extensión y Promoción de la
Empleabilidad*

Maestra en Administración
Miriam Liliana Padilla Mora
Secretaria de Gestión y Administración Universitaria

Maestra en Hacienda Pública
Miriam Sierra López
Secretaria de Finanzas

Doctora en Humanidades
María de las Mercedes Portilla Luja
Secretaria de Desarrollo y Fortalecimiento Institucional

Doctora en Ciencias con Énfasis en Educación
Miriam Sánchez Angeles
Secretaria de Igualdad Sustantiva y Cuidados

Doctor en Ciencias e Ingeniería de Materiales
José Guadalupe Miranda Hernández
*Secretario de Centros Universitarios
y Unidades Académicas Profesionales*

Maestrante en Derecho
Evangelina Sales Sánchez
Consejera Jurídica Universitaria

Doctora en Diseño
María Fernanda Valdés Figueroa
Directora General de Comunicación Social Universitaria

Doctor en Políticas Públicas
Bernardo Jorge Almaraz Calderón
Jefe de la Oficina de la Rectoría

ESTRATEGIAS DEL DISEÑO PARA LA GESTIÓN DE LA CULTURA
Y LAS IDENTIDADES

Dirección de Publicaciones Universitarias
Editorial de la Universidad Autónoma del Estado de México

Doctora en Ciencias Sociales
Martha Patricia Zarza Delgado
Rectora

Doctora en Estudios Latinoamericanos
Cynthia Ortega Salgado
Secretaria de Identidad y Cultura

Doctor en Administración
Jorge Eduardo Robles Alvarez
Director de Publicaciones Universitarias

ESTRATEGIAS DEL DISEÑO PARA LA GESTIÓN DE LA CULTURA Y LAS IDENTIDADES

MARÍA DEL PILAR ALEJANDRA MORA CANTELLANO
MARÍA GABRIELA VILLAR GARCÍA
ANA AURORA MALDONADO REYES

Coordinadoras



Universidad Autónoma del Estado de México

"2025, 195 años de la apertura del Instituto Literario en la ciudad de Toluca"

Primera edición, noviembre 2025

ESTRATEGIAS DEL DISEÑO PARA LA GESTIÓN DE LA CULTURA Y LAS IDENTIDADES

María del Pilar Alejandra Mora Cantellano

María Gabriela Villar García

Ana Aurora Maldonado Reyes

Coordinadoras

Universidad Autónoma del Estado de México

Av. Instituto Literario 100 Ote., Col. Centro

Toluca, Estado de México

C.P. 50000

Tel: 722 481 1800

<http://www.uaemex.mx>

Registro Nacional de Instituciones y Empresas Científicas y Tecnológicas (Reniecyt): 1800233



Esta obra está sujeta a una licencia Creative Commons Atribución-No Comercial-Sin Derivadas 4.0 Internacional. Los usuarios pueden descargar esta publicación y compartirla con otros, pero no están autorizados a modificar su contenido de ninguna manera ni a utilizarlo para fines comerciales. Disponible para su descarga en acceso abierto en: <http://ri.uaemex.mx>

ISBN: 978-968-9718-44-4

Hecho en México

El contenido de esta publicación es responsabilidad de las personas autoras.

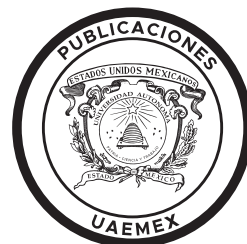
Director del equipo editorial: Jorge Eduardo Robles Alvarez

Coordinación editorial: Ixchel Díaz Porras

Coordinación de Diseño: Luis Alberto Maldonado Barraza

Corrección de estilo: María Lucina Ayala López

Formación y diseño de portada: Sara Valeria Gómez Hernández



CONTENIDO

PRESENTACIÓN	9
PRIMERA PARTE. IMPACTO DEL DISEÑO EN COMUNIDADES, DESDE SUS EXPRESIONES CULTURALES Y MEMORIA HISTÓRICA	
I. El diseño como herramienta para revivificar la artesanía a través de la innovación social	14
<i>Gudiana Loza Flores María del Pilar Alejandra Mora Cantellano</i>	
II. Preámbulo para la gestión de estrategias de promoción y difusión de neoartesanías textiles en México	29
<i>David Ignacio Villada Cerino Ana Aurora Maldonado Reyes</i>	
III. La complejidad de los objetos cotidianos en la construcción de la identidad cultural	44
<i>Sofía Alejandra Luna Rodríguez Liliana Beatriz Sosa Compean</i>	
SEGUNDA PARTE. REFLEXIONES DEL DISEÑO Y SUS PRODUCTOS CULTURALES DESDE LAS CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS	
I. Diseño como hecho cultural: un diálogo interdisciplinario entre la antropología y el diseño	56
<i>Claudia Elena Guzmán Díaz María Gabriela Villar García</i>	
II. Análisis de los valores arquitectónicos del patrimonio cultural inmueble	70
<i>Alejandra Nicolau Mora Marcos Mejía López</i>	
III. Las influencias culturales cruzadas en el arte y el diseño contemporáneo: exploración de la diversidad cultural en creaciones artísticas y objetos de diseño	88
<i>Celia Guadalupe Morales González María de las Mercedes Portilla Luja</i>	

IV. Cultura, estética e inteligencia artificial como herramientas clave y futuro del diseño industrial tecnificado 102
Julio César Arámbula Meneses | Ana Aurora Maldonado Reyes

V. Panorama actual de la perspectiva de género y su vinculación con el diseño 127
María Trinidad Contreras González | María Gabriela Villar García

TERCERA PARTE. APORTACIONES DE LA CULTURA ACTUAL EN LOS PROCESOS DE DISEÑO

I. Transformando la metodología del diseño: propuesta de marco dinámico para la práctica del diseño 140
Juan Salvador Córdova Martínez | Ana Aurora Maldonado Reyes

II. El *storytelling* del manga como elemento creativo del proceso de diseño 161
Angie Mercedes Alquicira Salazar | Enrique Aguirre Hall | David Joaquín Delgado Hernández

III. Coleccionismo de juguetes y memorabilia como detonador de diseño e identidad cultural 186
Ricardo Victoria Uribe | Nazario Robles Bastida | Miguel Ángel Rubio Toledo

PRESENTACIÓN

El Programa Nacional Estratégico Cultura de la Secretaría de Ciencia, Humanidades, Tecnología e Innovación plantea que, ante la descomposición del tejido social, en muchas de las regiones de nuestro país, la cultura y la memoria colectiva e histórica se presentan como alternativas para efectuar los cambios necesarios con el fin de lograr un desarrollo pleno de los grupos sociales, basado en el reconocimiento de la diversidad cultural y las tradiciones.

Así, al incorporar y reconocer las perspectivas y saberes de todos los actores sociales, especialmente desde sus prácticas comunitarias, se posibilita desde la disciplina del diseño la construcción de propuestas innovadoras y de generación de conocimiento, concibiendo soluciones y estrategias que consideran la pluriculturalidad, con base en el reconocimiento de memorias, tecnologías, expresiones y prácticas culturales comunitarias, que coadyuven al desarrollo de las regiones.

En esta obra se presentan iniciativas derivadas de proyectos de investigación del diseño industrial, gráfico y de la arquitectura que plantean reflexiones, estrategias y metodologías fundamentadas en diversas expresiones culturales, tanto tradicionales como actuales, las cuales abarcan los siguientes aspectos:

- Impacto del diseño en comunidades, desde sus expresiones culturales y memoria histórica.
- Reflexiones del diseño y sus productos culturales desde las ciencias sociales y humanas.
- Aportaciones de la cultura actual en los procesos de diseño.

En el primer capítulo, avance de investigación, se destaca el potencial del diseño industrial desde la perspectiva de la innovación social para abordar los desafíos que hoy enfrentan los artesanos; se destaca su patrimonio cultural y se subraya la importancia de preservar las técnicas y conocimientos tradicionales para enfrentarse a los retos del mercado actual; además, se identifican herramientas del diseño en el proceso de

configuración que incorporen la revalorización de los saberes ancestrales y la herencia cultural desde un enfoque social del diseño con una perspectiva descolonizadora.

En el segundo capítulo se presentan estrategias para promover neoartesanías que destaquen su impacto en la preservación del patrimonio cultural y que contribuyan a la conservación de tradiciones de los grupos artesanales; se enfatiza en la salvaguarda de su patrimonio sin fijarlo o fosilizarlo en una forma pura o primigenia, donde se subraye la pertinencia con la comunidad.

El tercer avance de investigación muestra resultados en torno a la importancia de los objetos cotidianos y su papel en la construcción de las identidades culturales de los grupos sociales, ya que están impregnados de simbolismos que representan valores y creencias, por lo que se emplea como referente la teoría de los sistemas complejos y se identifican como detonadores de interacciones en diversos contextos; además, se enfatiza en la importancia de la transmisión de estos valores para las generaciones futuras.

En el cuarto capítulo se reflexiona sobre el papel de la disciplina del diseño como un fenómeno de la cultura, que se vincula con la antropología cultural, desde una perspectiva social que posibilita inferir que el diseño integra un pensamiento proyectual como su esencia y al objeto diseñístico como su existencia; así, este capítulo propone establecer una base para comprender la disciplina desde su dimensión social y cultural, donde se reconoce el impacto en la vida cotidiana de los grupos sociales.

La quinta investigación presenta diversas reflexiones de la arquitectura, en torno a la importancia del patrimonio histórico y contemporáneo de inmuebles; de esta forma, se presenta el reconocimiento de valores teóricos y tecnológicos a partir de un análisis documental de fuentes históricas que recuperan teorías y fundamentos históricos para el estudio de los valores aplicables a los procesos de restauración.

En el sexto avance de investigación se reflexiona sobre las interacciones culturales que posibilitan la creación de obras visuales que, desde un fundamento teórico intercultural, posibilita identificar patrones y tendencias estilísticas, así como expresiones simbólicas; lo anterior, a través de técnicas de análisis visual y contextual que permiten destacar a la multiculturalidad como inspiración que propicia el entendimiento y la apreciación de la diversidad cultural en el mundo.

El séptimo capítulo contempla reflexiones en torno al papel de la estética como una dimensión dual, con la inteligencia artificial que, de acuerdo con esta propuesta, impulsa la innovación y la eficiencia en el desarrollo de productos de diseño industrial

con una perspectiva funcional, social y ética. Esta propuesta se elabora desde una revisión bibliográfica de casos de estudio, un análisis crítico y reflexivo para la elaboración de prácticas éticas de la producción estético-objetual.

En el octavo, se reconoce al diseño como un aliado para la implementación de la Perspectiva de Género en los ámbitos cotidianos, ya que se reflexiona en la perspectiva conceptual de la disciplina, que va más allá de la aplicación de los objetos bi y tridimensionales en la sociedad, identificando la trascendencia del diseño para captar las necesidades de un grupo social, traduciéndolas en representaciones simbólicas que accionen protocolos en el desarrollo de una cultura de género.

El noveno avance de investigación propone reflexionar sobre los métodos de diseño desde una argumentación que privilegia la solución de problemas desde la satisfacción de las necesidades sin convertirse en una máquina de consumo, sino que genere identidad bajo un contexto social, ambiental y económico; asimismo, propone un marco dinámico para la práctica del diseño que entienda su acción como una intervención de la realidad.

Sobre las expresiones de cultura actual, el décimo avance de investigación sugiere elementos en los procesos de diseño, desde un análisis de la manga japonesa en la narrativa de ciertos contextos y su uso en el proceso de diseño, empleando un *storytelling* como guion gráfico, a fin de incluirse en el proceso de creación en el diseño, que posibilita respetar la estructura y el contexto cultural japonés para una adaptación a otros contextos.

Para cerrar esta obra, se presenta una investigación que discute sobre las necesidades humanas psicoafectivas; se muestran resultados sobre la importancia de la identidad de los seres humanos como seres gregarios, debido a diversos intereses, como la lectura, el cine o debido a factores socioculturales de diversas regiones, que actualmente se han extendido debido a la comunicación o a la interconectividad de internet; en este trabajo se identifica a un grupo de fans de *anime*, denominados “otakus”, específicamente se dirige a las expresiones culturales, desarrolladas a través del coleccionismo de juguetes y la memorabilia, como elementos generadores de identidad cultural.

Los temas tratados en esta obra se identifican como detonadores de reflexiones, aportaciones metodológicas y de aplicación disciplinaria del diseño industrial, gráfico

y arquitectónico a las identidades culturales tradicionales y actuales, así como a las expresiones de la diversidad y el patrimonio, lo que posibilita la generación de conocimiento pertinente para el desarrollo de los grupos sociales desde enfoques locales, regionales e internacionales.

María del Pilar Alejandra Mora Cantellano

PRIMERA PARTE

IMPACTO DEL DISEÑO EN
COMUNIDADES, DESDE SUS
EXPRESIONES CULTURALES Y MEMORIA
HISTÓRICA

I. EL DISEÑO COMO HERRAMIENTA PARA REVIVIFICAR LA ARTESANÍA A TRAVÉS DE LA INNOVACIÓN SOCIAL

*Gudiana Loza Flores**

*María del Pilar Alejandra Mora Cantellano***

INTRODUCCIÓN

Al destacar el potencial del diseño industrial desde la perspectiva de la innovación social como herramienta fundamental para coadyuvar en el desarrollo de la actividad artesanal en México y Latinoamérica, se busca enfatizar la capacidad de esta disciplina para abordar los desafíos que enfrentan los artesanos en la actualidad, como la falta de planeación y herramientas para la configuración de sus productos, la poca intervención de la innovación y la mínima valorización de la identidad cultural como instrumento destacado para potencializar dicha configuración.

Se concibe el proceso de interacción de la artesanía y el diseño, mediante un diálogo que conjugue los saberes tradicionales y la memoria histórica con un enfoque social del diseño. En este trabajo se identifican fundamentos sociales, históricos y del diseño para analizar este fenómeno desde una teoría social que enfatiza la importancia de la realidad latinoamericana, posibilitando explicar su contexto a través de priorizar las necesidades y cualidades de este sector de la sociedad para posibilitar su desarrollo, destacando los aspectos identitarios de los actores involucrados; del mismo modo, se plantea la importancia del diseño como profesión generadora de objetos o productos, que ayuda a definir aspectos estéticos, de uso, funcionales e incluso productivos de dichos objetos, lo que ayuda a incrementar su valor. Por medio de éste se crean nuevas propuestas y soluciones que pueden desencadenar tendencias; así, se destaca la acción del diseño como herramienta para la revitalización de la artesanía, su capacidad para abordar los procesos de configuración, producción y comercialización de este sector,

* Estudiante de la Maestría en Diseño de la Facultad de Arquitectura y Diseño, Universidad Autónoma del Estado de México, glozaf001@alumno.uaemex.mx

** Profesora-Investigadora de Tiempo Completo de la Facultad de Arquitectura y Diseño, Universidad Autónoma del Estado de México, pmorac@uaemex.mx

así como para promover su desarrollo a través de innovaciones que contribuyan al fortalecimiento, en un proceso colaborativo de los artesanos y diseñadores donde se elaboran propuestas sociales como la de innovación social, que promueve la interacción de los actores en contextos específicos desde un reconocimiento y valoración de los conocimientos y tradiciones para coadyuvar en un desarrollo sostenible de la artesanía mexicana, tanto en el mercado regional como en el nacional y en el internacional.

La relación entre la filosofía de la liberación y algunos enfoques sociales del diseño permiten establecer conexiones para que los diversos actores sociales planteen objetivos comunes, como el caso del diseño de productos y la producción artesanal en comunidades de origen étnico, cuya riqueza cultural se conserva aún en las identidades tradicionales vertidas en actividades productivas tradicionales. Se profundiza en el enfoque de innovación social, que integra la diversidad cultural y reconoce la riqueza de memorias, tecnologías, expresiones y prácticas que caracterizan a las distintas comunidades artesanales.

Así, el trabajo describe las interacciones del enfoque de la filosofía de la liberación como un marco conceptual fundamental para el diseño social; asimismo, se analiza el contexto de la artesanía y su relación con la innovación social desde la disciplina del diseño industrial, estableciendo algunas premisas para promover el proceso de codiseño y coadyuvar, desde este enfoque, en el desarrollo de comunidades artesanales, para lo cual se emplea como estudio de caso al área de orfebrería tradicional por su relevancia económica y sociocultural en algunas regiones de México.

MÁS ALLÁ DE LA DEPENDENCIA: LA FILOSOFÍA DE LA LIBERACIÓN

En la filosofía de la liberación, descrita por Dussel (1984), se identifica a América Latina como la “otredad” en el escenario global, relegada a una posición periférica en el sistema mundial. El autor plantea que esta situación, lejos de ser natural, es producto de una larga historia de dependencia y de una “desigualdad centenaria en los términos del intercambio internacional” (p. 12). Esta asimetría se manifiesta en diversos ámbitos como rezago económico, dependencia tecnológica, marginación y subvaloración cultural, además de brechas sociales abismales en la distribución de los ingresos, el acceso a la educación y a la salud. Las raíces de esta situación se encuentran en la colonización europea y la posterior imposición de sistemas políticos

y económicos, que ignoraron y desvalorizaron los saberes y cosmovisiones de los pueblos originarios. Dussel (1996) apunta que “la filosofía colonial latinoamericana se cultivó en la periferia hispánica” (p. 22), y se erigió como una herramienta ideológica al servicio del poder dominante, cuya finalidad era legitimar el orden social y político establecido, ocultando la opresión y abusos que sufrían los pueblos indígenas.

El colonialismo dejó una profunda huella en las naciones de América Latina, incluyendo México, marcando su identidad y autoconcepto; aún hasta nuestros días perdura una sombra de subordinación, dependencia y percepción de inferioridad frente a nuestra propia cultura. Como un contrapunto, se identifica a la filosofía de la liberación como una alternativa crítica y emancipadora, que busca romper con la dependencia del centro, por medio de la construcción de un pensamiento propio, fundamentado en las realidades y experiencias de los pueblos latinoamericanos, cambiando así las estructuras de poder e impulsando procesos de transformación social que conduzcan a la construcción de sociedades más equitativas.

De esta manera, es posible romper con las percepciones coloniales y construir un futuro que se nutra de una perspectiva propia, al igual que la realidad y las ideologías. Es decir, dejar de lado el modelo de progreso importado, creando un progreso que respete su diversidad cultural, revalore su riqueza ancestral e impulse el bienestar de sus comunidades; de esa forma, América Latina podrá alcanzar un desarrollo justo, sostenible y que preserve su esencia única, un desarrollo que no signifique la pérdida de su identidad.

Aunque en Latinoamérica, incluyendo México, se depende en gran medida de tecnologías desarrolladas en países centrales, situación que en muchos casos limita su capacidad de innovación y crecimiento autónomo, no en todos los rubros productivos, como el caso de la artesanía, impide o limita su producción, ya que como se destaca son productos cuyo valor principal radica en su identidad y esencia y memoria histórica.

La artesanía mexicana surge de una comprensión profunda del entorno y las costumbres; los artesanos dominan las técnicas ancestrales y comparten conocimientos, técnicas y experiencias por medio de la materialización de sus piezas. La artesanía se define como “un objeto de identidad cultural, elaborado manualmente utilizando materia prima de la región donde habita el artesano” (Gobierno de México, 2014, s/p). Así, el oficio de la artesanía en México, lejos de verse limitado por la dependencia

tecnológica, puede convertirse en un pilar de innovación y crecimiento autónomo, debido a la rica herencia cultural y a la conexión con las tradiciones artesanales.

A pesar de esa fortaleza, el sector artesanal se enfrenta a diversos desafíos que amenazan su continuidad y crecimiento, el más apremiante quizás sea la subvaloración económica del producto artesanal, lo que genera una economía vulnerable para los artesanos. El Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (Fonart) evidencia la pérdida de los oficios tradicionales debido a dicha vulnerabilidad: “El hecho de que la producción artesanal no genere una ganancia constante que permita a los artesanos en pobreza mejorar sus condiciones de vida, es una de las razones por las que muchos de ellos han preferido dejar el oficio” (Fonart, 2010, p. 15).

Papanek (1971) es uno de los autores que defiende la importancia de los procesos creativos innovadores como clave para el desarrollo de productos que promuevan la cultura y la economía de una región; es preciso revalorizar el conocimiento acumulado a lo largo del tiempo por los artesanos, y hacerles notar que ellos mismos son los más calificados para participar en el desarrollo de su comunidad. La falta de innovación en la artesanía puede verse reflejada en problemas como:

- Estancamiento temporal y desconexión con las nuevas tendencias del mercado y los consumidores actuales, dificultades para competir en el mercado global por la falta de innovación y diferenciación, en un mundo donde los consumidores buscan productos novedosos, creativos y que respondan a las tendencias del momento.
- Pérdida de aprecio del valor cultural de la artesanía, este fenómeno complejo y de causas múltiples pone en riesgo la supervivencia de este valioso patrimonio y amenaza con erosionar la memoria histórica.
- Pone en riesgo la supervivencia de los artesanos mexicanos, ya que la demanda de sus productos disminuye, obligando a un gran número de artesanos a abandonar su oficio.

RAÍCES CULTURALES E IDENTITARIAS: EL DISEÑO SOCIAL COMO PUENTE

En cada cultura, los símbolos actúan como vehículos de comunicación, transportando mensajes y significados que son ampliamente reconocidos por sus miembros; según

Giménez (2005), la cultura juega un papel crucial en la teoría de las identidades, ya que sirve como marco de referencia para la construcción de éstas. La cultura, un concepto complejo y fundamental para comprender la diversidad humana, “es la organización social del sentido, interiorizado de modo relativamente estable, y objetivado por los sujetos en forma de esquemas o representaciones compartidas, y objetivado en <<formas simbólicas>>, todo ello en contextos históricamente específicos y socialmente estructurados” (Giménez, 2005, p. 5).

Más allá de un simple sentido de pertenencia, la identidad cultural se erige como fuente de orgullo, autoestima, resistencia y resiliencia para individuos y comunidades. En el caso de México, la identidad latinoamericana, lejos de ser una mera etiqueta, representa un complejo entramado de historia, tradiciones y valores que han sido moldeados por diversos procesos históricos y sociales; la perspectiva eurocentrista ha influido en gran medida, a pesar de ser una perspectiva reduccionista como bien señalan Luis Villoro y Gilberto Giménez, pues ignora la riqueza y complejidad de las culturas latinoamericanas, relegándolas a una posición de inferioridad. Autores como Ramos (1994) han analizado este fenómeno a través de conceptos como la “trasplatación” y la “asimilación” de la cultura española en Latinoamérica durante la época colonial. Esta imposición cultural, con la lengua y la religión como pilares fundamentales, ha dado lugar a la idea de una “cultura criolla” oprimida por los conquistadores.

Lo anterior ha perpetuado una visión distorsionada, utilizando el eurocentrismo como herramienta para minimizar el valor de las propias culturas. Sin embargo, gracias al proceso dinámico de la identidad colectiva se puede abrir la puerta a la construcción de una identidad latinoamericana y, en particular, mexicana, que represente genuinamente a sus habitantes y sirva como detonador de resistencia y empoderamiento de las tradiciones culturales.

En palabras de Ramos (1994), nuestra identidad se encuentra, en cierta medida, “encerrada dentro del marco europeo” (p. 67). Heredamos de la colonización española no sólo la lengua y las costumbres, sino también una visión del mundo que, sin ser la nuestra, ha moldeado nuestro destino de forma no siempre positiva, pues “un mismo sentido vital en atmósferas diferentes tiene que realizarse de diferente manera” (p. 67). Es hora de reconocer que la identidad latinoamericana no es una mera réplica de la europea, sino un complejo mosaico cultural con una esencia propia. Aceptar esta realidad implica abrazar la riqueza de nuestra herencia multicultural.

La artesanía no sólo refleja la identidad cultural, también la refuerza y la transmite a las nuevas generaciones, a través de la creación y el disfrute de objetos artesanales; los individuos se conectan con sus raíces, fortalecen su sentido de pertenencia y valoran su legado cultural. Cuando una comunidad se encuentra unida por una fuerte identidad cultural, emerge poderosa y con capacidad para resistir y también para abrirse paso hacia un futuro próspero; de manera contrastante, un miembro de un grupo vulnerable puede verse afectado negativamente en su desarrollo personal debido a las barreras que enfrenta en el acceso a oportunidades educativas, laborales y sociales. Como bien señala Giménez (1997), “la percepción negativa de la propia identidad genera frustración, desmoralización, complejo de inferioridad, insatisfacción y crisis” (p. 21).

La teoría de la identidad social, tal como la exponen Canto Ortiz y Moral Toranzo (2005), subraya el papel fundamental que juega la pertenencia a grupos sociales en el desarrollo de la identidad individual. Según estos autores, Tajfel (1959) señala que la identidad social surge cuando las personas se agrupan y se identifican con un grupo en particular, lo que les otorga un sentido de pertenencia y significado; la identidad social no es sólo una etiqueta o categoría a la que se pertenece, sino una parte integral del autoconcepto, pues éste se construye y reconstruye constantemente a través de las interacciones entre diversos grupos, influyendo así en sus actitudes, creencias y comportamientos, motivando a cooperar o competir con otras personas y agrupaciones, pues la identidad también explora el prejuicio, la discriminación y las relaciones entre diferentes grupos sociales (Canto Ortiz y Moral Toranzo, 2005).

Existe una interacción dinámica entre la cultura y la identidad, en la que cada elemento moldea o influye en el otro; para comprender la identidad es necesario sumergirse en el contexto cultural que fomenta su desarrollo, y para apreciar las complejidades de una cultura es necesario explorar las identidades que residen dentro de ella. Así, la diversidad cultural surge de la coexistencia de distintos grupos sociales, donde cada uno posee una identidad cultural única que lo distingue del resto; de este entramado de culturas emergen diversos grupos sociales con sus propias identidades culturales (Giménez, 2005), dando paso a realidades colectivas con una comprensión compartida, expresada a través de instituciones, reglas, tradiciones, actividades, conocimientos, bienes y servicios, cargados de significados simbólicos y en acuerdo con la memoria histórica de cada región.

Se entiende que esta memoria histórica se enfoca en la reconstrucción precisa y objetiva del pasado, mientras que la colectiva se centra en la interpretación y reinterpretación de éste por parte de un grupo en el presente, haciéndola de ese modo un concepto social histórico (Mora Cantellano y Ávila Ochoa, 2024). Entonces, la memoria histórica se convierte en un recurso fundamental para el conocimiento de lo significativo del pasado, y de esa manera se trabaja para prevenir lo que no se desea repetir en el presente y construir una sociedad con valores, como la justicia social y la conciencia ciudadana. Al comprender esto, podemos darnos cuenta de que la memoria colectiva basada en la memoria histórica juega un papel crucial en la transmisión de valores y la construcción de la identidad social.

La artesanía, como expresión viva de la identidad cultural, se convierte en un objeto de interacción con el diseño, que desde la propuesta social de Papanek (1971), define la configuración de objetos cargados de simbolismo y tradición. Las ideas de este autor son pilares para comprender el diseño social, pues afirma que “diseñar es el esfuerzo consciente para establecer un orden significativo” (p. 19), y esto no sólo implica un método, sino también una profunda consideración ética para lograr crear “ecosistemas (sociales, económicos y tecnológicos) en los que puede surgir esa capacidad difusa para el diseño, aumentar su destreza y dar vida a distintos procesos” (p. 58) e innovaciones para cocrear comunidades más prósperas por medio del desarrollo de habilidades configurativas.

El diseño social, como lo percibe este autor, es un enfoque transformador que busca mejorar la calidad de vida de las personas, especialmente las más vulnerables, a través de un diseño responsable, accesible, participativo y empoderador. Un diseño que se convierte en herramienta para el cambio social y el desarrollo sostenible, que ayude a reducir la desigualdad por medio de “crear un conjunto de diseñadores estrechamente comprometidos a su propio legado cultural, su propio estilo de vida, y sus propias necesidades” (Papanek, 1971, p. 82), lo que convierte al diseñador experto en un agente de cambio, activista y promotor cultural en busca de resultados prácticos para lograr cambios sistémicos en producciones tradicionales como la artesanal, que satisface necesidades prácticas y también contribuye a la construcción de comunidades más prósperas, fomentando la cohesión social y preservación del patrimonio cultural.

Como señala Campi (2020), las definiciones académicas de diseño se formularon hace décadas, cuando se le asociaba principalmente con dar forma a la cultura material; sin embargo, actualmente el diseño abarca mucho más que la mera forma

y su conexión con los procesos de industrialización. Esta autora afirma que el diseño implica la “materialización de propuestas simbólicas basadas en datos funcionales y tecnológicos” (Campi, 2020, p. 18). Es así, que, a través de sus contribuciones transformadoras, los diseñadores desempeñan un papel fundamental en la vanguardia de la creación cultural.

El diseño, desde un enfoque de innovación social, puede ser un poderoso instrumento para abordar problemas sociales y mejorar la calidad de vida de las personas. Ese enfoque se plantea para y desde la comprensión profunda de las necesidades específicas que enfrentan las comunidades; para que éste sea efectivo, es fundamental sumergirse en los contextos y realidades de los grupos con los que se interactúa, ya que sólo a través de esta profunda comprensión se pueden crear soluciones relevantes y contextualizadas que tengan un impacto real y positivo en la vida de las personas. Este enfoque se caracteriza porque involucra activamente a las comunidades en el proceso de codiseño, en el que se respeta y valora la diversidad cultural y las diferentes formas de vida que ésta conlleva.

DE LA INTUICIÓN A LA INNOVACIÓN: EL CODISEÑO, UNA SINERGIA PARA LA INNOVACIÓN SOCIAL

Manzini (2015) opina que “el diseño entendido como solución de problemas coexiste con el diseño como creador de sentido en una total interacción, en una mutua influencia, pero sin que ninguno llegue a depender del otro” (p. 45). El codiseño, entendido como un enfoque de diseño participativo, funciona de manera similar, enfatiza la colaboración y la interacción entre diseñadores, usuarios y partes interesadas durante todo el proceso de diseño, sin que uno llegue a depender del otro; de esta forma, contribuye a acercar la brecha entre el mundo técnico del diseño y el mundo social de la vida cotidiana.

Es poco realista pensar que los artesanos no proyectan sus piezas antes de elaborarlas; el ser humano tiene la capacidad de proyectar para resolver sus necesidades. Desde la prehistoria, se han creado herramientas, artefactos, refugios y otros objetos, guiados por la observación del entorno; así, se han identificado problemas y oportunidades y generado soluciones funcionales a través de la creatividad. Esta capacidad innata de proyectar, según Manzini, convierte a todos en “diseñadores”, aunque se haga de

manera informal y espontánea, proceso que se define como diseño difuso, el cual “es puesto en marcha por <<inexpertos>>, que hacen uso de su capacidad natural para el diseño, mientras que los expertos en diseño son personas formadas para actuar como tales de manera competente” (Manzini, 2015, p. 47).

Este diseño difuso se caracteriza porque puede estar presente en todos los ámbitos de la vida cotidiana, desde la forma en que se organiza el espacio hasta la manera en que se interactúa con la tecnología; no se basa en metodologías o procesos formales de diseño, sino que surge de la experiencia y la intuición individual, buscando soluciones prácticas a los desafíos del día a día. Por medio de la guía del diseñador experto, quien ha recibido una formación académica formal que le proporciona un profundo conocimiento de los principios, teorías y metodologías del diseño y que le permite abordar proyectos complejos de manera sistemática y rigurosa para crear soluciones innovadoras y funcionales a través de habilidades de análisis, síntesis, innovación, evaluación y toma de decisiones, el diseñador difuso podría potenciar su impacto y alcanzar soluciones más robustas y sostenibles.

El diseñador experto puede proveer al diseñador difuso un marco metodológico que le permita organizar sus ideas, enfocar sus esfuerzos y evaluar sus resultados de manera más efectiva; puede guiarlo en un análisis profundo de los problemas, considerando diferentes perspectivas y factores relevantes para encontrar soluciones más integrales; también puede ayudarlo a observar aspectos que podrían haberse pasado por alto, como la ergonomía, la gestión, la accesibilidad, la innovación, la sostenibilidad o el impacto social. En cuanto a la relación entre los artesanos y los diseñadores, hay que señalar que ésta puede ser compleja, pues los diseñadores pueden priorizar la innovación, la originalidad y la adaptación a las tendencias del mercado, mientras que los artesanos pueden preferir la autenticidad, la calidad y la preservación de las técnicas tradicionales, pero por esos mismos motivos llega a ser también muy enriquecedora, ya que ambos aportan habilidades y conocimientos complementarios. Los artesanos poseen un profundo conocimiento de las técnicas tradicionales y de la identidad cultural, mientras que los diseñadores aportan herramientas y metodologías para la innovación y la comercialización; sin embargo, lo más importante es construir relaciones de confianza y respeto mutuo para que esta colaboración sea exitosa.

Así, se puede estimular la creatividad del diseño difuso a través de técnicas como la lluvia de ideas o el pensamiento lateral, con lo cual se generan nuevas perspectivas y soluciones innovadoras, y se ayuda al diseñador difuso a comunicar sus ideas de

manera clara y efectiva a diferentes públicos, como clientes, colaboradores o usuarios finales. La sinergia entre el diseño difuso y la guía del diseñador experto puede generar resultados extraordinarios, pues la combinación de la intuición y la experiencia puede dar lugar a ideas novedosas y soluciones inesperadas que rompen con los paradigmas tradicionales y solucionan problemas puntuales.

El diseño difuso, al ser un proceso mayormente participativo y abierto, puede ser guiado por el diseñador experto para fomentar la apropiación del diseño por parte de las comunidades, empoderándolas para crear soluciones que respondan a sus propias necesidades y resalten su identidad y fortalezas. De esa manera, se puede aportar a la ampliación del diseño, haciéndolo más accesible, más relevante y para un público más amplio; es una sinergia que vale la pena explorar, ya que puede generar resultados muy enriquecedores, alcanzando así un mayor impacto social.

El diseño para la innovación social, como lo define Manzini (2015), “es todo aquello que el diseño experto hace para activar, mantener y orientar los procesos de cambio social que llevan a la sostenibilidad” (p. 81). Las personas afectadas por problemas como la subvaloración económica del producto artesanal son los expertos en sus propias necesidades y deseos, lo que los convierte en actores clave en la cocreación de soluciones junto con los diseñadores expertos.

El codiseño no es un proceso unidireccional, sino una aventura colaborativa que reúne a actores sociales diversos con conocimientos, habilidades y perspectivas, y los lleva de ser simples receptores de soluciones a ser participantes activos que moldean el diseño desde su inicio hasta su culminación. Es un esfuerzo conjunto que involucra a usuarios, diseñadores, expertos y otros actores relevantes, en donde cada uno aporta su visión, experiencia y conocimientos para enriquecer el proceso y los resultados hasta llevarlos a alcanzar un producto óptimo. Las ideas se van refinando por medio de la diversidad de perspectivas y la colaboración abierta; de esta manera, se estimula la creatividad y se propicia la generación de ideas novedosas a través de pruebas, retroalimentación y ajustes, con lo cual se busca la convergencia en un diseño satisfactorio que cumpla con los objetivos establecidos y dé paso a soluciones duraderas y adaptables a los cambios.

El codiseño fortalece los lazos entre diferentes actores sociales, pues fomenta la confianza y colaboración mutuas; diseñadores expertos y diseñadores difusos tienen el potencial de unir fuerzas para crear un futuro más justo, equitativo y sostenible a través del poder transformador de la innovación social.

Manzini (2015) propone un futuro donde la innovación social y la innovación técnica se entrelazan, dando vida a soluciones que no sólo son útiles, sino que también transforman la manera en que vivimos y pensamos, “la convergencia de la innovación social y de la innovación técnica interactúa con la gente, con su manera de ser y de pensar, y el resultado es una innovación cultural que evoluciona con aquellas” (p. 48). Esta fusión no sólo crea sistemas jerárquicos horizontales, también evoluciona con las personas, ya que se adapta a sus necesidades y aspiraciones, crea un punto de equilibrio entre las necesidades locales y la razón de ser de los proyectos con el contexto global, asegurando que sean relevantes para las comunidades sin perder de vista el panorama general.

Así, el diseño para la innovación social se nutre del conocimiento compartido a través de procesos de participación abierta que involucran a diversos actores de manera horizontal, voluntaria y transparente, donde se respetan y valoran la diversidad y la inclusión, y se aprovecha la riqueza de sus perspectivas. De esta forma, el diseño experto se convierte en un aliado en este proceso cooperativo, contribuyendo a conseguir el cambio social a través de soluciones innovadoras y efectivas, que cubran necesidades reales y contribuyan al bienestar de las comunidades de manera respetuosa y duradera.

**Figura 1. Taller de orfebrería del sótano textil del
Centro de Artes de San Agustín Etlá**



Fotografía: Gudelia Loza (2024).

El diseño para la innovación social trata de fomentar una cultura capaz de comprender y potenciar los encuentros colaborativos; de promover el entendimiento mutuo y la capacidad de percibir las necesidades, expectativas y emociones de las personas involucradas; de crear empatía y construir relaciones de confianza, para así imaginar nuevos escenarios y posibilidades por medio de la innovación y las soluciones creativas, brindando herramientas y metodologías para que los participantes puedan interactuar de manera efectiva, compartir conocimientos, ideas y experiencias con la finalidad de lograr cambios positivos (Manzini, 2015, p. 121).

CONCLUSIONES

Es fundamental reconocer la importancia de la identidad cultural como elemento esencial para el desarrollo individual y colectivo. Sólo a través del aprecio y la comprensión de las raíces de los pueblos es posible construir un futuro próspero y equitativo, libre de las ataduras de visiones reduccionistas y colonialistas.

La identidad cultural, al no ser un elemento estático, sino algo que se encuentra en constante evolución, puede ser un faro de esperanza y empoderamiento para los grupos que han sido relegados, por medio del reconocimiento y la celebración de su herencia cultural única, permitiendo que los seres humanos que los integran puedan encontrar la fuerza y la resiliencia necesarias para superar las adversidades y construir un futuro mejor.

En un mundo globalizado, es necesario promover políticas públicas que apoyen la artesanía, fomentar la educación en diseño y sensibilizar al público sobre el valor de la identidad cultural y la artesanía. El diseño juega un papel crucial en esta revalorización de la artesanía; los diseños que respeten la identidad cultural, la calidad de los materiales y la tradición artesanal pueden contribuir a posicionar la artesanía como un producto de alto valor cultural y estético, usando la identidad como impulso para la innovación.

La memoria histórica, lejos de ser una mera recopilación de datos, se transforma entonces en una herramienta indispensable para construir un futuro más justo y equitativo. Al comprender las injusticias del pasado, se podrá trabajar para prevenirlas en el presente y edificar una sociedad más justa para todos; en este proceso, la memoria colectiva juega un papel crucial, pues a través de ella la memoria histórica, lejos de ser una mera recopilación de datos, se transforma en una herramienta indispensable para construir un futuro más justo y equitativo. En este proceso, la memoria colectiva juega un papel crucial, pues a través de ella las comunidades comparten su historia, luchas, logros y legados, lo que fortalece el sentido de pertenencia y la cohesión social. Por lo tanto, ambas memorias se convierten en estructuras fundamentales para el desarrollo de comunidades más fuertes, unidas y resilientes.

El diseño, cuando se aborda desde un enfoque de innovación social, se convierte en una herramienta fundamental para comprender las necesidades de las comunidades y cocrear soluciones relevantes y contextualizadas que tengan un impacto positivo en su calidad de vida, necesidades y aspiraciones.

El codiseño, como enfoque participativo, es esencial para el éxito del diseño y para la innovación social, ya que este proceso permite a las comunidades compartir sus conocimientos, experiencias y perspectivas, enriqueciendo el proceso de diseño y asegurando que las soluciones sean apropiadas para el contexto local y la fortaleza de su identidad cultural. La sinergia del diseño difuso y diseño experto permite abordar proyectos complejos de manera estructurada, considerando aspectos como la ergonomía, la accesibilidad, la innovación y la sostenibilidad; entonces, la colaboración entre diseñadores difusos y expertos puede generar ideas que permitan abrir nuevas posibilidades y explorar enfoques no tradicionales para analizar problemas, desafiando los límites del pensamiento convencional.

La innovación en la artesanía mexicana no significa renunciar a sus raíces, sino reinterpretarlas y adaptarlas a las demandas del presente. Esta renovación permitirá conectar con un público más amplio y asegurar la supervivencia de este arte para las futuras generaciones. Al abrirse a nuevas tendencias, los artesanos podrán crear piezas con mayor demanda y valor comercial, lo que redundará en mejores condiciones de vida para ellos y un impulso a la economía local. Adaptarse al presente sin perder la identidad de la tradición es un punto clave para fortalecer el legado cultural de lo artesanal.

Los artesanos, inspirados en su identidad cultural, son capaces de innovar y crear nuevas piezas que reflejan las realidades actuales de su comunidad. Esta capacidad de adaptación y renovación es fundamental para la supervivencia y el florecimiento de la artesanía, ya que ésta, como expresión de identidad, también es dinámica y se adapta a los nuevos tiempos sin perder su esencia. En este sentido, la artesanía se convierte en una fuente de orgullo y resistencia cultural, especialmente en contextos donde la identidad se ve amenazada por procesos de globalización o aculturación, pues permite a las comunidades reafirmar su identidad, defender su patrimonio y mantener viva su memoria colectiva.

El diseño para la innovación social tiene el potencial de transformar la manera en que los y las diseñadoras industriales interactúan con grupos sociales que transforman objetos con identidad y memoria histórica, cocreando soluciones que no sólo son útiles, sino que también son respetuosas, duraderas y que fomentan la inclusión y la valoración de la diversidad cultural a través de estrategias puntuales que retoman lo descrito y posibiliten abordar diversos estudios de caso de producción artesanal, que como se ha descrito permite aportar elementos configuradores basados en la memoria histórica, la identidad y la tecnología apropiada a la región.

REFERENCIAS

- Campi, I. (2020). *¿Qué es el diseño?* Gustavo Gili.
- Canto Ortiz., J. y Moral Toranzo, F. (2005). *El sí mismo desde la teoría de la identidad social*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1457431>
- Dussel, E. (1984). *Filosofía de la producción*. Nueva América. <https://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/otros/20120227031031/filo.pdf>
- Dussel, E. (1996). *Filosofía de la liberación*. (Cuarta Edición). Nueva América. <https://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/otros/20120227024607/filosofia.pdf>
- Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (Fonart). (2010). *Diagnóstico de la capacidad de los artesanos en pobreza para generar ingresos sostenibles*. https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/107967/Diagnostico_FONART.pdf
- Giménez, G. (1997). *Materiales para una teoría de las identidades sociales*. 9. <https://frontera-norte.colef.mx/index.php/fronteranorte/article/view/1441/891>
- Giménez, G. (2005). *La cultura como identidad y la identidad como cultura*. https://sic.cultura.gob.mx/ficha.php?table=centrodoc&table_id=70
- Gobierno de México. (23 de septiembre de 2014). *Catálogo de artesanía mexicana*. Portal anterior Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías. https://www.gob.mx/portal_anterior_fonart/documentos/catalogo-de-artesania-mexicana#:~:text=Una%20artesan%C3%ADa%20es%20un%20objeto,regi%C3%B3n%20donde%20habita%20el%20artesano.
- Manzini, E. (2015). *Cuando todos diseñan. Una introducción al diseño para la innovación social* (Primera). Experimenta Libros.
- Mora Cantellano, M. del P. A., y Ávila Ochoa, A. M. (2024). La silla popular como memoria colectiva, recurso del patrimonio cultural de las regiones. En María del Pilar Alejandra Mora Cantellano, María Gabriela Villar García, y Ana Aurora Maldonado Reyes (eds.). *Agendas de investigación del diseño para la gestión y conservación de la cultura*. Universidad Autónoma del Estado de México, pp. 11-25). <http://hdl.handle.net/20.500.11799/140575>
- Papanek, V. (1971). *Diseñar para el mundo real. Ecología humana y cambio social*. H. Blume Ediciones.
- Ramos, S. (1994). *El perfil del hombre y la cultura en México*. Colección Austral Mexicana.

II. PREÁMBULO PARA LA GESTIÓN DE ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE NEOARTESANÍAS TEXTILES EN MÉXICO

*David Ignacio Villada Cerino**
*Ana Aurora Maldonado Reyes***

INTRODUCCIÓN

Al abordar el concepto de neoartesanía se hace referencia a objetos con características propias de la artesanía, junto con elementos de innovación presentes en materiales, técnicas, diseños o la fusión de unos con otros, sumando procesos de elaboración, además de la cocreación entre artesanos y diseñadores, así como otros profesionales. Durante los últimos años, la neoartesanía se ha manifestado a través de diferentes ámbitos artesanales, este capítulo se centra en la creación textil y su gran diversidad de producciones, las cuales conllevan diferentes técnicas usadas desde hace siglos, debido a la multiculturalidad de nuestro país.

Si se analiza el trasfondo de la producción artesanal en México, se evidencian condiciones lamentables que ponen en riesgo su continuidad y desarrollo, como la pobreza y su transmisión intergeneracional, la falta de apoyo gubernamental y la carencia de políticas públicas efectivas. A esto se suman la migración de las nuevas generaciones en busca de mejores oportunidades y la avanzada edad de los artesanos, factores que contribuyen a debilitar aún más el sector. Es aquí donde la neoartesanía puede ofrecer una alternativa que permita a los artesanos acceder a mejores condiciones, preservar sus conocimientos e incorporarlos a piezas contemporáneas que permitan la preservación del patrimonio cultural.

Si bien el concepto de neoartesanía sostiene discusión y debates, y en muchos casos puede resultar poco familiar, no se debe olvidar que la artesanía es una manifestación

* Licenciado en Comunicación, cerinomx@gmail.com

** Doctora en Artes, Facultad de Arquitectura y Diseño, Universidad Autónoma del Estado de México, eurekana@gmail.com

de la cultura y que ésta es un fenómeno dinámico, no estático, lo que significa que es una entidad en constante cambio; así, valdría la pena sumar lo que Novelo (2008) argumenta referente a que la innovación aparentemente choca con el concepto de tradición, pero, por una parte, obliga a entender a las artesanías como conjuntos dinámicos y no estáticos, igual que la cultura de la que forman parte.

Como elemento fundamental para dar a conocer tanto los productos artesanales como los neoartesanales, se tiene la comunicación, principalmente a través de la promoción y difusión. Así, el objetivo de este documento es establecer un marco teórico inicial que sirva como guía para la gestión de estrategias de promoción y difusión de productos textiles neoartesanales, con el fin de contribuir a la preservación del patrimonio cultural. La promoción, además, es parte de las estrategias propuestas por la Organización de la Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) a fin de salvaguardar el patrimonio cultural, que son aquellas expresiones culturales valoradas por una comunidad y que adoptan diversas formas, tanto materiales como inmateriales, dentro de un territorio específico. Éstas constituyen parte de la identidad y poseen un significado importante para una sociedad determinada.

De igual manera, se analiza el papel de la gestión cultural como pieza clave y mediadora para la creación de estas estrategias de promoción y difusión, bajo un carácter sostenible y equitativo, que permita el desarrollo endógeno de artesanos, así como el impulso a neoartesanos y diseñadores de moda mexicanos. Algunos de los puntos que se tocarán en este trabajo parten de un avance de investigación, y son:

- Establecer bases teóricas para la gestión de estrategias de promoción y difusión de productos textiles neoartesanales.
- Comprender la neoartesanía y su origen.
- Presentar casos de producción textil neoartesanal en México y analizar su comunicación de manera general.
- Mostrar el impacto de las estrategias de promoción y difusión en la preservación del patrimonio cultural.
- Explorar el papel de la gestión cultural en la configuración de las estrategias de promoción y difusión.

DE LA CULTURA A LA ARTESANÍA

Para entender el concepto de neoartesanía, es fundamental conocer su origen, ya que no se puede comprender de manera aislada al contexto cultural; por ello, es imprescindible hablar de cultura y de sus manifestaciones tangibles, como la cultura material que resguarda el “valor compartido”. De acuerdo con la UNESCO (2012), la cultura es el:

Conjunto distintivo de una sociedad o grupo social en el plano espiritual, material, intelectual y emocional, comprendiendo el arte y la literatura, los estilos de vida, los modos de vida en común, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias [...] la cultura es el conjunto de rasgos distintivos; espirituales, materiales, intelectuales y efectivos que nos caracterizan como sociedad (p. 10).

De igual manera, en 1982 la UNESCO señaló que

La cultura da al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo. Es ella la que hace de nosotros seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos. A través de ella discernimos los valores y efectuamos opciones. A través de ella el hombre se expresa, toma conciencia de sí mismo, se reconoce como un proyecto inacabado, pone en cuestión sus propias realizaciones, busca incansablemente nuevas significaciones, y crea obras que lo trascienden.

Al enfocar estas definiciones sobre cultura en México, existe la posibilidad de encontrarse con un país pluricultural, en donde “Cada cultura representa un conjunto de valores únicos e irremplazables, ya que las tradiciones y formas de expresión de cada pueblo constituyen su manera más lograda de estar presente en el mundo” (Portilla Luja et al., 2014). Así, para Sánchez Valencia, la cultura surge en el momento en que se asocian tres variables:

Una colectividad, que toma un entorno natural y crea un entorno artificial, [...] es entonces un conjunto estructurado de maneras de pensar, sentir y obrar más o menos formalizadas, que aprendidas y compartidas por una pluralidad de personas, sirven de

modo sígnico y simbólico a la vez para constituir a esas personas en una colectividad particular y distinta (Sánchez, 2003, p. 25).

Por lo anterior, y de acuerdo con Sánchez, la cultura es el sistema de sistemas y la más compleja creación del hombre. A partir de ello, se puede argumentar que la cultura material es la manifestación tangible de la cultura, que expresa las creencias, valores y prácticas de una comunidad. Para Baldus (1947), “es la totalidad de bienes materiales que posee un pueblo para adornarse y vestirse [...], para hacer música y tener diversiones, en resumen, todos los aspectos concretos de una cultura”. (p. 171) Maldonado (2014), por su parte, señala que

La cultura material incluye, [...] todo elemento o sustancia modificada por el hombre [...], el objeto (artefacto) puede entenderse como cultura material, como un discurso formal que surge para representar condiciones culturales específicas y para mediar situaciones sociales que corresponden con ideologías (p. 34).

Así, se observa que la artesanía es parte de la cultural material. Soto de la Rosa et al. (2015) se refieren a las artesanías como:

Objeto o producto de identidad cultural comunitaria hecho por procesos manuales continuos, auxiliados por implementos rudimentarios y algunos de función mecánica que aligeran ciertas tareas [...] objetos de variada calidad y maestría con valores simbólicos e ideológicos de una cultura local [...] su función original puede destinarse para el uso doméstico, ceremonial, ornato, vestuario o bien como implemento de trabajo (p. 14).

Mientras que González et al. (2024) mencionan que “la artesanía tiene la capacidad de preservar, valorar y rescatar los saberes ancestrales, además de ser un medio para encontrar un camino personal y de forma de vida” (p. 177). Bialogorski y Fritz (2021) dicen que constituye “un espacio heterogéneo de producción y reproducción de bienes culturales cuyos bordes se redefinen histórica y socialmente” (p. 3).

Con base en lo anterior, al hablar de artesanía se hace referencia a la producción de objetos únicos hechos a mano, a partir de técnicas tradicionales que se transmiten

de generación en generación; para ello se utilizan materiales naturales y locales, lo que refleja la cultura e historia de la comunidad de la cual proviene. Pese a ello, si se mira el trasfondo de la producción artesanal en México, se podrán observar condiciones que amenazan su continuidad y desarrollo, como la pobreza y su transmisión intergeneracional, las cuales afectan a gran parte de los artesanos, quienes viven con ingresos inferiores al salario mínimo. Además, sus condiciones laborales son deficientes, con largas jornadas y espacios de trabajo inadecuados.

La falta de apoyo gubernamental y la ausencia de políticas públicas efectivas han agravado esta situación, obligando a muchos artesanos a diversificar sus ingresos mediante actividades ajenas a su tradición cultural. Por otro lado, la migración de las nuevas generaciones en busca de mejores oportunidades también representa un riesgo para la preservación de la tradición artesanal, un desafío que se ve acentuado por la avanzada edad de muchos artesanos y la discontinuidad en los programas de apoyo, lo que ha debilitado aún más al sector.

Como indica Gil Tejeda (2002), “puntualizando en el caso mexicano, puede decirse que en México existe actualmente una grave y particular problemática que experimenta el artesano y su taller, que reflejan la urgente necesidad de mejora e incluso de evolución” (p. 336). Estas problemáticas exigen respuestas integrales por parte de diversos actores, desde las instituciones gubernamentales hasta la sociedad en general; de ello nace la necesidad de reflexionar sobre cómo a partir de la promoción y difusión de las neoartesanías textiles se puede contribuir al fortalecimiento del sector.

NEOARTESANÍA

La neoartesanía es una alternativa que, gestionada de manera óptima, puede ofrecer a los artesanos acceder a mejores condiciones de vida, al tiempo que les permitiría preservar y aplicar sus conocimientos en piezas contemporáneas que mantienen vivo el patrimonio cultural inmaterial. Aunque el concepto de neoartesanía crea debates, y puede resultar poco familiar, no debe olvidarse que la artesanía es una manifestación de la cultura, y que es un fenómeno dinámico, no estático; es decir que está en constante cambio.

Así, valdría la pena sumar lo que Novelo (2008) argumenta referente a esto, sobre que la innovación aparentemente choca con el concepto de tradición, pero, por un lado, obliga a entender a las artesanías como conjuntos dinámicos, igual que la cultura de la que forman parte (p. 15). Al hablar de “neoartesanía”, y de acuerdo con Bialogorski y Fritz (2021), se aluda a:

Objetos que presentan las características propias de la artesanía, esto es, la transformación de la materia prima en un alto grado y funcionalidad reconocible, siendo además, una manifestación portadora de una identidad, una cultura y una estética particular. Cuenta simultáneamente con la presencia de un factor tradicional y uno innovador, ya sea en lo que respecta a materiales, técnicas, diseño o a la fusión entre unos y otros, ya sea en relación con los procesos de elaboración, como puede ser por ejemplo la cocreación entre artesanos, artesanos y diseñadores en la mayoría de los casos y otros profesionales (p. 3).

Para las autoras, las circunstancias que dan origen a la neoartesanía son parte de la contemporaneidad, y de lo que ésta involucra, el desarrollo del sistema capitalista, la interacción entre lo global y lo local y la problemática de la sustentabilidad. Bajo este panorama, las artesanías se adaptan a nuevos conceptos de utilidad, a las modas, tendencias, nuevas tecnologías y a los planteamientos acerca de la problemática ambiental. De igual manera, se observa que:

La neoartesanía se refiere a un sistema de producción y concepción de productos que busca dar solución a necesidades actuales reales, relacionándose complementariamente con la industria. Este concepto aboga por la integración de técnicas tradicionales y nuevas tecnologías, con el objetivo de generar productos que mantengan la identidad cultural mientras se adaptan a las demandas contemporáneas. La neoartesanía busca preservar las tradiciones culturales y el respeto por el medioambiente, proponiendo un equilibrio entre forma, función, utilidad y estética (Gil Tejada, 2002, p. 336).

Con base en estas premisas, se puede reflexionar sobre el siguiente cuestionamiento: ¿cómo el producto artesanal puede tener una mayor presencia en la vida cotidiana? Superando la percepción que muchos consumidores tienen de estos objetos como piezas del pasado, relegadas a simples souvenirs o artículos pintorescos que sólo ofrecen una visión fragmentada y difusa de la cultura de un pueblo (Gil Tejada, 2002).

NEOARTESANÍA TEXTIL: REVISIÓN DE CASOS

Si bien es posible encontrar diversas manifestaciones neoartesanales que retoman diferentes ámbitos artesanales, este capítulo se centra en la creación textil y su gran diversidad de producciones, las cuales para su creación conllevan diferentes técnicas usadas desde hace siglos, debido a la multiculturalidad de este país.

Como ya se mencionó, en el ámbito de la neoartesanía es posible encontrar diversos actores que la elaboran. Dentro de la producción textil en México existen casos muy particulares de artesanos y diseñadores que se encuentran realizando este tipo de obras, como Carla Fernández, una de las marcas de moda y textil más reconocidas de México, quien trabaja a la vanguardia de la moda ética, documentando y preservando el patrimonio textil de las comunidades indígenas y mestizas de la mano de 175 artesanas y artesanos de 12 estados de la República, que usan técnicas y procesos tradicionales que derivan en moda contemporánea (Carla Fernández, s. f.). Fernández también ha llevado la comunicación para estos productos a otros niveles, lo que ha permitido generar un ecosistema comunicativo interesante para la difusión y valoración del producto y productor artesanal, así como para su comercialización. Algunas de las acciones que la marca ha realizado han sido las exposiciones, como la más reciente: “Un manifiesto de moda mexicana”; además, la diseñadora ha publicado el libro-arte *Un manifiesto de moda en resistencia* con más de 200 fotografías, en donde se documenta 30 años de colaboraciones creativas y productivas con artesanos mexicanos, así como otros elementos más convencionales, como pasarelas, campañas publicitarias, etcétera.

Otro ejemplo es el diseñador Francisco Cancino, quien dedicó los últimos 12 años de su carrera a la investigación del textil mexicano y su integración en la moda; así, colaboró con más de 45 comunidades indígenas de México, donde desarrolló productos textiles y metodologías de capacitación en diseño, experimentación textil, bordado y rescate iconográfico; ha trabajado con comunidades artesanales no sólo desde el ámbito del diseño, sino también promoviendo la importancia de la gestión empresarial en este sector, pues considera que ésta es fundamental para desarrollar negocios sólidos dentro de la industria de la moda y la artesanía. Además, utiliza el *storytelling* para educar y contextualizar a los consumidores sobre el trasfondo

de sus productos, buscando siempre mantener una narrativa que conecte al diseño contemporáneo con la riqueza cultural de México. Esto le ha permitido destacar en un mercado que valora lo hecho a mano, creando un vínculo con su público objetivo.

PATRIMONIO CULTURAL

La neoartesanía textil emerge como un medio poderoso para la protección y revitalización del patrimonio cultural. Al fusionar tradición con innovación, la neoartesanía no sólo mantiene vivo el conocimiento ancestral, sino que lo proyecta hacia la contemporaneidad, como menciona Gil Tejeda (2020):

El producto artesanal debe reunir utilidad y diseño. Hoy en día la gente no quiere objetos solo por su utilidad, sino también por su diseño. Deseamos objetos bonitos y útiles a la vez [...]; el producto artesano debería venderse como un producto con historia que será renovado para cumplir las exigencias del mercado de hoy (p. 284).

Dicho lo anterior, para el Consejo de Europa (2005), el término patrimonio cultural hace referencia al

Conjunto de recursos heredados del pasado que las personas identifican, con independencia de a quién pertenezcan, como reflejo y expresión de valores, creencias, conocimientos y tradiciones propios y en constante evolución. Ello abarca todos los aspectos del entorno resultantes de la interacción entre las personas y los lugares a lo largo del tiempo (p. 3).

De igual manera, para la UNESCO (2011a) el patrimonio cultural

Es mucho más que solo monumentos y colecciones de objetos, e incluye también tradiciones o expresiones vivas heredadas de generaciones anteriores [...], como tradiciones orales, artes del espectáculo, usos sociales, rituales, actos festivos, conocimientos y prácticas relativas a la naturaleza y el universo, así como saberes y técnicas vinculadas a la artesanía tradicional (p. 3).

En su caso, Giménez (como se citó en Huerto et al., 2022) argumenta que “el patrimonio es, al mismo tiempo, constituido y constituyente de la identidad individual y comunitaria” (p. 6). Lo que quiere decir que es el resultado de los procesos de exteriorización de las sociedades, manifestándose en bienes tangibles o simbólicos. Por ello, la neoartesanía se presenta como una estrategia para la salvaguarda y preservación del patrimonio cultural textil, expandiendo los procesos artesanales hacia nuevos horizontes. Además, como se ha revisado, el patrimonio cultural abarca no sólo objetos tangibles, sino también tradiciones y expresiones vivas o el patrimonio cultural inmaterial, el cual es fundamental para la cohesión de las identidades.

Ahora, por salvaguarda se debe entender como “las medidas encaminadas a garantizar la viabilidad del patrimonio cultural inmaterial, comprendidas la identificación, documentación, investigación, preservación, protección, promoción, valorización, transmisión, básicamente a través de la enseñanza formal y no formal, y revitalización de este patrimonio en sus distintos aspectos” (UNESCO, 2003, p. 4). La salvaguarda es relevante, ya que los procesos de globalización y transformación social, por un lado, generan condiciones para un diálogo renovado entre comunidades, pero también traen graves problemáticas de deterioro, desaparición y destrucción del patrimonio cultural inmaterial, principalmente por la falta de recursos para salvaguardarlo. En este contexto, la promoción y difusión juegan un papel clave al permitir que las neoartesanías textiles se inserten en un mercado global, fortaleciendo su visibilidad y valor cultural, sin perder su identidad ni su raíz tradicional.

LA GESTORÍA CULTURAL

Para lograr una promoción y difusión efectiva y equitativa de las neoartesanías textiles, es necesario contar con herramientas que actúen como intermediarias entre los diversos actores involucrados, aquí es donde la gestoría cultural se presenta como un elemento clave; así, la gestión para Münch (2010) es un sinónimo de administración, pues la autora indica que “existe otro vocablo que se utiliza [...] en lugar de administración (y como traducción del inglés *management*): gestión. En general, administración y gestión significan lo mismo” (p. 3). Con fundamento en ello, la autora define la administración como el “Proceso a través del cual se coordinan

y optimizan los recursos de un grupo social con el fin de lograr la máxima eficacia, calidad, productividad y competitividad en la consecución de sus objetivos” (Münch, 2010, p. 3).

Se hace referencia a un proceso que tiene como finalidad coordinar y optimizar los recursos disponibles en una organización para alcanzar sus metas y objetivos de manera eficiente y efectiva. La administración es una disciplina presente en prácticamente todo el quehacer del hombre. De acuerdo con Münch (2010),

la administración comprende una serie de etapas o fases, lo que se denomina como proceso administrativo, el cual consiste en una serie de etapas consecutivas a través de las cuales se efectúa la administración [...]. Dichas etapas son la planeación, la coordinación, la integración, la dirección y el control (p. 26).

Entonces, si se retoma la definición que se dio al inicio de este capítulo sobre cultura, se puede decir que la gestión cultural es la

labor profesional de quienes ponen en contacto a la cultura con la sociedad [...] implica la utilización de todos los elementos habituales de gestión, pero comprendiendo la especificidad del mundo cultural y las implicaciones que tiene la cultura para la sociedad (Universidad de Piura, 2013).

Bernárdez López (2003) define gestoría cultural como “La administración de los recursos de una organización cultural con el objetivo de ofrecer un producto o servicio que llegue al mayor número de público o consumidores, procurándoles la máxima satisfacción” (p. 5) Además, según este autor, existe una clasificación de organizaciones culturales, dependiendo el objetivo que cada una persiga. Si el propósito de la organización es administrar la carrera de un creador, se podría hablar de una agencia de representación o management. Por otro lado, administrar puede estar relacionado con la asignación de los recursos para realizar una producción; así, las empresas especializadas en este tipo de negocio son las productoras; existen también quienes administran la acción y el efecto de repartir los productos anteriores; se habla de empresas distribuidoras, y de aquellas destinadas a compartir información de bienes o servicios culturales, como agencias especializadas en marketing y comunicación.

Finalmente, argumenta que administrar podría ser una combinación de todas o parte de las anteriores (Bernárdez López, 2003, p. 4).

Para la Universidad de Piura (2013), la labor del gestor cultural radica en hacer siempre presente una determinada parte de la cultura en un espacio específico. Siendo la cultura la visión bajo la cual una determinada comunidad percibe y actúa en el mundo, la gestoría cultural contribuye a hacer presentes estos valores, buscando generar una sociedad cultural que aprecie la cultura, el patrimonio, y que se dé cuenta de que vivir la cultura es una parte importante de la calidad de vida.

De esta manera, la gestión cultural es clave para generar estrategias efectivas de promoción y difusión de la neoartesanía textil, ya que conecta la riqueza cultural con las demandas del mercado contemporáneo; si se asegura la valorización y sostenibilidad de las prácticas artesanales, se pueden diseñar campañas que eduquen al público sobre la importancia y el valor presente en la neoartesanía, o impacten de manera comercial en el consumidor a través de discursos revitalizados. Esto no sólo preserva el patrimonio cultural, también empodera a los neoartesanos, promueve la innovación y asegura la viabilidad económica de estas tradiciones en el mercado nacional e internacional.

PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN

De acuerdo con el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española (s. f.), promoción es el conjunto de actividades orientadas a dar a conocer algo con el objetivo de incrementar su visibilidad o ventas, mientras que la difusión implica transferir o hacer llegar un mensaje a un público. Por lo tanto, al hablar de la promoción y difusión de la neoartesanía textil se hace referencia a la implementación de estrategias que comuniquen su valor y particularidades, ya sea con fines comerciales o culturales, garantizando su presencia en nuevos mercados y audiencias.

Para el caso de México, la promoción y difusión en general de la artesanía y neoartesanía llega a ser informal, decadente, tradicional y aburrida, esto se puede deber a varias razones, una de ellas es no conocer en profundidad a quién se le habla; es decir, existe un desconocimiento del o los segmentos potenciales de mercado con los cuales se debiese establecer un vínculo mediante estrategias integrales de mercadotecnia, comunicación y diseño.

Cuando la UNESCO se refiere a la estrategia de revitalización, ésta no sólo se puede aplicar al objeto o pieza artesanal o neoartesanal, también se puede encontrar en la forma en que se comunican estos objetos, ya que se continúan observando discursos y narrativas que han quedado obsoletas, y que no logran transmitir este “valor” implícito en la producción artesanal y neoartesanal, entendiendo el valor como el grado de utilidad o aptitud de las cosas para satisfacer las necesidades o proporcionar bienestar o deleite; también se puede comprender como el alcance de la significación o importancia de una cosa, acción, palabra o frase, o la cualidad que poseen algunas realidades, consideradas bienes, por lo cual son estimables.

En una entrevista que se sostuvo con Ramsés Viazcán, diseñador industrial de la Universidad Nacional Autónoma de México y Premio Nacional de Diseño 2019, quien ha trabajado con diversos artesanos en múltiples proyectos, se destacó cómo las firmas europeas de lujo generan diversas maneras de comunicar el valor y trasfondo que existe en la producción de sus piezas, como la última exposición de Hermés en la Ciudad de México “Hermés in the making”, una muestra que explora y visibiliza el espíritu de creación e innovación a través de su producción artesanal.

Las grandes casas de moda son artesanales, las grandes firmas de lujo son artesanales. El lujo es la artesanía, porque ¿quién puede pagar tanto dinero por una persona que se gastó 26 horas o más haciendo una pieza? Por eso es el nuevo lujo.

Así, valdría la pena revisar de manera general qué es el lujo; el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española indica que este término corresponde a una elevada categoría, excelencia o exquisitez que posee algo por la calidad de las materias primas empleadas en su fabricación, sus altas prestaciones o servicios, etc.; otra definición indica que es una persona o cosa valiosa, excepcional o extraordinaria, y finalmente, aquello que supera los medios normales de alguien para conseguirlo. Partiendo de ello, ¿no son entonces las artesanías y neoartesanías piezas relacionadas con este concepto? ¿Y no sería importante analizar qué es lo que se pretende que se perciba a partir de la comunicación con el término “artesanía” en México?

Nuestro sector no necesita ser dignificado, la actividad es realmente digna. Necesitamos el reconocimiento, necesitamos la promoción, la inversión de las instituciones. Ningún artesano es indigno. [...] Lo que pedimos que turismo exija en sus reglas de operación,

que haya inversión en la promoción. Es el año del turismo, es el año maya, y no hay una artesanía en ninguna de sus promociones, ni en su publicidad. Entonces lo que necesitamos es que nos vean con otros ojos y que inviertan, porque nuestro trabajo si redunda en beneficio del sector turismo, pero que no nos vean como para dignificarnos. Somos otra cosa (Sales Heredia, 2013, p. 54).

CONCLUSIONES

El presente capítulo establece un marco teórico fundamental para comprender la neoartesanía textil en México y su relación con la preservación del patrimonio cultural. A partir de una revisión de los conceptos de cultura, cultura material, artesanía y neoartesanía, se identifican las tensiones entre tradición e innovación, señalando que lejos de ser opuestas, ambas son fuerzas complementarias en el desarrollo de productos que fusionan tradición y modernidad.

Se expone cómo la neoartesanía ofrece una alternativa viable para mejorar las condiciones socioeconómicas de los artesanos mexicanos, quienes enfrentan dificultades debido a la precariedad laboral, la migración de las nuevas generaciones y la falta de políticas públicas efectivas. En este sentido, la neoartesanía no sólo preserva saberes ancestrales, sino que los proyecta hacia el futuro, proponiendo una interacción más equitativa entre artesanos, diseñadores y otros actores involucrados en la cadena de valor.

Se destaca la importancia de la promoción y difusión como herramientas clave para el éxito de proyectos neoartesanales. En este marco, se reconoce la necesidad de desarrollar estrategias comunicativas que no sólo pongan en valor el producto artesanal, sino que eduquen al consumidor y redefinan su percepción de la artesanía. La actualización de las narrativas comunicativas resulta fundamental para competir en el mercado contemporáneo, donde los productos neoartesanales no deben limitarse a ser vistos como objetos decorativos, sino como bienes que pueden ser parte de la vida cotidiana.

A partir de estos hallazgos, el texto establece las bases teóricas para la gestión de estrategias de comunicación orientadas a la valoración y comercialización de productos textiles neoartesanales; éstas deberán considerar el uso de nuevas tecnologías, el *storytelling* como herramienta para comunicar el valor cultural y acciones que

inserten a los artesanos en redes comerciales y culturales sostenibles, a nivel nacional e internacional. De este modo, se prepara el terreno para futuras investigaciones que permitan la implementación práctica de dichas estrategias, fortaleciendo la neoartesanía textil como un medio para salvaguardar el patrimonio cultural inmaterial y fomentar el desarrollo económico de las comunidades artesanales.

REFERENCIAS

- Baldus, H. (1947). Cultura material. *Revista Mexicana de Sociología*, 9(2), 172-177. Biblioteca Digital Curt Nimuendajú. <http://www.etnolingustica.org>
- Bernárdez López, J. (2003). *La profesión de la gestión cultural: definiciones y retos*. Portal Iberoamericano de Gestión Cultural. <https://www.gestioncultural.org>
- Bialogorski, M., y Fritz, P. (2021). *Neoartesanías: Reconfiguraciones en el campo artesanal. Cuaderno 141. Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, 31-44.
- Carla Fernández. (s.f.). Nosotros. Carla Fernández. <https://www.carlafernandez.com/pages/nosotros>
- Consejo de Europa. (2005). *Convenio marco del Consejo de Europa sobre el valor del patrimonio cultural para la sociedad*. Serie de Tratados del Consejo de Europa, (199).
- Gil Tejada, J. (2002). *El nuevo diseño artesanal: Análisis y prospectiva en México* (Tesis doctoral). Universidad Politécnica de Cataluña, Escuela Técnica Superior de Ingeniería Industrial, Departamento de Proyectos de Ingeniería.
- Gonzalez Eliçabe, X., Luna, F., Bialogorski, M., y García López, A. (2022/2023). Diseño, artesanías y comunidades. *Cuaderno del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, 155, 39-187. Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo. ISSN: 1668-0227
- Huerto, M., Curia, C. y Yuln, M. (2022). Patrimonio cultural: entre el producto y el proceso. Concepto, categorías y discursos. *Analisis*, 54(101).
- L'Beauté. (s.f.). *Contar la historia de México a través de la moda*. L'Beauté. <https://lbeaute.mx/trending-stories-2/contar-la-historia-de-mexico-a-traves-de-la-moda/>
- Münch, L. (2010). *Administración: Gestión organizacional, enfoques y proceso administrativo*. Pearson Educación de México. ISBN: 978-607-442-389-1
- Novelo Oppenheim, V. (2008). La fuerza del trabajo artesanal mexicana, protagonista ¿permanente? de la industria. *Alteridades*, 18(35), 117-126. Universidad Autónoma

- Metropolitana Unidad Iztapalapa. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=74711467009>
- Portilla Luján, M. de las M., Mora Cantellano, M. del P. A., Villar García, M. G., Zarza Delgado, M. P., Serrano Barquín, C., Téllez García, M. I. de J., y Espinoza Hernández, M. del C. (2014). *Permanencias de las dimensiones estéticas mazahuas y otomíes y su aplicación dentro de la cultura material*. Universidad Autónoma del Estado de México.
- Real Academia Española. (s.f.). Promoción. En *Diccionario de la lengua española*. Recuperado el 21 de febrero de 2025, de <https://dle.rae.es/promoci%C3%B3n>
- Sales Heredia, F. J. (Comp.). (2013). *Las artesanías en México: Situación actual y retos*. Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública, Cámara de Diputados, LXII Legislatura. ISBN: 978-607-7919-54-4
- Sánchez Valencia, M. (2003). *Morfogénesis del objeto de uso: La forma como hecho social de convivencia* (2ª ed.). Fundación Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Loza. ISBN: 958-9029-41-8
- Soto de la Rosa, I., Delgado Cázares, J. J., Lira, J. A., Escárcega, J. F., y Cordero Amador, F. (2015). *Manual para la diferenciación entre artesanía y manualidad*. Secretaría de Desarrollo Social y Humano, Estado de Guanajuato.
- UNESCO. (2003). *Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial*. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.
- UNESCO. (2011a). *Qué es el patrimonio cultural inmaterial?* Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.
- UNESCO. (2011b). *Identificar e inventariar el patrimonio cultural inmaterial*. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.
- Universidad de Piura. (24 de septiembre de 2013). La gestión cultural es clave para el desarrollo de una sociedad cultural. <https://www.udep.edu.pe/hoy/2013/09/la-gestion-cultural-es-clave-para-el-desarrollo-de-una-sociedad-cultural/#:~:text=La%20gesti%C3%B3n%20cultural%20es%20aquella,cultural%20y%20unos%20proyectos%20culturales>

III. LA COMPLEJIDAD DE LOS OBJETOS COTIDIANOS EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD CULTURAL

*Sofía Alejandra Luna Rodríguez**

*Liliana Beatriz Sosa Compean***

INTRODUCCIÓN

La construcción de la identidad cultural es un proceso complejo y diverso que abarca distintos factores, desde tradiciones y valores hasta los símbolos y materiales utilizados en la vida cotidiana. Entre estos elementos, los objetos cotidianos cumplen un papel importante, aunque a menudo subestimado, en la configuración y expresión de la identidad cultural. Desde artículos para el hogar hasta la vestimenta, dichos objetos no sólo cumplen una función práctica, sino que también están cargados de significados culturales que influyen en la percepción del mundo y en la manera en la que las personas se identifican dentro de una comunidad.

Hay objetos que, aunque sean simples y desarrollen tareas comunes, son constantes, con una presencia silenciosa; y cuando se ven alteradas o cambiadas es cuando nos vemos en situaciones frustradas sin saber por qué. Los objetos conforman la cultura, no podemos concebir la sociedad en sus distintas etapas sin los objetos que participaban en ella (Aparici, 2023, p. 9).

La conexión entre los objetos cotidianos y la identidad cultural puede analizarse desde distintas perspectivas. Los objetos actúan como un medio de transmisión de la cultura, manteniendo la esencia de las tradiciones a través de generaciones. En muchas sociedades, ciertos objetos tienen una historia y un significado específico. Por ejemplo, en las comunidades indígenas, las ollas de barro no sólo se utilizan

* Doctora en Arquitectura Diseño y Urbanismo, Universidad Autónoma de Nuevo León, sofia.lunard@uanl.edu.mx

** Doctora en Filosofía con orientación en Arquitectura y Asuntos Urbanos, Universidad Autónoma de Nuevo León, liliana.sosacm@uanl.edu.mx

como utensilios de cocina, sino que también representan raíces culturales; establecen el vínculo a quien pertenece con la naturaleza y sus antepasados.

Por otra parte, los objetos cotidianos sirven como símbolos de pertenencia e identidad a un grupo; la vestimenta, los adornos y los elementos decorativos para el hogar, no sólo reflejan las preferencias personales, sino también su identidad y afiliación cultural de quienes los eligen. Por ejemplo, escoger un estilo de ropa determinado puede representar una afirmación de identidad étnica o regional y una de resistencia a la homogeneización cultural provocada por la globalización. Además, los objetos cotidianos tienen el poder de evocar emociones y recuerdos, conectando a los individuos con sus raíces e historias tanto personales como colectivas. Los objetos heredados, como tesoros familiares y muebles antiguos, contienen historias y recuerdos que fortalecen el sentido de pertenencia y continuidad dentro de las tradiciones culturales. De esta manera, los objetos se convierten en una evidencia tangible de la experiencia de un individuo y sus antepasados, cerrando la brecha entre el pasado y el presente.

La complejidad de los objetos cotidianos en la construcción de la identidad cultural también se manifiesta en las formas en que estos objetos son reinterpretados en distintos entornos. La globalización ha facilitado la circulación de productos y símbolos culturales a nivel mundial, fomentando la hibridación cultural y la creación de nuevas identidades. Los objetos que sólo se utilizan en un contexto particular pueden adquirir nuevos significados simbólicos cuando son adoptados por otra cultura. En sociedades multiculturales, la diversidad de objetos cotidianos puede reflejar la coexistencia entre diferentes identidades culturales tanto como tensiones entre ellas. La presencia de objetos de distintas tradiciones en un mismo espacio puede ser un reflejo de la riqueza cultural y, al mismo tiempo, un desafío a la integración y la convivencia.

OBJETOS COTIDIANOS Y SIGNIFICADO CULTURAL

La cultura, se conoce como el grupo de conocimientos, valores, doctrinas, interrelaciones y prácticas de una sociedad determinada, esto sin duda, es la principal valía que contiene. La tradición da lugar a preservar la cultura y, en suma, ello le da el reconocimiento colectivo e individual que fortalece a los pueblos (Guerra y Pérez, 2019).

Artículos cotidianos como ropa, utensilios de cocina y muebles llevan consigo un conjunto de valores, historia y significado que ayudan a definir la identidad cultural de una comunidad. Por ejemplo, una simple taza de café puede tener diferentes significados en distintas culturas. En algunas sociedades, beber café puede ser un hábito social que fortalece los vínculos sociales; en otras, puede ser un ritual personal asociado con la introspección y la relajación.

Los objetos también pueden servir como portadores de memoria colectiva. Las fotografías familiares, los recuerdos de viajes y los objetos heredados no sólo tienen un valor sentimental, también son evidencia tangible de la historia y las tradiciones de una cultura determinada. Estas memorias ayudan a preservar y transmitir la identidad cultural a las nuevas generaciones, asegurando la continuidad y cohesión de la comunidad. “Con el crecimiento industrial, los cambios sociales, políticos y económicos que rigen hasta nuestros días, los productos fueron adquiriendo un gran protagonismo en la vida cotidiana provocando una reconfiguración en la relación de las personas con su entorno objetual” (Aguyaro, 2018, p. 6).

OBJETOS COTIDIANOS EN LA ERA DE LA GLOBALIZACIÓN

En la era de la globalización, los objetos cotidianos han adquirido nuevas dimensiones y significados. La conectividad global ha facilitado el intercambio cultural, permitiendo que objetos y prácticas de diferentes partes del mundo se integren en la vida cotidiana de las personas. Sin embargo, este fenómeno también crea problemas de identidad cultural porque la homogeneidad y la influencia de las culturas dominantes pueden debilitar el carácter local.

El consumo masivo y la producción industrial han cambiado las actitudes de las personas hacia los objetos cotidianos. En lugar de ser únicos y significativos, muchos artículos se han convertido en productos desechables y homogéneos. Sin embargo, esta transformación también ha provocado una reacción violenta: varias comunidades buscan reevaluar y proteger sus artesanías y tradiciones locales. La resistencia cultural a través de la preservación de prácticas artesanales y el uso de objetos tradicionales es una forma de afirmar y preservar la identidad cultural en un mundo globalizado.

Es importante considerar la funcionalidad y temporalidad del objeto, esto porque no se busca que sea algo pasajero, sino que perdure a lo largo del tiempo o por lo menos genere un impacto sobre las personas para que no sea fácilmente degradado por las influencias externas de los medios de comunicación masivos y las redes sociales (Gutiérrez, 2022, p. 31).

OBJETOS COTIDIANOS EN LA IDENTIDAD INDIVIDUAL

A nivel individual, los objetos cotidianos también son la base para construir la identidad personal. Estos objetos reflejan intereses, gustos y estilos de vida y muchas veces se utilizan para expresar la pertenencia a un grupo social o cultural; por ejemplo, la forma de vestir, los dispositivos tecnológicos favoritos y la forma en que se decoran los hogares son expresiones de identidades personales y culturales. La relatividad de los objetos cotidianos no sólo se limita a su utilidad práctica, también posee un poder simbólico y emocional. Éstos pueden estar relacionados con recuerdos y experiencias significativas, generando como resultado un fuerte apego emocional (Historia de lo Cotidiano, 2023). Además, los objetos pueden servir como una extensión de sí mismos, facilitando la expresión de la individualidad y la conexión con las propias raíces culturales. Personalizar objetos cotidianos, ya sea a través de la moda, el arte o la tecnología, es una forma de hacerlos relevantes y darles significado en el contexto de la vida diaria.

OBJETOS COTIDIANOS EN MÉXICO

En México, los objetos cotidianos son más que simples herramientas; son personas con un rico patrimonio cultural. Por ejemplo, el rebozo, un chal típico mexicano, no sólo se utiliza para abrigarse, sino que también representa la combinación de la cultura indígena y española. Cada rebozo cuenta una historia a través de colores y patrones que varían según la región y las técnicas de tejido transmitidas de generación en generación. Asimismo, el molcajete, una piedra de molienda tradicional, es más que una simple herramienta de cocina. Este artículo se remonta a la época prehispánica y simboliza una conexión con la tierra y las tradiciones culinarias de México. Con el molcajete no sólo se prepara la comida, sino que se está participando en un ritual

que utiliza una técnica antigua, proporcionando una sensación de continuidad y familiaridad.

Los objetos también se expresan a través de artes y oficios que reflejan identidades regionales y nacionales. Los alebrijes (pequeñas figuras de animales fantásticos hechas de papel maché o madera) son algo más que adornos coloridos; representan la creatividad e imaginación de los artesanos mexicanos, y cada pieza tiene un significado único que puede vincularse a las creencias populares y la cosmología indígena. Por otra parte, la talavera poblana, la cual es un tipo de cerámica vidriada de origen colonial, combina técnicas y estilos europeos con influencias indígenas para crear un objeto cotidiano que también es una obra de arte. Estas obras, además de decorar los hogares mexicanos, también cuentan la historia de la mezcla de culturas y la adaptación de la tecnología extranjera al contexto local.

En la cocina mexicana, los elementos cotidianos son fundamentales para preparar y disfrutar la comida. Las tortillas, alimento básico, se preparan a mano en un comal, una plancha de barro o metal utilizada en la cocina mexicana desde la época prehispánica; estas herramientas son sencillas, pero esenciales para la preparación de alimentos y la cultura mexicana. De manera similar, el metate, otra herramienta prehispánica utilizada para moler maíz, muestra la importancia del maíz en la cultura mexicana. Amasar masa para tortillas y otros platillos no es sólo un proceso de cocción, sino un acto que conecta a los mexicanos con sus antepasados y su tierra.

Hoy en día, los objetos cotidianos en México también reflejan la tensión entre modernidad y tradición. Aunque el uso de aparatos modernos y tecnología avanzada se ha generalizado, muchos mexicanos todavía aprecian y utilizan artículos tradicionales debido a su importancia cultural y su conexión con el pasado. Esta dualidad se puede ver en las cocinas mexicanas, donde coloca una licuadora al lado de un molcajete y una estufa moderna al lado de un comal de barro.

DISCUSIÓN

La presente investigación recurrió al método cualitativo para la recolección de datos, de tal manera que se pudieran comprender aspectos como el significado y transmisión cultural, la identidad individual y colectiva, las prácticas y costumbres, así como la evolución cultural, ya que los objetos cotidianos, lejos de ser simples herramientas

o adornos, son elementos tangibles que nos conectan con nuestra historia, valores y tradiciones. Así, mediante un sondeo (Anexo 1) se obtuvieron los siguientes hallazgos: el rango de edad promedio de los encuestados es de 20 a 45 años, 57% son usuarios femeninos y 43%, masculinos, destacando que todos son mexicanos, principalmente de Monterrey y Puebla.

De acuerdo con las secciones de dicho sondeo se obtuvo:

Sección 2: Significado cultural de los objetos cotidianos

- Objetos culturales
 - Ropa tradicional (rebozos, trajes típicos, prendas tejidas a mano)
 - Utensilios de cocina (molcajete, metate, cuchillos, cucharas)
 - Objetos religiosos (rosarios, imágenes de santos)
 - Juguetes tradicionales (trompos, baleros)

- Significados culturales
 - La ropa tradicional representa tradición, feminidad y herencia cultural.
 - El molcajete simboliza la cocina tradicional mexicana y la conexión con la naturaleza.
 - Los objetos religiosos son símbolos de fe, espiritualidad y valores familiares.
 - Los juguetes tradicionales evocan recuerdos de infancia y enseñanzas culturales.
 - Platillos como la carne asada representan en regiones como Monterrey un gran símbolo de la cultura regiomontana.

- Transmisión generacional
 - A través de la enseñanza de recetas y técnicas culinarias.
 - Participación en festividades y rituales religiosos.
 - Narración de historias y leyendas familiares.
 - Juegos tradicionales compartidos entre generaciones.

- Influencia en la identidad cultural
 - Fortalecen el sentido de pertenencia a la comunidad.
 - Refuerzan valores y creencias culturales.
 - Conectan a las generaciones presentes con sus antepasados.

Sección 3: Uso de los objetos cotidianos en prácticas culturales- quitar versa y en cursivas

- Prácticas culturales
 - Preparación de alimentos utilizando molcajete y metate.
 - Celebraciones religiosas que incluyen rosarios e imágenes de santos.
 - Juegos tradicionales como el trompo y el balero durante festividades familiares.

- Formación de prácticas culturales
 - Los objetos cotidianos dictan ciertas prácticas culinarias y rituales.
 - Facilitan la transmisión de conocimientos culturales a través de prácticas diarias.

- Cambios con el tiempo
 - Modernización en el diseño y materiales de utensilios de cocina.
 - Integración de tecnología en objetos tradicionales.
 - Adaptación de prácticas tradicionales a nuevas realidades y contextos.

- Impacto en la identidad cultural
 - Adaptación cultural sin perder la esencia de las tradiciones.
 - Algunos participantes temen una pérdida gradual de autenticidad cultural.

Sección 4: Cambios en los objetos cotidianos

- Cambios en objetos cotidianos
 - 90% de los participantes notaron cambios significativos en los objetos cotidianos.
 - Cambios más mencionados: modernización de utensilios, incorporación de tecnología.
- Razones de los cambios:
 - Influencia de la globalización, avances tecnológicos e influencias extranjeras y mestizaje cultural.

- Impacto en la identidad cultural
 - Generación de una identidad más híbrida y adaptada a nuevas influencias.
 - Preocupación por la posible pérdida de prácticas tradicionales.
 - Algunos participantes mencionan una redefinición de la identidad cultural.

- Objetos importantes para futuras generaciones
 - Dispositivos electrónicos con motivos artesanales.
 - Ropa que combine elementos tradicionales con moda contemporánea.
 - Utensilios híbridos que mantengan la funcionalidad tradicional con diseño moderno.

Sección 5: Comentarios adicionales

- Los participantes destacaron la importancia de la educación y la enseñanza familiar para preservar las tradiciones.
- Algunos sugirieron la necesidad de documentar y promover las prácticas culturales tradicionales en medios digitales.
- Varios participantes expresaron un deseo de equilibrar la globalización con la preservación de la herencia cultural.

El análisis de los resultados muestra una clara interconexión entre los objetos cotidianos y la identidad cultural en México. La complejidad de los objetos cotidianos en la construcción de la identidad cultural se manifiesta en distintos niveles. En primer lugar, los objetos no son sólo utilitarios, son los portadores de la historia, las tradiciones y los valores esenciales para la identidad individual y colectiva. Este fenómeno enfatiza la importancia de los objetos como intermediarios culturales que transmiten significado de una generación a la siguiente. En segundo lugar, interactuar con estos objetos en contextos religiosos y cotidianos fortalece la identidad cultural, creando conexiones entre el pasado y el presente. Las actividades relacionadas con estos objetos permiten a las personas reivindicar la pertenencia a una comunidad y a una historia común. Por ejemplo, preparar platos tradicionales en ollas ancestrales no sólo preserva las técnicas culinarias, sino que también fortalece el sentido de identidad y continuidad cultural.

Finalmente, la adaptación y resignación de los sujetos reflejan la capacidad de una cultura para crecer y adaptarse a nuevas circunstancias sin perder su esencia. Este proceso demuestra la naturaleza dinámica de la identidad cultural, que puede incorporar elementos modernos y globales manteniendo su carácter distintivo. La integración de la tecnología moderna en la vida cotidiana de los mexicanos es un ejemplo perfecto de esta adaptabilidad, donde lo nuevo se combina con la tradición para crear un estilo de vida único que refleja la experiencia cultural de México.

CONCLUSIÓN

Explorar la complejidad de los objetos cotidianos en la construcción de la identidad cultural revela la profunda conexión entre lo material y lo simbólico, mostrando que los objetos no sólo cumplen funciones prácticas, también desempeñan roles como poderosos agentes de importancia cultural y social. De esta investigación se pueden extraer algunas conclusiones básicas que resaltan la importancia de estos objetos en la configuración de nuestras identidades y en cómo el individuo se entiende a sí mismo y a los demás.

No hay duda de que los objetos cotidianos son un importante medio de transmisión de cultura. Los que se utilizan todos los días contienen significados que reflejan tradiciones, valores y prácticas culturales. Estos significados se transmiten de generación en generación, ayudando a las culturas a sobrevivir y prosperar. Por ejemplo, los utensilios de cocina tradicionales son herramientas funcionales, pero también contienen recetas, técnicas y conocimientos que forman parte del patrimonio cultural de la comunidad. La transmisión de conocimientos y prácticas a través de objetos cotidianos asegura la continuidad y adaptación de las culturas en el tiempo.

Los objetos cotidianos sirven como símbolos de identidad y pertenencia. La elección de objetos particulares, ya sea ropa, decoración del hogar o artículos personales, refleja relaciones con grupos culturales particulares y transmite identidad personal y colectiva. Estos objetos sirven como marcadores visibles de la identidad cultural de cada persona, distinguiéndose de los demás y afirmando su pertenencia a una comunidad. La ropa, las joyas y los objetos ceremoniales tradicionales no son sólo expresiones estéticas, sino que también encarnan historias, valores y visiones del mundo que definen la identidad cultural.

Además, los objetos cotidianos tienen el poder memorable de conectar a las personas con sus raíces e historia. Mediante la memoria y la emoción, estos objetos pueden aumentar el sentido de pertenencia y continuidad dentro de una cultura. Los objetos heredados, como las joyas familiares, los muebles antiguos o los artefactos religiosos, son testimonios tangibles de la historia personal y colectiva, y su presencia en la vida cotidiana refuerza la conexión con el pasado y la identidad cultural. Estos objetos actúan como anclas de la memoria, preservando los recuerdos y tradiciones que forman parte de la identidad de la comunidad.

La globalización ha añadido una capa adicional de complejidad a la relación entre los objetos cotidianos y la identidad cultural. La circulación global de valores y símbolos culturales ha llevado a la hibridación y al cambio significativo de los objetos, creando nuevas formas de identidad y expresión cultural. Objetos que alguna vez fueron exclusivos de una cultura particular han sido apropiados y reinterpretados en diferentes contextos, adquiriendo nuevos significados y usos. Este proceso de hibridación cultural enriquece la identidad cultural y crea cuestiones de autenticidad y apropiación cultural; por lo tanto, la globalización obliga a pensar y negociar constantemente el significado de los objetos y su papel en la construcción de la identidad.

De manera similar, los objetos cotidianos pueden convertirse en situaciones de disputa y negociación de identidad en sociedades multiculturales. La diversidad de objetos en el mismo espacio refleja la coexistencia de múltiples identidades culturales y puede crear tanto riqueza como tensión cultural. En estos contextos, los objetos cotidianos pueden ser símbolos de integración y convivencia, pero también de resistencia y conflicto. La forma en que se aceptan, rechazan o reinterpretan los objetos en una sociedad multicultural puede revelar dinámicas de poder, inclusión y exclusión, así como luchas por la identidad y la cultura de reconocimiento.

Finalmente, el estudio de los objetos cotidianos y su papel en la construcción de la identidad cultural invita al individuo a reflexionar sobre su propia relación con los objetos que lo rodean. Al reconocer los significados y valores que se atribuyen a estos objetos, se puede obtener una comprensión más profunda de sí mismo y de la cultura. Esta reflexión permite apreciar la riqueza y la complejidad de la identidad cultural y abre a una mayor empatía y comprensión hacia las identidades de los demás.

REFERENCIAS

- Aguyaro, M. (2018). *La culturización de la industria: la producción cultural de los objetos de Diseño Industrial*. The Culturization Of The Industry: The Cultural Production Of The Objects Of Industrial Design.
- Aparici Jovaní, L. (2023). *Diseño de un espacio para la apreciación cultural y el valor de los objetos cotidianos: el caso de la ceremonia del té* (Doctoral dissertation, Universitat Politècnica de València).
- Dávila, I. U., Dávila, L. U., y Sánchez, L. J. (2018). *La educación estética desde la apreciación de obras del patrimonio cultural*. Órbita Científica.
- Ganem, C. (2016) *Medioambiente, cultura material y diseño: la vivencia de los objetos cotidianos y su vida útil*. Seminario Investigación Diseño II, 98.
- Guerra, A., y Pérez, C. (2019). Diseño: identidad cultural, gastronomía y objetos. *Di-conexiones*. <https://www.di-conexiones.com/disenio-identidad-cultural-gastronomia-y-objetos/>
- Gutiérrez, F. (2022). *De objetos cotidianos a símbolos culturales-caja de fósforos güegüe. Nicaragua, 2022*. (Doctoral dissertation), Dirección de Investigación y Posgrado UNICIT.
- Historia de lo cotidiano. (2023). *Influencia de los objetos cotidianos: Descubre su impacto histórico*. Historiadelocotidiano. <https://historiadelocotidiano.com/influencia-de-los-objetos-cotidianos-descubre-su-impacto-historico/>
- Picazo, A. (2021). Objetos comunes / El impacto del diseño de producto en nuestra cultura. *DXI Magazine*. <https://www.dximagazine.com/2021/12/21/objetos-comunes-el-impacto-del-diseno-de-producto-en-nuestra-cultura/>

SEGUNDA PARTE

REFLEXIONES DEL DISEÑO Y SUS PRODUCTOS CULTURALES DESDE LAS CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS

I. DISEÑO COMO HECHO CULTURAL: UN DIÁLOGO INTERDISCIPLINARIO ENTRE LA ANTROPOLOGÍA Y EL DISEÑO

*Claudia Elena Guzmán Díaz**
*María Gabriela Villar García***

INTRODUCCIÓN

El Programa Nacional Estratégico (Pronace) de Cultura es un plan de acción que promueve la integración de saberes colectivos para el desarrollo de soluciones a problemas nacionales, así como el establecimiento de caminos que favorecen tanto el reconocimiento como la protección de la amplia y compleja riqueza cultural del país. Esta visión se identifica de igual forma en el *Plan Nacional de Desarrollo* y en la *Agenda 2030* para el desarrollo sostenible (Consejo Nacional de Humanidades, Ciencia y Tecnología [Conahcyt], s/f), lo que expone la trascendencia de la cultura como eje y estrategia para dar respuestas integrales a las necesidades humanas actuales.

Las ciencias del diseño tienen un papel importante en este escenario, toda vez que a nivel disciplinar modela profesionales que fungen como actores sociales que intervienen e interaccionan con el tejido cultural; la necesidad de fortalecer la formación académica a través de herramientas teórico-conceptuales congruentes con las directrices del Conahcyt es una acción básica para suscribirse a las políticas públicas y a los objetivos internacionales.

Este capítulo tiene el objetivo de examinar al diseño desde el enfoque del hecho cultural como una categoría de investigación que contribuye tanto a la construcción de una perspectiva cultural del diseño como a la comprensión de la relevancia en su ejercicio. A través de una revisión teórica y un diálogo interdisciplinario desde la dimensión simbólica de la antropología y del diseño, se contrastan los elementos

* M. en P.D. Facultad de Arquitectura y Diseño, Universidad Autónoma del Estado de México, ceguzmand@uaemex.mx

** Doctora en Ciencias Sociales, Facultad de Arquitectura y Diseño, Universidad Autónoma del Estado de México, mgvillarg@uaemex.mx

del hecho de diseño con los del hecho cultural, de tal forma que se destaca su convergencia en las interacciones humanas y en la búsqueda de significados en sus acciones y creaciones. En este sentido, se integra el concepto de texto cultural como un recurso que permite interpretar los significados simbólicos en los objetos diseñados y situarlos como productos de la cultura, tanto en formas objetivadas (materiales) como subjetivadas (inmateriales).

Las reflexiones vertidas en este texto forman parte del desarrollo de una investigación doctoral que aborda el impacto del discurso de los actores en su configuración como disciplina hacia el interior y el exterior de la misma, por lo que se enfatiza la importancia del diseño social como una respuesta crítica al diseño orientado al mercado, promoviendo una práctica del diseño más consciente y responsable. Este capítulo concluye destacando la necesidad de integrar esta perspectiva cultural en la enseñanza del diseño, fomentando un pensamiento proyectual crítico y consciente en las futuras generaciones de diseñadores. Dicha integración es vista como esencial para promover un diseño responsable, con un impacto significativo en la vida cotidiana y en la sociedad.

DISCUSIÓN

La diversidad de definiciones en torno a la cultura refleja su naturaleza dinámica; esto es consecuencia de su interacción en diferentes contextos históricos y dimensiones de análisis, por lo que diversas disciplinas como la filosofía, la sociología y la antropología, entre otras, se han dado a la tarea de establecer posturas y conceptos que determinan su abordaje y favorecen la construcción de marcos teóricos que facilitan su comprensión y visibilizan su potencial en la expansión del conocimiento humano.

Desde la raíz latina *culturam*, que significa cultivo, se consideran dos perspectivas principales; por un lado, la cultura como el conjunto de usos y costumbres que refleja diferentes formas de vida colectiva de los seres humanos (civilización); por otro, la cultura como la más alta expresión de las capacidades humanas a través de la virtud del conocimiento y la expresión artística. Desde el surgimiento de la antropología como disciplina se suman dos concepciones: se identifica como cultura a toda creación humana, lo que constituye una dimensión descriptiva; y el reconocimiento

de significados incorporados a todas las creaciones humanas, que constituye una dimensión simbólica¹ (Giménez, 2021).

Esta última concepción toma relevancia al trasladar a la cultura hacia un sentido interpretativo que se aboca a la búsqueda de significados en acciones y expresiones humanas en un contexto dinámico; además, expone la naturaleza interior y exterior de los seres humanos desde los sistemas de signos que le dan sentido a la vida social. En este orden de ideas, el lenguaje, los usos y costumbres, la indumentaria, los artefactos, las creaciones artísticas, las ideologías, entre otros, debido a su relación indisoluble con la subjetividad de los seres humanos en un tiempo y espacio particular, se consideran como acontecimientos que son llamados hechos culturales (Giménez, 2021).

El concepto de hecho cultural permite analizar y reflexionar sobre el dinamismo de la cultura en contextos específicos. La antropología cultural se dedica a estudiar estos hechos culturales, su contenido simbólico y su impacto en la vida social, con el fin de comprender tanto al ser humano como las formas de vida que ha desarrollado y puede desarrollar.

FORMAS OBJETIVADAS Y FORMAS SUBJETIVADAS DE LA CULTURA

La dimensión simbólica de la cultura señala la indisolubilidad de los sujetos y la cultura en los hechos culturales; dicha relación se ve reflejada en la distinción de formas objetivadas y subjetivadas de la cultura, en la que se enfatiza el enfoque desde las interacciones de los seres humanos. Esta perspectiva destaca cómo los aspectos internos y externos de la vida humana están intrínsecamente conectados, mostrando que la cultura no sólo se manifiesta en objetos tangibles, sino también en las estructuras de pensamiento y creencias. Las formas subjetivadas se refieren al mundo interior de los seres humanos; es el conjunto de pensamientos, conocimientos, creencias e intuiciones con las que los seres humanos ven al mundo y encuentran sentido en él (Giménez, 2007). Estas formas incluyen percepciones y experiencias personales que configuran la estructura interiorizada con la que el ser humano percibe al mundo y modela su actuar en él.

¹ El análisis de Giménez se basa en el trabajo de diversos autores; sin embargo, la dimensión simbólica de la cultura en la que se profundizará en este texto, se basa principalmente en las aportaciones de Geertz (1992).

Los condicionamientos asociados a una clase particular de condiciones de existencia producen *habitus*, sistemas de disposiciones duraderas y transferibles, estructuras estructuradas predispuestas a funcionar como estructuras estructurantes, es decir, como principios generadores y organizadores de prácticas y de representaciones que pueden ser objetivamente adaptadas a su meta sin suponer el propósito consciente de ciertos fines ni el dominio ex preso de las operaciones necesarias para alcanzarlos, objetivamente “reguladas” y “regulares” sin ser para nada el producto de la obediencia a determinadas reglas, y, por todo ello, colectivamente orquestadas sin ser el producto de la acción organizadora de un director de orquesta (Bourdieu, 2007, p. 86).

Las formas objetivadas son las manifestaciones materiales de las formas subjetivadas, como el mobiliario, los artefactos y la indumentaria, conocidos como cultura material; sin embargo, éstas también incluyen elementos no tangibles: rituales, leyes y costumbres; funcionan como formas públicas de la cultura que se colocan en el exterior de la vida cotidiana (Giménez, 2007). Estos componentes materiales y no materiales de la cultura son expresiones externas de las estructuras internas de pensamiento y creencias, reflejando las normas y valores de una sociedad en sus objetos y prácticas cotidianas.

Desde esta perspectiva se entiende que la cultura se compone de la subjetividad de los seres humanos y se manifiesta en el contenido simbólico de sus creaciones. Es decir, el hecho cultural es la suma de las relaciones entre las formas objetivadas que dan sentido a la vida humana, y las formas subjetivadas, que las hacen manifiestas. Esta interacción constante entre lo interno y lo externo, lo tangible y lo intangible constituye la esencia de la cultura.

Es así como las formas subjetivadas no sólo influyen en la creación de objetos y prácticas culturales, sino que también se transforman a través de la interacción con estos elementos objetivados. Por ejemplo, un ritual religioso puede ser una expresión de creencias subjetivadas, pero al mismo tiempo, la práctica del ritual puede reforzar y modificar esas creencias. Estas formas objetivadas no son estáticas; evolucionan con el tiempo y en respuesta a cambios en las formas subjetivadas. Por ejemplo, los cambios en las normas sociales sobre género pueden reflejarse en nuevas leyes y políticas, que a su vez influyen en las percepciones y comportamientos individuales.

ANTROPOLOGÍA Y DISEÑO: UN ENCUENTRO DESDE LA CULTURA

El diseño comparte la abundancia conceptual de la cultura. Se puede comprender como un acto natural de los seres humanos al enfrentarse a su entorno (Llovet, 1979) y como una cualidad ornamental que el arte cedió a la producción industrial (Tapia, 2004); asimismo, como una actividad proyectual que define aspectos formales y una gestión que responde a las exigencias del consumo (Maldonado, 1977). Tal variedad de conceptos y definiciones son reflejo de los contextos en los que el diseño se ha desarrollado y de las discusiones que soportan su ejercicio.

En esta diversidad, se distinguen dos posturas dominantes de las cuales se desprenden diferentes ejercicios y reflexiones: el diseño para el mercado y el diseño social. El primero establece productores que lo ejecutan como un instrumento para aumentar el valor comercial y favorecer la competencia; la innovación se dirige principalmente a generar un atractivo que se pueda consumir (Chávez, 2001). En cambio, el segundo se desarrolla con una perspectiva crítica que se pone al servicio de la sociedad, la cultura y el medio ambiente (Papanek, 1984), la innovación se dirige a resolver problemas en un sentido comunitario.

Estas posturas se reconocen en conjunto, puesto que el diseño social surge como respuesta al diseño para el mercado con la intención de contrarrestar el impacto negativo que el modelo de consumo implica para la vida humana; asimismo, genera conciencia sobre el poder que tiene el diseño con el objetivo de posicionarlo como una disciplina creativa e innovadora, pero también sensible y responsable. El ejercicio del diseño social implicó la expansión del cuerpo de conocimiento que lo soporta para favorecer un pensamiento crítico y competencias estratégicas que permitan una interacción benéfica con las realidades que se buscan transformar, lo que desembocó en una serie de vínculos con disciplinas de las ciencias sociales y las humanidades reflejadas en la producción de artículos en la que diversos autores reflexionan y proponen nuevas perspectivas con las cuales se aborda y se ejerce el diseño.

Velázquez y Delgado (2023) establecen que el diseño, desde la perspectiva social, es una acción que responde a una causa que depende del ser y actuar del humano, y a su vez, se articula con el contexto físico y sociocultural en el que se desenvuelve; asimismo, hacen énfasis en los niveles con los que las acciones intervienen en una realidad particular en función de la posición del sujeto que las ejecuta. Observar al diseño como acción, que se enlaza con el pensar y actuar del ser humano, detona

discusiones en torno al diseño social que abren líneas de construcción de conocimiento en función del mismo; en este sentido, es natural el diálogo con la antropología, una ciencia que se adentra en el contexto físico y cultural del ser humano, así como las relaciones que construye en su entorno.²

García (1996) establece al diseño como una acción inteligente que viene de un pensamiento proyectual basado en el conocimiento; Delgado (2021) retoma esta definición y describe al diseño desde la filosofía de Heidegger en dos aspectos: el pensamiento proyectual como su esencia y el objeto diseñado como su existencia, le llama un hecho de diseño al resultado del acto de diseñar tal como se le llama hecho cultural al resultado del sistema de significaciones de un fragmento particular; es decir, tanto el hecho cultural como el hecho de diseño son resultado de una compleja articulación de sentidos enlazados al ser y actuar del ser humano.

Esta concepción corresponde en cierta medida a las formas objetivadas y subjetivadas de la cultura; es decir, hay un soporte intangible que le da sentido a las creaciones humanas, pero éste no puede concebirse de forma lineal ni estática, sino como un entramado en constante transformación. Si bien el diseño puede relacionarse con la antropología desde la cultura material, dado que su manifestación principal es el objeto diseñado, éste no se puede abordar sin el pensamiento proyectual que está ligado a las formas subjetivadas de la cultura; por ello, el vínculo interdisciplinario entre el diseño y la antropología es tan dinámico como la naturaleza de ambas disciplinas.

El entender al objeto diseñado como parte de las formas objetivadas de la cultura favorece su planteamiento desde las formas subjetivadas, lo que sitúa al diseño desde la capacidad de resolver problemas y el sentido que genera en los escenarios que interviene o con los que interactúa. Un objeto de diseño, como una silla, no sólo es un artefacto utilitario; también encarna las intenciones y la creatividad del diseñador, así como los valores y las expectativas de la sociedad que lo produce y utiliza. Además, las formas objetivadas de la cultura, como las leyes y las normas sociales, juegan un papel crucial en la estructuración del *habitus*.

Tanto el diseño como la antropología son disciplinas especulativas que se basan en la comprensión de la vida humana (Ingold, 2014); desde la perspectiva cultural, el pensamiento proyectual del diseño y el pensamiento crítico de la antropología se

² En este texto se considera el diálogo entre la antropología y el diseño desde la cultura, pero es importante destacar que los puntos de contacto no son únicos ni estables.

entrelazan en una prospectiva (objeto) sensible, consciente y transformadora que viene del diálogo horizontal de los actores involucrados.

EL DISEÑO COMO HECHO CULTURAL

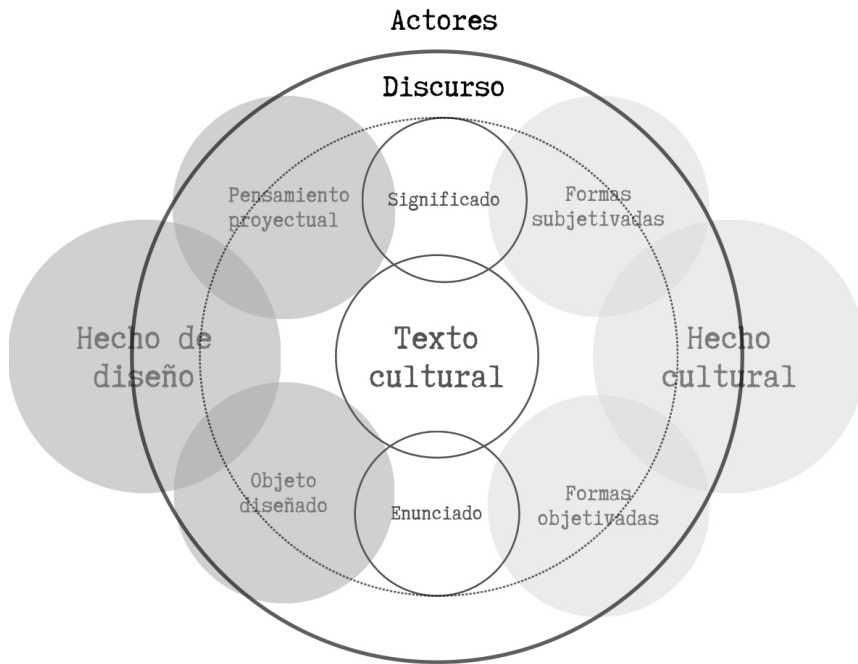
La dimensión simbólica de la cultura que describe Giménez (2021) se basa en el trabajo de Geertz (1992), que a su vez se apoya en las reflexiones de Ricoeur (1969) en torno a la objetivación y fijación de sentidos a través de la escritura, para señalar que los significados habitan en formas simbólicas que pueden ser interpretadas de manera similar a como se lee un texto. Si bien la noción de texto usualmente se relaciona con la interpretación del lenguaje escrito, desde el camino de la semiótica, el texto se entiende como una red de significados relacionados entre sí (Zavala, 2006); los actos y objetos pueden considerarse textos desde el contenido sígnico que es interpretado por los seres humanos en la vida cotidiana y por los que buscan entender las diferentes formas de vida. A través de este enfoque queda disponible, para diversas posibilidades de análisis, una unidad que permite delimitar los patrones de significado que señala la dimensión simbólica de la cultura.

El concepto de texto en la cultura hace visible la participación de personas en diferentes posiciones de una intención comunicativa; quién produce el texto, quién lo recibe, cómo se transmite, qué dice y cómo se entiende son cuestionamientos que forman parte de las redes que lo constituyen, toda vez que el texto es un dispositivo intelectual que genera, transmite y recibe mensajes en un contexto que a su vez es transformado desde su interpretación (Lotman, 2003). El texto, que se le denomina cultural para distinguirlo de otras categorías como la histórica o la artística, es la relación dinámica entre el enunciado y el significado, lo que incluye artefactos, ritualidades, costumbres, creaciones artísticas, y, por supuesto, el objeto diseñado. Este último es enunciado del cual se pueden distinguir e interpretar significado, lo que lo sitúa como un producto de la cultura.

El hecho cultural se entiende como un acontecimiento que integra formas objetivadas y subjetivadas de la cultura; una prenda de vestir puede ser objeto que se describe desde sus características físicas y los procesos de producción; puede a su vez ser un vehículo de identidad al incorporarse en una época o una designación regional,

pero se distingue como suceso, cuando es usado por una persona y entendido en una interacción social. El texto cultural delimita el hecho cultural a partir del enunciado, ya que todo producto de la cultura puede ser estudiado en función de la red de significados en la que se sitúa (Zavala, 2006). Desde este enfoque se observa la relación entre el hecho de diseño y el hecho cultural a través del texto; se distinguen ciertos paralelismos entre sí, toda vez que se componen de un elemento que lo hace manifiesto en la realidad y un elemento significativo que es primordialmente simbólico; cada componente funge como una entidad independiente que se articula con otra y dibuja un camino para comprender al diseño y su interacción con la cultura. En la figura 1 se esquematiza una aproximación.

Figura 1. Articulaciones entre el hecho cultural, el hecho de diseño y texto cultural



Fuente: elaboración propia.

El pensamiento proyectual es una forma subjetivada de la cultura; existe en el interior de un sujeto con una forma particular de ver el mundo; un *habitus* que integra su forma de pensar, el contenido y estructura de su conocimiento, así como las actitudes con las que afronta la realidad (Giménez, 2021). Las personas que diseñan toman decisiones en función de su realidad interiorizada; el cúmulo de conocimientos disciplinares se articulan con componentes de espiritualidad, identidad, aspiraciones, referentes sociales, entre otros. El pensamiento proyectual de cada persona que diseña es único y refleja una historia de vida que se enlaza con la historia colectiva.

El objeto diseñado es una forma objetivada de la cultura que materializa el pensamiento proyectual en artefactos, espacios y/o procesos que a su vez manifiestan el interior del sujeto a través de su forma tangible y del actuar de los usuarios con el mismo. Como producto de una acción inteligente, integra elementos de su contexto físico, tales como la tecnología, los materiales y los procesos de producción disponibles, y desde la perspectiva de los textos culturales, es un enunciado cuyo significado expone la relación indisoluble entre las formas subjetivadas de la cultura y el pensamiento proyectual.

Desde el enfoque de los textos culturales, se considera al discurso como las reglas de enunciación con las que se construye el texto desde un referente hacia un sentido (Zavala, 2006); así como la palabra hecho indica acción tanto para la cultura como para el diseño, el discurso se produce como acontecimiento. La figura de discurso es importante para exponer la dinámica del hecho de diseño como hecho cultural y su impacto en el sentido de la vida cotidiana, toda vez que permite delimitar y reconocer que los textos culturales en conjunto son textos vivos que los seres humanos construyen como actores sociales.

La comprensión del objeto diseñado como un texto cultural funciona como un punto de anclaje para observar al diseño desde una perspectiva que incluye a todos los actores en su ejercicio; también visibiliza la naturaleza cultural del pensamiento proyectual, toda vez que éste se transforma desde la interacción de los receptores con el objeto diseñado y la red de significados contenida, lo que sugiere que el pensamiento proyectual se sitúa en un diálogo entre diseñadores y usuarios que se expande y transforma constantemente; asimismo, al señalar la discursividad del diseño, expone la importancia de considerar las situaciones y posturas sociales-culturales desde las cuales los actores participan en los hechos; finalmente, las articulaciones entre el

hecho de diseño, hecho cultural y texto cultural, dibuja al ejercicio del diseño como un fenómeno cultural.

HACIA UNA PERSPECTIVA CULTURAL EN LA ENSEÑANZA DEL DISEÑO

La ciencia, como actividad, busca encontrar en la realidad lo necesario, universal y abstracto que entregue la verdad con certeza; por lo tanto, la investigación es consecuencia del movimiento natural del saber que constituye al ser humano (García, 1996); por ello, el desarrollo de la ciencia a través de sus disciplinas es un proceso que evoluciona de forma sistémica y de manera constante. Cada campo de estudio se extiende y en su dinámica se encuentra, atraviesa y dialoga con otras disciplinas; los seres humanos que las sostienen, destilan en ellas su forma de pensar y construyen nuevas visiones con las que contrastan la realidad para comprenderla; este ejercicio interdisciplinario ha dado cabida a un desarrollo activo y profundo de la ciencia en sus diferentes disciplinas.

El diseño, que nace primordialmente del hacer, se ha forjado un espacio en la ciencia al construir “una teoría del diseño, una visión clara y distinta del hacer productivo creativo del hombre y de las formas materiales que produce, que puede distinguir los problemas que se plantean en relación con las necesidades humanas” (García, 1996, p. 183). Esta teoría se integra de diversos saberes que se articulan en función de los fenómenos, también dinámicos, que surgen alrededor de su ejercicio.

Desde su nacimiento oficial en México hasta la fecha, el ejercicio del diseño ha evolucionado con base en las demandas locales, los referentes externos, las discusiones teóricas, las propuestas metodológicas y los cuestionamientos sociales; dicha transformación se ve reflejada en la manera en la que ha cambiado la enseñanza del diseño. En diferentes etapas históricas, se reconoce la enseñanza similar a un oficio, que evoluciona, primero hacia una profesión formada en instituciones académicas y después hacia una disciplina que integra un cuerpo de conocimiento propio que se nutre de la reflexión teórica y la experiencia del ejercicio (Ariza, 2007). Actualmente, la enseñanza del diseño se ha diversificado desde el diálogo interdisciplinario y las necesidades humanas actuales, lo cual ha generado diversos debates sobre la forma en la que se debe dirigir y los ejes sobre los que se necesitan construir los programas académicos.

En este escenario se reconoce que aun con la riqueza teórica que el diseño social ha forjado, persiste la percepción de que esta práctica es paralela (incluso marginal) al diseño de mercado y que sólo se impulsa por la buena voluntad de algunos en circunstancias sin fines de lucro (Manzini, 2015); por ende, no logra posicionarse lo suficiente para integrarse en los programas académicos de forma transversal, y limita su interiorización en el pensamiento proyectual de los diseñadores, aun en un contexto en el que es apremiante la necesidad de formar diseñadores socialmente sensibles, conscientes y responsables.

El diseño social como enfoque ha dado cabida a relaciones interdisciplinarias que han enriquecido su ejercicio; sin embargo, queda pendiente la generación y aplicación de estrategias que hagan explícita la articulación entre la cultura y el diseño, desde la formación académica, para poder establecer un pensamiento crítico y consciente en las nuevas generaciones que logren posicionar el enfoque de forma transversal. Aunque todavía incipiente, la integración del diálogo interdisciplinario entre antropología y diseño al paradigma de la enseñanza se perfila como la continuidad de la construcción de un diseño social y transdisciplinario en la que el diseñador tiene una importante capacidad crítica por encima de su capacidad creativa.

La comprensión del diseño como un hecho cultural ayuda a reducir la brecha para llegar a una formación integral en favor de un diseño responsable con prácticas justas en su ejercicio. La cultura puede ser abordada de forma diacrónica o sincrónica; es decir, como un proceso o una configuración determinada en un momento (Giménez, 2021); el hecho cultural integra las particularidades de un contexto específico y permite considerar la identidad de los individuos, las características territoriales, los antecedentes históricos, la espiritualidad, entre otros elementos que conforman la realidad interiorizada que se articula en el pensamiento proyectual. Asimismo, el hecho de diseño considera los enlaces sistémicos entre la realidad, la naturaleza de la necesidad, la subjetividad de los usuarios, la dinámica tecnológica disponible y las características físicas-simbólicas del objeto diseñado.

El diseño es un producto de la cultura y a su vez un mediador cultural; establecer este principio desde el inicio de la formación disciplinar de los diseñadores, resulta fundamental para incidir en el pensamiento proyectual de las futuras generaciones que seguirán transformando realidades.

CONCLUSIÓN

Examinar al diseño desde el enfoque del hecho cultural como una categoría de investigación, implica un abordaje interdisciplinario entre la antropología y el diseño a través de la dimensión simbólica de la cultura. Este diálogo expone la interdependencia entre las formas subjetivadas (pensamientos, creencias, conocimientos) y objetivadas (artefactos, indumentaria, rituales) en una interacción que configura la vida social en la forma de hechos culturales. Este enfoque toma relevancia en las ciencias del diseño al permitir una comprensión más profunda de la cultura como un proceso dinámico y continuo de significación y resignificación, donde los seres humanos constantemente crean, interpretan y transforman sus mundos simbólicos. Integrar conceptos antropológicos no sólo enriquece la práctica del diseño, sino que también promueve una comprensión más profunda de los contextos culturales en los que se inserta.

Desde el quehacer de la enseñanza del diseño, se muestra que a pesar de los avances en el diseño social persisten desafíos en su integración plena en los programas académicos. Es necesario superar la percepción de marginalidad y fomentar su adopción transversal con el fin de lograr una formación integral que prepare a los diseñadores para enfrentar los retos contemporáneos. Para formar futuras generaciones de diseñadores con un enfoque crítico y consciente, es esencial integrar la perspectiva cultural en la educación del diseño. Esto implica enseñar a los diseñadores a considerar tanto las dimensiones simbólicas como materiales de sus creaciones, entendiendo el impacto cultural y social de sus prácticas.

En este sentido, el concepto de texto destaca la inexorable relación entre la cultura y el diseño, donde ambos se enriquecen mutuamente. La cultura influye en el diseño al proporcionar un contexto simbólico y normativo, mientras que el diseño refleja y refuerza los valores culturales a través de sus productos y prácticas. Asimismo, se muestra que el diseño se presenta como un mediador cultural, capaz de transformar realidades y de generar significados en la vida cotidiana; reconocer esta función mediadora es crucial para desarrollar un diseño que no sólo sea funcional y estético, sino también culturalmente relevante y socialmente responsable.

Finalmente, se presenta al diseño como hecho cultural, como un recurso teórico-conceptual que contribuya a la formación de marcos teóricos y líneas de investigación que expandan el cuerpo de conocimiento en favor de la evolución del diseño y su

enseñanza hacia ejercicios tanto innovadores, creativos y comercialmente viables, como justos, críticos y socialmente responsables.

REFERENCIAS

- Ariza, V. (2007). La enseñanza del diseño: evolución en tres etapas. *Actas de Diseño*, 3, 51-58. Universidad de Palermo. <https://dspace.palermo.edu/ojs/index.php/actas/article/view/3293/3550>
- Bourdieu, P. (2007). *El sentido práctico*. Siglo XXI.
- Chávez, N. (2001). *El oficio de diseñar, propuestas a la conciencia crítica de los que comienzan*. Gustavo Gili.
- Consejo Nacional de Humanidades, Ciencia y Tecnología (Conahcyt) (s.f.). *Programas nacionales estratégicos*. Gobierno de México. <https://conahcyt.mx/pronaces/>
- Delgado, A. (2021). *Modelo pedagógico para la enseñanza del Diseño en la educación superior. Modalidad a distancia*. Tesis de Doctorado. Universidad de Guanajuato. <http://repositoriougto.mx/handle/20.500.12059/5227>
- Frascara, J. (2006). La desmaterialización del diseño: un nuevo perfil del diseño de comunicación. En *Primer Encuentro Latinoamericano de Diseño. "Diseño en Palermo"*. Universidad de Palermo.
- García, F. (1996). *Reflexiones sobre el Diseño*. UAM.
- Geertz, C. (1992). *La interpretación de las culturas*. Gedisa.
- Giménez, G. (2021). *Teoría y análisis de la cultura*. Vol. 1. ITESO, IBERO, UdeG.
- Giménez, G. (2007). *Estudios sobre la cultura y las identidades sociales*. Conaculta Ico cult.
- Ingold, T. (2014). *Design Anthropology is not and cannot be Ethnography*. Research/Network for Design Anthropology, seminar 2, Interventionist Speculations, Copenhagen, 13-14.
- Lotman, I. (2003). La semiótica de la cultura y el concepto de texto. *Entre textos*, 2, 121-126. Universidad de Granada. <http://www.ugr.es/local/mcaceres/entretextos.htm>
- Llovet, J. (1979). *Ideología y metodología del Diseño*. Gustavo Gili.
- Maldonado, T. (1977). *El diseño industrial reconsiderado*. Gustavo Gili.
- Mazini, E. (2015) *Design, when everybody designs: an introduction to Design for social innovation*. MIT Press.
- Papanek, V. (1984). *Design for the real world: Human ecology and social change*. Thames and Hudson.
- Ricoeur, P. (1969). *Le conflit des interprétations*. Éditions du Seuil.

Tapia, A. (2004). *El diseño gráfico en el espacio social*. Designio. Teoría y práctica.

Velázquez, D. y Delgado, A. (2023). *Diseño social, ámbitos de intervención acción. A propósito del Diseño, reflexión y crítica desde la academia*. Bonilla Artigas.

Zavala, L. (2006). *La precisión de la incertidumbre: posmodernidad, vida cotidiana y escritura*. Universidad Autónoma del Estado de México.

II. ANÁLISIS DE LOS VALORES ARQUITECTÓNICOS DEL PATRIMONIO CULTURAL INMUEBLE

*Alejandra Nicolau Mora**

*Marcos Mejía López***

INTRODUCCIÓN

La importancia de la investigación sobre los valores arquitectónicos se fundamenta en el diseño y en la razón de ser de la arquitectura; sus cualidades se describen en los tratados y teorías de esta última, tanto de la antigüedad como de la contemporaneidad. En este trabajo se describen los valores arquitectónicos a través de distintos autores, y se acompañan mediante esquemas, aplicables para la comprensión de los valores que conforman al monumento histórico o contemporáneo. Asimismo, el inmueble puede estar sujeto a un proceso de restauración que comienza a partir de su puesta en valor, proceso que requiere el reconocimiento y entrega a la sociedad de los valores culturales y arquitectónicos que integran a dicho patrimonio edificado.

El reconocimiento de los valores arquitectónicos contempla la definición de la arquitectura y su origen, desde la perspectiva de algunos tratadistas de la antigüedad, así como de la teoría propuesta por José Villagrán, quien fundamenta su trabajo desde una serie de preguntas para la definición de lo que integra al valor arquitectónico, como: ¿Qué es la arquitectura? ¿Cuáles son las cualidades que debe tener un edificio para llamarse arquitectura? ¿Cuál es el origen? ¿Cuáles son los principios de diseño del edificio? De igual modo, se describe el concepto de valor de este autor, quien fundamenta su teoría axiológica, en la propuesta por Max Scheler, sobre la estructura de los valores y propiedades, que pertenecen a esferas autónomas y mantienen una jerarquía.

* Maestra en Conservación y Restauración de Bienes Culturales Inmuebles, Universidad Autónoma del Estado de México, anicolaum002@alumno.uaemex.mx

** Doctor en Arquitectura, Universidad Autónoma del Estado de México, mmejia@uaemex.mx

Algunas de las respuestas a esas interrogantes se identifican en este trabajo desde los tratados arquitectónicos de la antigüedad, *Los diez libros de la arquitectura* de Marco Lucio Vitruvio, *De Re Aedificatoria* de León Battista Alberti, *Los cuatro libros de la arquitectura* de Andrea Palladio y el análisis de una de sus obras *La Villa Godi*. Finalmente, se incorporan las definiciones contemporáneas de José Villagrán García e Israel Katzman. Lo anterior, permite identificar la importancia del análisis histórico de la teoría de la arquitectura para fundamentar el diseño de edificios y para la práctica de la restauración de bienes inmuebles desde el reconocimiento de los valores culturales, que integran al valor arquitectónico como el valor histórico, funcional, social y estético.

DISCUSIÓN

En su libro primero, Vitruvio¹ (2007) define a la arquitectura como una ciencia, la cual se construye a través de la práctica y la teoría; la primera se entiende como el resultado de la experimentación en la materia y consecutivamente en el desarrollo de una forma; la segunda, como la explicación del suceso para su demostración. Este texto también menciona todos los saberes que debe tener un arquitecto para hacer arquitectura, como la medicina, las matemáticas, la astrología, la hidráulica, entre otras.

La arquitectura es una ciencia que debe ir acompañada de otros muchos conocimientos y estudios, merced a los cuales juzga de las obras de todas las artes que con ella se relacionan. Esta ciencia se adquiere por la práctica y por la teoría (Vitruvio, 2007, p. 5).

Asimismo, este autor describe las propiedades o principios de la arquitectura: 1) orden, 2) disposición, 3) euritmia, 4) simetría, 5) decoro y 6) distribución. “La arquitectura se compone de orden, que los griegos llaman taxis; de disposición, a la que dan el nombre de diátesis; de euritmia o proporción (simetría, decoro) y de distribución, que en griego se dice oikonomía” (Vitruvio, 2007, p. 12).

¹ Marco Lucio Vitruvio Polión fue un arquitecto romano (siglo I a. C), quien escribió el tratado de *Los diez libros de arquitectura*, única obra de teoría de la arquitectura de la antigüedad y de esta índole, que aún se conserva y es la base de muchas de las teorías arquitectónicas actuales.

Vitruvio (2007), en su libro segundo, habla sobre el origen de la arquitectura, la cual surge como consecuencia de la habilidad constructora del hombre y de recurrir al fuego. Se menciona que el ser humano primitivo comenzó a construir derivado de su naturaleza, quizás hasta copiando a los animales, por la búsqueda del cobijo y de recurrir al fuego, a través de su utilización y del conocimiento de sus propiedades o beneficios. El ser humano, por lo tanto, decide conservar este nivel de confort, por lo que relacionó la construcción con la necesidad de refugio en torno y a partir del fuego.

León Battista Alberti² (2007) define a la arquitectura como el arte de la construcción; sin embargo, él incluye al trazado como parte fundamental de la arquitectura; también deduce que si se estudiara el trazo de edificaciones del pasado, se podría entender la configuración de aquellos edificios. Esta mención del análisis de las edificaciones pasadas recuerda a la teoría de Villagrán (1992) cuando habla sobre el estudio de las principales formas de valor estético, el cual se puede conocer por medio de la dialéctica y lo práctico experimental de las formas que consideramos bellas.

El arte de la construcción en su totalidad se compone del trazado y su materialización. Toda acción y lógica del trazado tiene como objetivo lograr el medio correcto y solvente de ajustar y unir líneas y ángulos, con que se pueda delimitar y precisar el aspecto de un edificio (Alberti, 2007, p. 61).

La mención e importancia del trazado en el proceso de diseño de Alberti, también se reconoce en los valores arquitectónicos propuestos por Villagrán (1992), valores útiles y estéticos. La utilidad se refiere a la satisfacción de necesidades humanas, así como al valor instrumental que tienen los espacios construidos; de igual modo, el valor estético dentro del trazado se puede vincular con el empleo de la geometría, también en elementos como el ritmo y en la proporción para conseguir la organicidad del objeto, que da como resultado la percepción de la unidad en la forma.

En su tratado, Alberti (2007) habla sobre el posible origen de la arquitectura, explicación distinta a la de Vitruvio (2007), ya que él dice que el ser humano comenzó

² León Battista Alberti (1404-1472) fue un arquitecto italiano del Renacimiento, famoso por su tratado *De Re Aedificatoria*, la fachada de Santa María Novella y el Palazzo Venezia, entre otros.

a construir por necesidad, buscó las mejores ubicaciones para establecerse, además de designar un espacio dependiendo de su función. Primero se necesitaron techos que se soportarían sobre los muros, para así protegerse de las condiciones del sol y de la lluvia, instalando también puertas y ventanas como acceso a los lugares y para el aprovechamiento de las corrientes del aire. Asimismo, Alberti (2007) menciona que para cubrir estas necesidades, la arquitectura deberá de considerar seis elementos para la composición del edificio: el medio, la zona, la repartición, el muro, la cubierta y el hueco.

Palladio³ (2010) no propone una definición específica sobre la arquitectura, ya que afirma en sus textos la influencia de Vitruvio y Alberti para el entendimiento de este arte. Sin embargo, sus antecedentes como trabajador de la construcción (comenzó como cantero) lo ayudaron a eliminar esa gran brecha que normalmente existe entre el proyecto y su ejecución. El diseño de sus edificios, como casas particulares y villas, son referentes internacionales, influyendo especialmente a los arquitectos de Inglaterra, donde existen muchos edificios en el estilo “Palladiano” (Ackerman, 1991).

De acuerdo con Villagrán⁴ (1992), la arquitectura es un arte, no una ciencia, ya que el arte es un hacer y el hacer es una actividad que construye o transforma la materia para lograr una finalidad; de este modo, para que un objeto sea considerado arte debe contemplar tres condiciones: primero, tener una finalidad causal; segundo, la materia debe ser transformada, y finalmente, la forma para lograr transformación será a través de principios de la composición. Citando al autor, la arquitectura es el “arte de construir espacios habitables por el hombre, integralmente conceptuado” (Villagrán, 1992, p. 6). De modo que la materia a transformar será el espacio, el fin será el de habitar y la técnica o proceso para la obtención de la forma será mediante la composición arquitectónica.

³ Andrea Palladio (1508-1580), arquitecto italiano manierista, de quien la mayor parte de su obra arquitectónica se encuentra en Vicenza y Venecia, se le conoce por el tratado de *Los cuatro libros de la Arquitectura*, algunas de las villas más famosas que diseñó son: la Villa Thiene, la Villa Trissino, la Villa Godi, entre otras.

⁴ El arquitecto José Villagrán García (1901-1982), además de ser un gran teórico, siempre ejerció la profesión de Arquitectura. Es conocido por ser uno de los primeros exponentes del funcionalismo de la corriente mexicana, fue también un experto del patrimonio mexicano, el primer presidente del Consejo Internacional de Monumentos y Sitios (icomos) México e incursionó en el campo de la Teoría de la Restauración, autor de la obra *Arquitectura y restauración de monumentos* (Chanfón, 1984).

Israel Katzman⁵ (2000) habla sobre la evolución de la disciplina, del cómo hacer arquitectura y de los objetos que actualmente le competen; entonces, para definirla primero señala los cambios que ha experimentado, desde los tiempos de Vitruvio, cuando los arquitectos diseñaban tanto edificios como puentes, caminos, obras hidráulicas, máquinas y relojes, cuestiones de las que actualmente se encargan las ingenierías, por lo que deduce que la profesión de arquitectura y su definición se ha ido modificando a través de la historia y que, además, se ha ido especializando.

Por lo tanto, el significado de la arquitectura se ha ido transformando a lo largo del tiempo, y está asociado al cambio y procesos históricos dentro de la enseñanza de la disciplina, así como de los objetos de diseño que alguna vez fueron de su competencia. De esta manera, Katzman (2000) indica que la arquitectura “es la actividad de diseñar y dirigir la construcción o transformación fundamentalmente de edificios, pero también de otros objetos artificiales que en su época se consideraron propios de la profesión” (p. 15).

De acuerdo con este autor, los objetos artificiales que diseña la arquitectura son cinco: 1) edificios, 2) suelos artificiales externos o semicontenedores inmuebles descubiertos, 3) cercas y entradas externas, 4) monumentos y 5) contenedores acuáticos inmuebles, todos éstos comparten ciertas características, como estar compuestos de materia, estar diseñados con técnicas similares y que tengan valor estético (Katzman, 2000).

Lo siguiente que se debe conocer para el estudio de los valores arquitectónicos es la definición de valor, históricamente han existido distintas propuestas filosóficas; sin embargo, al tener como objetivo la puesta en valor del patrimonio cultural inmueble, se emplean definiciones de la restauración, disciplina que utiliza la axiología para su curso de acciones, de Cesare Brandi, Carlos Chanfón Olmos y José Villagrán. Primero, refiriéndonos a lo descrito por Villagrán (1992), quien basado en las ideas y estructura de Max Scheler (como se citó en Villagrán, 1992), describe que no existe una sola realidad, sino múltiples realidades y que hay cuatro esferas de la realidad, que corresponden a los diferentes tipos de objetos.

La primera esfera es en donde los objetos son reales, temporales y causales; la segunda, donde los objetos son ideales, intemporales e implicables; en la tercera, los

⁵ Israel Katzman (1930-2021), arquitecto, teórico e historiador de la arquitectura mexicana. Autor de libros como *La arquitectura contemporánea mexicana*, *La arquitectura siglo XIX en México y Cultura, diseño y arquitectura*.

objetos valen, están ligados al objeto, son intemporales, no demostrables, polares, tienen jerarquía y son clasificables de manera autónoma, y finalmente la cuarta esfera, que es la vida, el conjunto de las tres esferas anteriores, los objetos reales, los ideales y los que tienen valores (Villagrán, 1992).

Entonces, de acuerdo con esta lógica, los objetos de diseño, específicamente los de diseño arquitectónico, pertenecen a la tercera esfera, lo que significa que tienen valor; éste es dependiente del objeto, pero independiente del tiempo, del espacio o de la cantidad, no se pueden demostrar, se desplaza entre valer o no valer, tienen jerarquía y también pueden existir autónomamente, sin restar o sumar a otros valores (Villagrán, 1992).

Por lo tanto, las características del objeto arquitectónico es que tiene valor, el cual está ligado a su arquitectura; no está sujeto al tiempo presente; puede tener un valor histórico como es el caso del patrimonio cultural; no se puede demostrar su valor, pero lo tiene; posee polaridad, por eso fluctúa entre valor positivo, neutro y negativo; todos sus valores están sujetos a una jerarquía y son autónomos, lo que significa que uno puede existir sin el otro; por ejemplo, la autenticidad de un edificio no afecta su belleza, o la cantidad de años de un edificio es independiente de su valor de uso.

De acuerdo con la interpretación de la teoría de los valores de Scheler (como se citó en Villagrán, 1992), los valores humanos se pueden agrupar en cinco grupos autónomos: los útiles, los vitales, los lógicos, los estéticos, así como los éticos y religiosos; de ahí mismo, Villagrán propone cuatro categorías de valores para los objetos arquitectónicos, basadas en esta estructura, teniendo como base y con menor validez a: 1) los valores útiles, 2) los valores factológicos, 3) los valores estéticos, y con mayor validez a 4) los valores sociales (Villagrán, 1992).

De esta manera, el valor arquitectónico se deriva de la razón de ser de la arquitectura, de su finalidad que es ser un espacio habitable; contendrá otros valores, que son por sí mismos autónomos entre sí, dependen del objeto, son polares y tienen jerarquía. De este modo, el valor arquitectónico se refiere a las cualidades que tendrán los espacios respecto a cumplir su razón de habitabilidad, incluirá categorías autónomas que se enumeran primero en valores útiles; en segundo lugar, en factológicos; después, en estéticos, y por último en sociales (Villagrán, 1992).

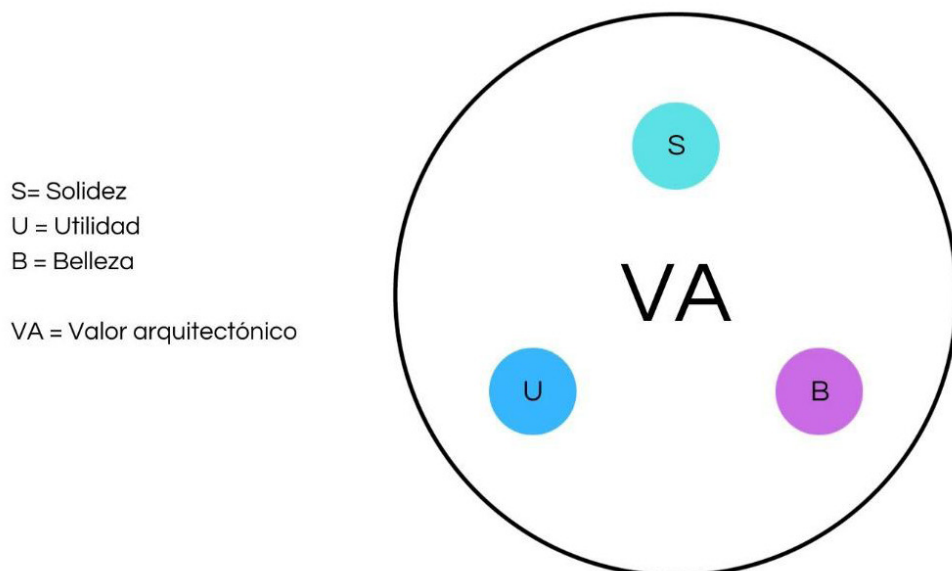
Las primeras menciones sobre los valores arquitectónicos, como las cualidades que conforman a la arquitectura, se encuentran en los tratados arquitectónicos, fuentes históricas documentales primarias. El valor de la tratadística para la restauración surge

de la necesidad de analizar el patrimonio cultural inmueble, que como fuente directa ha perdido algunos o la mayoría de sus elementos arquitectónicos, siendo los tratados, las fuentes documentales de mejor referencia para el reconocimiento de estos valores perdidos (La Spina, 2012).

En la obra de Vitruvio (2007), los valores se describen cuando él afirma que toda edificación será útil, firme y bella, palabras conocidas en latín como *utilitas*, *firmitas* y *venustas*; estas cualidades son la fundamentación para que algo sea llamado arquitectura. Se refiere a la utilidad, cuando se habla de la correcta y congruente disposición de los espacios, a la firmeza, a la calidad de los cimientos o de las estructuras soportantes, y sobre la belleza, al sentido de organicidad o de unidad de un edificio. La lógica y estructura de estos valores nos describen que el edificio primero deberá ser útil, cumplir con las necesidades del diseño; la estructura debe garantizar la estabilidad, seguridad y permanencia de los objetos, para finalmente cerrar con una congruencia o decoro natural (Vitruvio, 2007).

Se busca en todos solidez, utilidad y belleza. La primera depende de la firmeza de los cimientos, asentados sobre terreno firme, sin escatimar gastos y sin regatear avaramente los mejores materiales que se pueden elegir. La utilidad resulta de la exacta distribución de los miembros del edificio, de modo que nada impida su uso, antes bien cada cosa esté colocada en el sitio debido y tenga todo lo que le sea propio y necesario. Finalmente, la belleza en un edificio dependerá de que su aspecto sea agradable y de un gusto por la debida proporción de sus partes (Vitruvio, 2007, p. 17).

Figura 1. Esquema sobre los valores de Vitruvio



Fuente: elaboración propia con base en Vitruvio (2007).

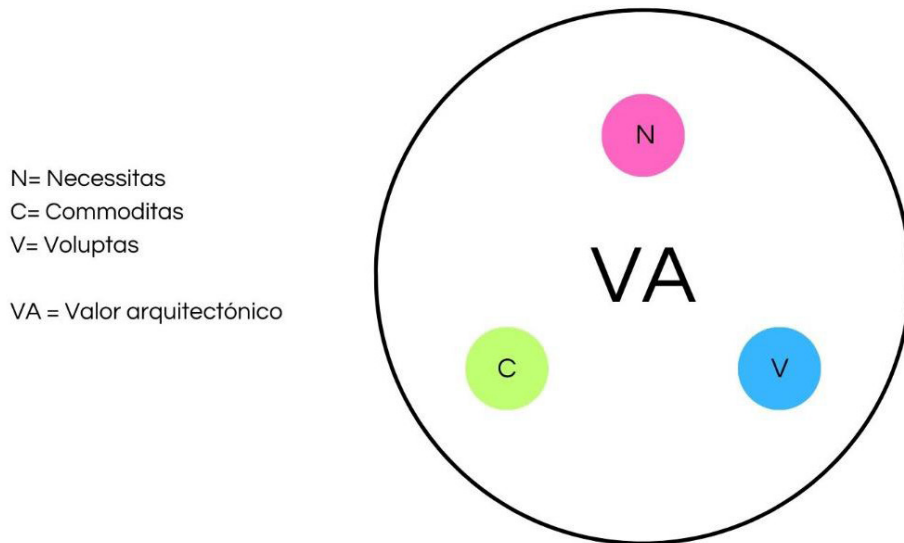
Los principios de diseño de Vitruvio (2007) se integran a los valores que conforman la arquitectura: utilidad, firmeza y belleza; también pueden ser incluidos en los valores propuestos por Villagrán (1992): útiles, factológicos, estéticos y sociales, ya que el orden y la distribución pueden integrarse a los valores útiles, la disposición, euritmia, simetría, como parte de los valores estéticos, el decoro al valor factológico y el valor social inherente a la arquitectura, ya que responde a las necesidades y contextos históricos específicos.

Alberti (2007), en su tratado, también menciona las cualidades que debe tener la arquitectura; sin embargo, a diferencia de la tríada de valores de Vitruvio: *utilitas*, *firmitas* y *venustas*, la suya se conoce como *necessitas*, *commoditas* y *voluptas*, (necesidad, comodidad y placer); además, esta última categoría se asocia con la armonía, con la organicidad del edificio, la cual es una analogía a un organismo en la relación con cada una de sus partes. La mención de la propiedad de organicidad, también la señala

Villagrán (1992) cuando habla sobre el valor estético, y lo necesario para conseguir la unidad en la composición.

De esta manera, el arquitecto, el más importante de los artistas, será capaz de resolver las tres categorías o niveles fundamentales de la arquitectura, que desarrollará todo el trabajo y que surgen de la tríada vitruviana: 1) la “necesidad” (necessitas); 2) la “comodidad” (commoditas) y 3) el “placer” (voluptas) (Rivera, 2007, p. 29).

Figura 2. Esquema sobre los valores de Alberti



Fuente: elaboración propia basado en Alberti (2007).

Igualmente, Palladio (2010) describe de manera acertada que antes de empezar la construcción, es muy importante conocer el proyecto desde su representación gráfica (plantas y alzados), y menciona que los valores propuestos por Vitruvio deberán de ser considerados en cualquier edificio: “Como dice Vitruvio, en toda construcción deben

considerarse tres cosas, sin las cuales ningún edificio merecerá ser alabado. Éstas son: la utilidad o comodidad, la perpetuidad y la belleza” (Palladio, 2010, p. 51). Este autor también seguía lo que de distribución y elementos arquitectónicos mencionaba Vitruvio: “La fachada principal estará orientada al mediodía y tiene una loggia desde la que, por un andito, se entra a la cocina, que recibe la luz por encima de los lugares a ella vecinos y tiene el hogar en medio” (Palladio, 2010, 242).

La Villa Godi, que data de 1537, se identifica como la primera villa de Andrea Palladio, la cual, a pesar de ser la primera, se le reconocen bastantes aciertos en su diseño y ejecución. La obra goza de grandes dimensiones, los muros están aplanados con cal y su fachada se caracteriza por un patrón de ventanas rectangulares, con un ritmo ternario, lo que significa que está ordenado en tres filas. Cada fila de ventanas corresponde a una medida, pero las de en medio son de mayores dimensiones, esto nos permite identificar visualmente un eje central en la fachada de manera horizontal, lo que señala la entrada del inmueble, jerarquizada en forma de torre, el acceso se marca mediante una loggia⁶ al cual se entra gracias a una escalinata (Rybczynski, 2002).

La planta del inmueble también corresponde a un diseño simétrico, encontrándose la casa en el centro, en los extremos los patios y los cobertizos para las actividades del campo. El inmueble está integrado por distintos espacios, como la bodega, la recámara principal, la cocina, el sótano y la sala, este último se caracteriza por tener una serliana,⁷ otro elemento arquitectónico que se emplea para la adecuada distribución de los espacios. El exitoso diseño de la Villa Godi seguramente corresponde a que Palladio logró complementar los valores y elementos de diseño de los tratados, empleados para casas de ciudad en la casa de campo, incorporándola a su contexto rural (Rybczynski, 2002).

Como se mencionó anteriormente, los valores de la arquitectura propuestos por Villagrán son el resultado de una propuesta axiológica: los valores útiles, factológicos, estéticos y sociales. Los primeros se entienden como el valor instrumental del objeto, ya que intercede como el instrumento para alcanzar algo o lograr un fin. Sin embargo, cuando se dice que un objeto arquitectónico es útil, es porque a través de su forma o de

⁶ La loggia o loggia es un elemento arquitectónico que funciona como galería exterior a base de arcos sobre columnas.

⁷ La serliana es un elemento arquitectónico que funciona como vano, ventana o puerta, el cual se divide en tres partes simétricas. El arco de medio punto, en medio, es acompañado en los laterales con dos dinteles. La serliana recibe su nombre por el arquitecto Sebastiano Serlio.

su composición resuelve los problemas de estabilidad mecánica, de constructibilidad y de habitabilidad propios de un edificio, además de ser el programa arquitectónico el instrumento que determinará el valor de utilidad de los espacios (Villagrán, 1992).

Los valores factológicos hablan sobre la verdad y la concordancia. El autor describe cinco tipos de verdad que debe tener la arquitectura. La primera es que debe haber una concordancia entre la naturaleza y el material, o sea que el material no aparente ser algo que no es. La segunda es que haya una concordancia entre la forma y la función, que la forma del objeto arquitectónico sea adecuada al sistema edificatorio que se emplea. La tercera es que haya concordancia entre forma y función, que la forma y su disposición sean adecuadas para la habitabilidad. La cuarta, que exista una concordancia entre la forma interior y la fachada, y la quinta, que la forma corresponda con el tiempo histórico (Villagrán, 1992).

De esta manera, se puede establecer que la validez “verdad” en arquitectura, o sea la forma de realidad del valor factológico o lógica fáctica o de hacer, será, en resumen, concordancia de la forma con su finalidad causal, con su materia primera y con la técnica de transformación empleada (Villagrán, 1992, p. 42).

El valor estético busca la armonía a través de la composición, que es el acto de proporcionar los elementos para obtener un todo en relación con sus partes; entonces, el ideal de la composición es conseguir la unidad orgánica de la forma, mencionado también en Vitruvio y en Alberti. Por lo tanto, se entiende a la armonía como un sinónimo de unidad y de belleza en el objeto arquitectónico (Villagrán, 1992).

El valor social se puede entender como un valor de expresión, al ser el resultado de la forma como reflejo de la construcción cultural; asimismo, la forma arquitectónica puede ser un documento o testimonio para el análisis de una cultura o de un autor: “Esta expresión de la cultura se da a través de las formas adecuadas a lo conveniente de un programa particular, expresa las diversas modalidades del vivir individual y colectivo” (Villagrán, 1992, p. 92).

Figura 3. Esquema sobre los valores de Villagrán

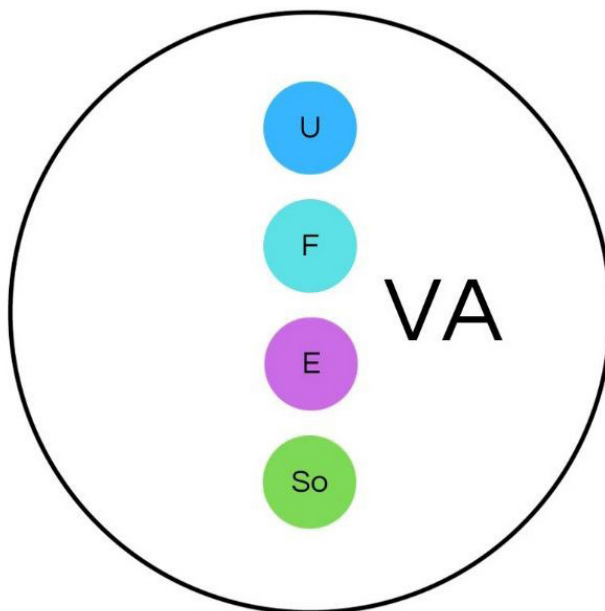
U = Útil

F = Factológico

E = Estético

So = Social

VA = Valor arquitectónico



Fuente: elaboración propia con base en Villagrán (1992).

Los valores arquitectónicos propuestos por Katzman (2000) se dividen en constantes (cualidades motoras) y derivados. Los primeros, que definen u originan la arquitectura, son tres: 1) la tecnileidad, 2) el recreativo-estético y 3) el semiótico o el de significado; estos últimos dos valores están supeditados al primero, y los derivados que se originan de necesidades indirectas y que normalmente provienen de la materialización de la arquitectura son: 1) durabilidad, 2) seguridad y 3) economía, entre los más importantes.

Las sobreposiciones entre los valores parece que son inevitables, sin embargo, se ha tratado de que la clasificación de las metas del edificio fuese completa y sus partes excluyentes entre sí: técnicos, significativos, recreativos-estéticos, durables, seguros, económicos, adecuados a un conjunto urbano, limpios, sin molestias autogeneradas, con control sobre la reflexión de la luz y el sonido (Katzman, 2000, p. 45).

La cualidad de la tecnileidad, en una primera acepción, se refiere al comportamiento que debe tener el espacio aéreo interno como refugio y protección para el ser humano respecto a la temperatura, a las condiciones climáticas (asoleamiento, lluvia, luz, humedad, vientos dominantes, calidad del aire), al ruido, sonidos, olores y a la gente. Después significará sobre la estabilidad y resistencia estructural de los elementos constructivos de la arquitectura, como los cimientos, muros, vanos, puertas y ventanas, columnas, cubiertas, recubrimientos, escaleras y rampas; por último, en las instalaciones (Katzman, 2000). Cada uno de los elementos de la construcción se puede estudiar como un tecnicil, con sus propias características y finalidades que se carga, que se apoya, se fija, se empotra, se cuelga, se pega a otros elementos, para constituir esa unidad inmueble y estable que se llama edificio (Katzman, 2000, p. 137).

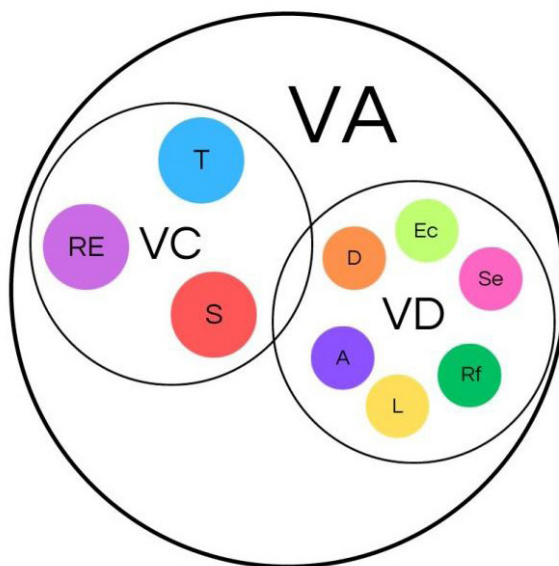
El valor recreativo-estético, la parte recreativa, se refiere a las sensaciones agradables que permiten que se disfrute el espacio, como pueden ser las condiciones de limpieza, de sonido o térmicas, y la parte estética, como la percepción de la belleza, ya que los edificios y su ornamentación siempre deben aspirar a ser bellos. De este modo, el valor semiótico o de significado se encuentra en la orientación, la ascensión y el carácter del edificio, en la sinceridad de uso y en su expresión de la naturaleza, entre otros (Katzman, 2000).

Los valores derivados son aquellos que el arquitecto debe tomar en cuenta; sin embargo, no definen a la arquitectura, ya que no motivan su diseño o construcción. Éstos son la durabilidad, la seguridad y la economía, la adecuación técnica a un conjunto, la limpieza o la asepsia, la reflexión del sonido y de la luz. El valor de durabilidad se refiere tanto a los elementos de la construcción como a las instalaciones y al espacio, esta cualidad puede verse reflejada en el comportamiento de los materiales respecto al deterioro causado por distintos factores externos, como la meteorización o las propiedades físicas y químicas del material y su interacción con otros agentes, así como transformación de su aspecto por el paso del tiempo o por otros agentes de cambio (Katzman, 2000).

Asimismo, la seguridad normalmente está asociada con el valor de durabilidad que deben tener los materiales o los elementos constructivos para evitar que ocurran accidentes en los edificios, aunque también se refiere a la correcta selección de materiales o a la manera en que se diseñan ciertos elementos para evitar problemas futuros, como las fallas eléctricas o riesgo de incendio. El valor de economía se refiere a satisfacer el programa arquitectónico con el menor costo o a buscar la mejor solución geométrica dependiendo la necesidad (Katzman, 2020).

Figura 4. Esquema sobre los valores de Katzman

- T = Tecnilidad
 - RE = Recreativo - Estético
 - S= Semiótico
 - D = Durabilidad
 - Se = Seguridad
 - Ec = Economía
 - A= Adecuación al conjunto
 - L= Limpieza
 - Rf= Reflexión del sonido y luz
-
- VA = Valor arquitectónico
 - VC = Valores Constantes
 - VD = Valores Derivados



Fuente: elaboración propia con base en Katzman (2000).

Carlos Chanfón⁸ (1984), en su tesis doctoral *Fundamentos de la restauración*, considera que hay tres importantes autores que se debe mencionar para hablar sobre Teoría de la restauración, ellos son: Viollet-Le-Duc,⁹ Cesare Brandi¹⁰ y José Villagrán García, tal como se cita a continuación: “En este panorama de casi dos siglos, tres nombres sobresalen por la calidad de sus aportaciones, son Eugene Emmanuel Viollet le Duc, arquitecto e investigador francés; Cesare Brandi, crítico e historiador italiano, y José Villagrán García, arquitecto y teórico mexicano” (Chanfón, 1984, p. 11).

Cesaré Brandi (1995), en *Teoría de la restauración*, menciona la definición de restauración y el objeto de ésta: “La restauración constituye el momento metodológico del reconocimiento de la obra de arte, en su consistencia física y en su doble polaridad estética e histórica, en orden a su transmisión al futuro” (p. 15). Esta definición nos afirma ciertas cosas, primero que sólo se puede restaurar la obra de arte, segundo que sólo se puede restaurar la materia física y tercero que debemos reconocer su valor histórico y estético para asegurar su permanencia. Por lo que, según Brandi, sólo si se reconocen los valores de la obra de arte se puede restaurar.

Por lo tanto, en este trabajo, para cumplir el objetivo del reconocimiento de los valores arquitectónicos, debe de entenderse a la arquitectura como un arte, ya que según el concepto de restauración de Brandi ésta sólo sería posible si se dirige la intervención hacia las obras de arte, en la consistencia física de los valores estéticos e históricos del objeto, o sea, los elementos arquitectónicos. De este modo, solamente se podrá restaurar la materialidad arquitectónica que le confiere la apariencia óptica y háptica de la conformación de los espacios, para la transmisión de los valores culturales a las nuevas generaciones.

Carlos Chanfón invitó personalmente a José Villagrán García para impartir clases en la Escuela Nacional de Conservación y Restauración, sobre su propuesta de Teoría de la Arquitectura y de la Restauración (Villagrán, 1992). Villagrán analiza tres fuentes para definir a la restauración, la obra de Viollet-le-Duc, la de John Ruskin y

⁸ Arquitecto y director de la Escuela Nacional de Conservación, Restauración y Museografía “Manuel del Castillo Negrete”.

⁹ Viollet-le-Duc fue un importante arquitecto y restaurador francés, autor del *Diccionario razonado de Arquitectura* y restaurador de distintos monumentos del siglo XIX.

¹⁰ Cesaré Brandi fue un historiador y crítico de arte italiano, quien fundó el Instituto Centrale del Restauro en 1939, cuyos postulados fueron fundamentales para la redacción de la Carta de Venecia 1964, la Carta del Restauro 1972 y para desarrollar lineamientos para el tratamiento de las lagunas en las obras de arte (Chanfón, 1984).

los puntos de la Carta de Venecia; así que, según él, la restauración se define como un arte, ya que es un hacer y es una acción que busca preservar los valores del monumento o del edificio histórico, a través de distintas operaciones, en su actualidad (Villagrán, 2002).

Del mismo modo que la Teoría de la Arquitectura de Villagrán se fundamenta en una justificación axiológica para la proposición de sus valores, la Teoría de la Restauración ha encontrado en la axiología, como dice Chanfón (1984), un instrumento para su campo de acción, ya que al reconocer los valores de las obras de arte, especialmente el valor histórico y el estético, se pueden solucionar ordenadamente la mayoría de los problemas de restauración y conservación.

Por esta razón, en la teoría de restauración, la axiología es un instrumento eficaz para disminuir la angustia del problema complejo, al permitir una disección metodológica que multiplica los accesos a la posibilidad de comprensión. Para la restauración, la axiología se fundamenta en una verdad axiomática: se protege solamente aquello que vale (Chanfón, 1984, p. 20).

De la misma manera, Chanfón (1984) menciona que la restauración tiene como fin perpetuar la memoria de algo, y sirve como instrumento de la historia para el desarrollo de la conciencia histórica; por lo tanto, propone el siguiente concepto de restauración: “La restauración debe ser la intervención profesional en los bienes del patrimonio cultural, que tiene como finalidad proteger su capacidad de delación, necesaria para el conocimiento de la cultura” (Chanfón, 1984, p. 251). En esta última definición se esclarece la importancia de la conservación de los valores culturales que integran al patrimonio inmueble, sobre todo el valor de la durabilidad, en los materiales y en los espacios que éstos conforman y que son portadores de los valores arquitectónicos.

CONCLUSIÓN

La descripción de los valores que integran al valor arquitectónico, descritos en este texto, desde Vitruvio hasta Katzman, fue el resultado de un análisis de fuentes históricas primarias a lo largo de más de dos mil años, desde el tratado de Vitruvio del siglo I a. C. hasta las teorías de Katzman, con la finalidad de recorrer históricamente la importancia de los valores en el proceso de diseño, para la conformación del objeto arquitectónico. De tal manera, este reconocimiento de los valores arquitectónicos, los cuales últimamente no se consideran dentro de los procesos de diseño, surge de la importancia que éstos han tenido en la historia de las edificaciones, en la teoría, en los textos de los tratadistas, así como en los métodos de restauración para el patrimonio cultural inmueble.

Por lo tanto, el análisis y construcción del valor arquitectónico del patrimonio inmueble se realiza a través del reconocimiento e identificación de la identidad de la arquitectura o sus cualidades únicas, mediante la revisión de la tratadística, teorías de la arquitectura y otros postulados, lo que significa que este valor demuestra el potencial de contemplar más valores y así poder volverse un concepto mucho más complejo, mediante la revisión de distintas fuentes directas e indirectas.

El reconocimiento del valor arquitectónico para el diseño influye directamente en el proceso de diseño arquitectónico, pues el entendimiento de los valores que lo integran, ya sean los útiles, el objeto como valor instrumental, se refleja en el programa arquitectónico y el de necesidades. Algunos principios vitruvianos, como el orden, pueden correlacionarse con la utilización del módulo, la retícula o los patrones, fundamentos de diseño que se emplean actualmente, y el principio de distribución que consecuentemente aporta al sistema de organización o al partido arquitectónico. Asimismo, el decoro habla del carácter del edificio, de la verdad en la arquitectura, que es la congruencia del objeto arquitectónico con su función, materialidad y usuario.

Las acciones de restauración para el patrimonio cultural se fundamentan en asegurar la permanencia de los valores culturales para su transmisión a las próximas generaciones. Por lo tanto, Cesare Brandi menciona que la obra deberá transmitir sus valores al futuro, así como la definición de Chanfón, quien describe que el fin de la restauración es perpetuar la memoria y la durabilidad del objeto arquitectónico que la contiene. De esta forma, la importancia del reconocimiento de los valores arquitectónicos del patrimonio cultural inmueble consiste en conservar aquello

que conforma nuestra identidad, la autenticidad de las edificaciones, que es parte de nuestra herencia cultural, además de influir directamente en nuestras dinámicas sociales como usuarios del patrimonio inmueble.

Finalmente, se busca que el análisis histórico de los valores arquitectónicos, mencionados en este trabajo, permita integrarlos al proceso de diseño actual por lo que significan y comprenden, considerando que el conocimiento de los valores útiles, técnicos, estéticos, sociales, dará un mayor valor al diseño de cualquier objeto arquitectónico. De igual modo, el análisis y reconocimiento de los valores arquitectónicos del patrimonio inmueble, no debe deslindarse del contexto histórico cultural para el que fue creado, así como también es parte integral de la identidad de nuestras sociedades.

REFERENCIAS

- Ackerman, J. S. (1991). *Palladio*. Penguin books.
- Alberti, L. B. (2007). *De Re Aedificatoria*. Akal.
- Brandi, C. (1995). *Teoría de la Restauración*. Alianza Forma.
- Chanfón Olmos, C. (1984). *Fundamentos Teóricos de la Restauración*. (Tesis de Doctorado, Universidad Nacional Autónoma de México). Repositorio Universitario Facultad de Arquitectura.
- Katzman, I. (2000). *Cultura, diseño y Arquitectura*. Conaculta.
- La Spina, V. (2012). *El valor de la tratadística para la conservación del patrimonio arquitectónico*. En M. C. San Nicolás del Toro, XXIII Jornadas de Patrimonio Cultural de la Región de Murcia, (págs. 409-419). Tres Fronteras.
- Palladio, A. (2010). *Los cuatro libros de la Arquitectura*. Akal.
- Rivera, J. (2007). Introducción. En L. B. Alberti, *De Re Aedificatoria* (págs. 7-54). Akal.
- Rybczynski. (2002). *The Perfect House. A journey with the renaissance Master Andrea Palladio*. Scribner.
- Villagrán García, J. (1992). *Integración del valor arquitectónico*. Colección de Libros CYAD.
- Villagrán García, J. (2002). Arquitectura y restauración de monumentos. En D. D. *Inmueble, Arquitectura y Conservación*. Conaculta, Cuadernos de Arquitectura 4.
- Vitruvio, M. L. (2007). *Los diez libros de arquitectura*. Iberia.

III. LAS INFLUENCIAS CULTURALES CRUZADAS EN EL ARTE Y EL DISEÑO CONTEMPORÁNEO: EXPLORACIÓN DE LA DIVERSIDAD CULTURAL EN CREACIONES ARTÍSTICAS Y OBJETOS DE DISEÑO

*Celia Guadalupe Morales González**
*María de las Mercedes Portilla Luja***

INTRODUCCIÓN

Las influencias culturales cruzadas como fenómeno de investigación han sido objeto de interés creciente en estudios interdisciplinarios que buscan comprender cómo las interacciones entre diferentes culturas moldean y enriquecen la diversidad y los intercambios en la cultural global; desde su análisis, se busca comprender cómo contribuyen a la creación de identidades híbridas, al establecer el diálogo intercultural en un mundo interconectado; y en el contexto, el arte y el diseño son moldeados por una amplia gama de estilos y técnicas, lo que resulta en una creciente presencia e influencia en el proceso de creación artística y diseñística.

Por lo anterior, el objetivo de esta investigación es analizar los mecanismos y procesos mediante los cuales se producen y se transmiten las influencias culturales cruzadas, incluyendo migraciones, comercio, medios de comunicación y tecnología; el fin es examinar que las culturas de todo el mundo sirven como fuentes de inspiración y que están en posibilidad de generar elementos estilísticos y simbólicos que se traducen de manera innovadora en diversas expresiones creativas, las cuales provienen del arte callejero, la moda global, la arquitectura multicultural, la ilustración y el diseño gráfico. En este sentido, se explora que desde la fusión de estilos se crean composiciones visualmente estimulantes y culturalmente diversas, y que la evolución de las herramientas tecnológicas atraviesan el arte digital desde donde se aborda la

* Profesora de Tiempo Completo de la Facultad de Artes, Universidad Autónoma del Estado de México.

** Profesora de Tiempo Completo de la Facultad de Arquitectura y Diseño, Universidad Autónoma del Estado de México.

iconografía y las obras que escudriñan la identidad cultural y la globalización; que integradas, sirven para evaluar las implicaciones prácticas y éticas de las influencias culturales cruzadas en términos de apropiación, diversidad y preservación del patrimonio cultural.

En este proyecto se incluye el enfoque interdisciplinario con base en los fundamentos de un marco teórico intercultural, enfatizando la reflexión crítica para poder realizar el análisis de una selección representativa de creaciones artísticas y diseños contemporáneos que exhiben y ponen de manifiesto las influencias culturales cruzadas, con la finalidad de identificar los patrones, las múltiples tendencias, sus cruces e hibridaciones. Los resultados preliminares de este estudio revelan una variedad de formas en que las culturas del mundo influyen y han servido como patrones visuales para el proceso proyectual del diseño y el arte contemporáneo; además, permite la reflexión para valorar la importancia de la fusión de estilos en lo diseñado y su reinterpretación en múltiples espacios y escenarios como, por ejemplo, el arte callejero con una amplia gama y mezcla visual de influencias culturales que emerge como un medio poderoso para explorar estos temas, invitando a una reflexión profunda sobre las complejas interacciones entre las culturas del mundo.

Por lo tanto, la influencia multicultural genera una variedad de expresiones creativas, donde las culturas del mundo se entrelazan para crear obras visualmente estimulantes y culturalmente diversas, que sirven como fuente de inspiración y son el medio para fomentar el entendimiento y la apreciación de la diversidad cultural en un mundo cada vez más interconectado. Finalmente, se espera que este proyecto genere nuevos conocimientos sobre las influencias culturales cruzadas y su papel en la configuración de la diversidad global, además de que promueva el diálogo intercultural, la inclusión y el respeto mutuo entre las comunidades de todo el mundo.

DIVERSIDAD CULTURAL GLOBAL

La diversidad cultural implica una serie de retos que busca transformar la realidad mediante el establecimiento de las derivas de distintas identidades culturales que se han hibridado y que hoy promueven el diálogo intercultural a nivel global. Dan cabida a espacios de creación en donde el arte y el diseño son vehículos que se moldean por

una serie de estilos, técnicas e ideas que provienen de diferentes culturas y que dan como resultado una mezcla de elementos conceptuales y visuales que son empleados en el arte y el diseño y transformados en motivo de consumo; así como lo refiere Lins (2011), “La antropología del mercado enseña, entre otras lecciones que los mercados son lugares de interconexiones entre distintos grupos étnicos, zonas ecológicas y locales de producción” (p. 9). Por tal motivo, es evidente la proliferación de estos artículos para el consumo.

Desde hace 23 años, en la declaración de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) sobre la Diversidad cultural (2001), se formularon distintos artículos en donde recomiendan respetar los acuerdos internacionales que se estimen convenientes para facilitar la libre circulación de las ideas por medio de la palabra y la imagen, ideas que han permanecido hasta la época actual y que incluyen a todas las iniciativas e innovaciones sobre la producción artística, la cultura y el diseño. En este sentido, se ha hecho el análisis a partir de la selección de una serie de artículos que se han considerado pertinentes para el estudio, así como la de un anexo, de donde se obtuvieron ideas para formular la metodología y los fundamentos para el planteamiento del proyecto. En la tabla siguiente, se presenta un breve análisis y desplazamiento de ideas que se han extraído del documento citado.

Tabla 1. Declaración de la UNESCO sobre diversidad cultural

	Idea	Desplazamiento
1	La diversidad cultural, patrimonio común de la humanidad	Originalidad y pluralidad de las identidades, fuente de intercambio de innovación y de creatividad
2	Pluralismo cultural	Cohesión social para el desarrollo de las capacidades creadoras
3	La cultura como fuente de desarrollo social	Tener acceso a una existencia intelectual, afectiva, moral y espiritual, que otorgue cierta satisfacción a las y los individuos y que sea accesible
4	Diversidad creativa	Lograr la plena realización de los derechos culturales y tener la libertad de participar en la vida cultural que se elija.

5	El patrimonio cultural como fuente de creación	Toda creación tiene su origen en las tradiciones culturales que alcanzan su pleno desarrollo en la interacción con otras culturas
6	Nuevas perspectivas para la creación y la innovación	Incluye los bienes y servicios culturales, mercancías distintas de las demás, abrir espacios de intercambio, innovación y creación, para hacer frente a la globalización cultural.

Fuente: elaboración propia con base en UNESCO (2021).

De esta información surgen cuestionamientos sobre la coexistencia de lo investigado, desde lo local hasta lo global de la cultura en una sociedad, cuyas implicaciones refieren aceptar y valorar las diferencias que incluyen las tradiciones, creencias, valores, lenguas y modos de vida, así como las implicaciones que se presentan al homogenizar los productos y servicios culturales para alcanzar la interacción entre culturas y sus repercusiones. En este sentido, existe un sector creativo que ha logrado apropiarse de estas influencias y se ha beneficiado de la riqueza de otras culturas, respetando su esencia para contribuir a la creación de sociedades justas y más equitativas; también hay otro sector que se ha valido de estas prácticas para realizar intercambios comerciales con fines de lucro, evitando que las influencias culturales se desdibujen e invisibilicen y no sean consideradas como parte del desarrollo económico y cultural.

LAS INFLUENCIAS CULTURALES CRUZADAS Y SUS EFECTOS

El fenómeno del cruce de culturas se manifiesta como un proceso dinámico en el que convergen diversas tradiciones, generando un espacio propicio para la interacción y la hibridación creativa. Este encuentro de culturas fomenta una apertura mental y una disposición a explorar nuevas posibilidades, tanto en el ámbito creativo como en el desarrollo de objetos innovadores. Su fundamento esencial reside en la sostenibilidad, integrando tecnologías contemporáneas con el saber ancestral, lo cual asegura un respeto profundo por la esencia y los valores culturales de las comunidades implicadas.

En este sentido, el cruce de culturas no sólo refleja la riqueza de las tradiciones locales, sino que también preserva y revitaliza los conocimientos transmitidos a lo largo de generaciones, promoviendo un diálogo continuo entre lo tradicional y lo moderno.

En estas hibridaciones los procesos de creación tienen impacto en la producción de objetos ornamentales y utilitarios que emanan de las distintas perspectivas culturales, las cuales aportan técnicas para el diseño y enriquecen el proceso creativo con estilos provenientes de tradiciones que ayudan a inspirar motivos y patrones característicos de las distintas culturas del planeta. Son objetos estéticamente atractivos y motivo de inspiración para la confección de textiles, prendas de vestir, accesorios diversos, cerámica, artesanía, tejidos y bordados, entre otros.

Durante el proceso, cada cultura se encarga de compartir técnicas, materiales y las cualidades que les distinguen; por ejemplo, el uso de recursos originarios, autóctonos y naturales que se combinan con técnicas ancestrales para el diseño, la elaboración, el decorado y la producción. Sin embargo, la gran repercusión que generan se debe al fenómeno de la globalización que desvirtúa y diluye la riqueza cultural de los objetos y piezas que conservan aún su esencia cultural y que, al reproducirlos en serie, se lleva a cabo la fusión indiscriminada e inconsciente de estilos y técnicas con sistemas que no cuentan con un proceso de certificación o reconocimiento legal para restringirlos, aumentando las prácticas de hibridación inconscientes, cuya finalidad es la comercialización de productos indiferenciados sin un valor estético y cultural, y su único propósito es el uso común y ordinario, dando paso al establecimiento de otra historia social que requiere atraer la mirada en futuras investigaciones.

Por este motivo, las implicaciones más relevantes en los procesos de cruces culturales están vinculadas a la generación y perpetuación de estereotipos, los cuales producen un imaginario étnico basado en ideas simplificadas y reduccionistas sobre las identidades culturales. Estos estereotipos tienden a transformarse en clichés, resultando en una representación distorsionada de los grupos implicados. Las generalizaciones que se derivan de este proceso afectan tanto los aspectos físicos como los culturales, lo que lleva a una representación estereotipada de los grupos cuando intentan reflejarse en objetos o prendas de vestir.

Un ejemplo claro de este fenómeno puede observarse en los mercados artesanales en México, donde los patrones visuales y estéticos se repiten en una amplia variedad de productos; esta homogenización de elementos culturales provoca una pérdida de lo atractivo y de autenticidad, ya que la mezcla indiscriminada de aspectos culturales

afecta la capacidad de reconocer y valorar los rasgos esenciales que caracterizan a cada grupo. De esta manera, el cruce cultural corre el riesgo de diluir la diversidad y la riqueza de las tradiciones locales, transformándolas en productos estandarizados que pierden su significado profundo y su conexión con la identidad original.

Las causas subyacentes a los cruces culturales son múltiples y responden a factores interrelacionados que reflejan transformaciones de carácter cultural, tecnológico y económico. Como se ha referido, uno de los principales catalizadores de estos cambios es la globalización, que ha acelerado el intercambio cultural y la difusión de ideas a escala global, porque facilita la adopción de elementos de otras culturas, que se integran de manera inconsciente o deliberada en diferentes contextos, ya sea por la apreciación estética o por la influencia que ejercen las formas y los rasgos provenientes de otras regiones del mundo, que pueden ser visualmente atractivas y estilísticamente adaptables.

En este sentido, el acceso masivo a Internet y el auge de las redes sociales han desempeñado un papel crucial en el fenómeno, brindando a los creadores de contenido y a los artistas una plataforma para obtener inspiración y, al mismo tiempo, compartir sus ideas de manera instantánea. Esta conectividad global ha reducido las barreras geográficas y culturales, permitiendo una circulación fluida de conocimientos, estilos y expresiones creativas que, en muchos casos, se integran en la producción cultural sin una reflexión profunda sobre su origen o significado. Como resultado, los procesos de hibridación cultural se intensifican, lo que favorece la creación de productos culturales que combinan elementos locales y globales de manera novedosa, aunque en algunos casos, a expensas de la autenticidad cultural; así como lo refiere Álvarez (2016):

Las altas tasas de concentración poblacional y los grandes movimientos migratorios campo-ciudad, y ciudad-ciudad (internacional) han dado lugar a fenómenos característicos de la ciudad de la era global que hacen de los enclaves duales, divididos y desintegrados, los sitios donde se concentran y coexisten las poblaciones más privilegiadas y las más desfavorecidas (p. 503).

En la actualidad, existen diversas plataformas digitales como Instagram, Pinterest y Etsy, que facilitan el descubrimiento de nuevas tendencias y estilos provenientes de diferentes culturas, los cuales se fusionan con otros enfoques estéticos. Estas plataformas permiten a los usuarios acceder a una vasta gama de influencias

culturales, fomentando la interacción y combinación de elementos estilísticos de distintas tradiciones. Un ejemplo de esta dinámica se da a partir del auge del arte digital, que otorga a los artistas la posibilidad de reinterpretar y resignificar símbolos tradicionales en contextos modernos y tecnológicos. Así, patrones textiles indígenas son transformados en gráficos digitales interactivos, los cuales se integran en una variedad de productos y objetos contemporáneos.

Por otro lado, la migración y la movilidad global son fenómenos clave que también contribuyen a la mezcla de tradiciones artesanales. Las personas migrantes, al trasladarse a nuevos territorios, llevan consigo conocimientos ancestrales que comparten e integran con los materiales y recursos disponibles en sus nuevas comunidades. Este intercambio cultural da lugar a la implementación de técnicas alternativas y a la creación de objetos híbridos que, aunque mantienen ciertos rasgos de su tradición original, ven diluida su esencia cultural. A medida que estos objetos se transforman a través del tiempo y el contexto, la hibridación resultante refleja la complejidad y la fluidez de las identidades culturales que se comparten a través de diversas interconexiones. Estos objetos reciben aceptación entre los consumidores, pero quedan situados en un no lugar, en coincidencia con los argumentos de Marc Augé; es decir, se ubican y permanecen en el anonimato, adquieren un espacio simbólico que deviene un conjunto de alteridades auténticas que dejan sin sentido al origen y a las identidades que se superponen al mundo real.

La demanda del mercado constituye un factor crucial en la transformación y evolución de los objetos culturales, ya que se busca que éstos incorporen innovaciones y rasgos estilísticos más atractivos para el consumidor, son lugares en donde los espacios se confunden y las identidades se inventan. Este fenómeno impulsa a diseñadores y artesanos a experimentar con la combinación de estilos, materiales y técnicas diversas, generando productos que reflejan una fusión creativa de tradiciones y tendencias contemporáneas. A medida que estos objetos se comercializan y se trasladan a distintos lugares, sus estilos se van modificando y adaptando a nuevos contextos, con ello contribuyen a una movilidad cultural constante, en gran parte por la actividad turística.

Otro aspecto relevante es la creciente diversificación de los programas educativos y talleres internacionales dirigidos a creadores y productores. Estas iniciativas proporcionan una plataforma para el intercambio de conocimientos y habilidades, permitiendo a los participantes aprender nuevas técnicas y estilos provenientes de

diferentes partes del mundo. Como resultado, los artesanos y diseñadores adquieren herramientas que les permiten expandir su repertorio creativo, lo que a su vez contribuye a la creación de objetos híbridos que incorporan elementos tanto locales como globales. Este intercambio global de saberes y prácticas artesanales refuerza la capacidad de innovación en los procesos creativos, aunque también plantea desafíos en términos de la preservación de las identidades culturales originales.

En suma, la creciente colaboración transnacional permite un intercambio constante de ideas, diseños, materiales y técnicas entre diversas regiones, porque los proyectos de colaboración que cruzan fronteras culturales y geográficas han facilitado la difusión de tradiciones culturales y artesanales; así, contribuyen a la expansión de su alcance y visibilidad a nivel mundial por la reducción de las barreras entre culturas que ha generado un entorno donde las prácticas artesanales y simbólicas de distintas regiones se combinan y reinterpretan, dando lugar a creaciones híbridas que reflejan la interacción entre lo local y lo global; es decir, se ha creado un fenómeno de collages culturales, en donde se ofrece lo mismo y se carece de identidades en cualquier lugar y momento, con la facilidad de adaptarse para llenar de contenido comercial los mercados turísticos, despersonalizando al objeto y sacándolo de su entorno con la finalidad de agradar a quienes consumen.

En este contexto, se abordan temas de relevancia global que dialogan indiscriminadamente con símbolos, iconografía y mitologías indígenas, así como con elementos religiosos y de la cultura pop contemporánea. Este cruce de influencias no sólo contribuye a la desmitificación de las tradiciones ancestrales, sino que también permite que se modifiquen para adecuarse a los contextos actuales en donde adquieran nuevas interpretaciones y nomadismo. Sin embargo, este fenómeno también plantea interrogantes sobre la apropiación cultural y la preservación de la autenticidad, ya que la incorporación de elementos de distintas culturas en un mismo producto o diseño puede diluir su significado original al trivializar su valor simbólico.

LAS INFLUENCIAS CULTURALES Y EL DISEÑO GRÁFICO

El diseño gráfico se ha caracterizado por estar en constante evolución, y es evidente que las influencias culturales son significativas porque han transformado las prácticas

tradicionales y las perspectivas teóricas, generando proyectos y productos en donde es posible observar la diversidad y la interconexión de los efectos de la globalización. Estas transformaciones incluyen estilos diversos, simbolismos y técnicas para incorporar elementos visuales que se toman de diferentes culturas, como patrones tradicionales, tipografías, colores, íconos y texturas, entre otros, que tienen fuerte atractivo visual y que resuenan culturalmente con gran diversidad estética, al otorgar al diseño la posibilidad de establecer interconexiones globales de carácter universal.

Estas influencias culturales estimulan la creatividad y la innovación, ya que con ellas se puede explorar y experimentar el uso de elementos visuales provenientes de distintas tradiciones y obtener productos originales con una carga simbólica que desafía las convenciones de la apropiación cultural fuera de sus contextos originales; sin embargo, se requiere de un análisis profundo y respetuoso de cada cultura, debido a que las creaciones son percibidas y entendidas por distintas audiencias que tienen diversas capacidades y perspectivas culturales para evitar caer en la homogenización, fenómeno que resuena en los estilos y tendencias populares en donde se pierden rasgos culturales y auténticos que exige encontrar un equilibrio para la preservación de las características identitarias que deben rescatarse sensiblemente para honrar a cada cultura con responsabilidad; por ejemplo, se ha generado controversia y debate sobre la apropiación cultural y el respeto al reconocimiento de las culturas originarias referentes al uso de símbolos indígenas en la moda y los objetos de diseño.

Por ejemplo, *La Catrina* de José Guadalupe Posada históricamente ha sido de gran influencia en la moda global, ya que aparece en diseños de alta costura, joyería, tatuajes y en objetos híbridos que fusionan los elementos tradicionales con su estética original; esta representación ha llegado a ser considerada un ícono de la cultura mexicana para las celebraciones de Día de Muertos y ha logrado gran trascendencia simbólica y significativa. De la misma forma, la cerámica de talavera originaria de Puebla tiene su origen en la cerámica española, que recibe a su vez influencias interculturales de motivos estilísticos árabes en donde se fusionan estilos, formas, colores y texturas que siguen los patrones culturales de origen y que se mezclan con tendencias de estilo contemporáneo. Finalmente, los textiles y los tejidos combinan diseños autóctonos con diseños contemporáneos de las empresas de moda más icónicas, como el tartán escocés que tiene gran tradición europea y que es un diseño muy recurrente para la fabricación de prendas de vestir en cualquier parte del mundo.

LAS INFLUENCIAS CULTURALES EN EL ARTE

El arte contemporáneo se ha enriquecido al diversificar las prácticas artísticas en donde se promueve un diálogo intercultural que plantea nuevos desafíos relacionados concretamente con la autenticidad y la complejidad de las culturas involucradas. Peter Burke (2010), estudioso de la historia social y cultural, refiere una hibridación cultural como un proceso en donde se combinan elementos de diferentes culturas para crear algo distinto como una especie de intercambio bidireccional y la transformación de las culturas involucradas, proceso que es inevitable para la conformación de la historia de la humanidad.

Por este motivo, la idea sobre mezclar técnicas, estilos y símbolos de diversas culturas y sus tradiciones lleva a la creación de obras y proyectos artísticos significativos que reflejan la realidad de un mundo que ha recibido los efectos de la globalización. Los y las artistas han tomado como fuente de inspiración estas influencias y las han transformado al promover el diálogo, la comprensión y el respeto entre las culturas. Estas influencias representan un fenómeno complejo y multifacético que ha cambiado a nivel global la producción artística y sus nuevas formas de expresión, en donde las fronteras son más permeables y expanden los límites del arte; al incorporar estas perspectivas son contenedoras de riqueza y complejidad porque buscan resaltar las conexiones entre tradiciones, identidades y técnicas, creando obras innovadoras y culturalmente significativas.

Un ejemplo que permite ilustrar lo anterior es la obra *The Invisible Cities*, de Rafael Lozano-Hemmer, artista México-canadiense que combina el arte y la tecnología; en este proyecto utiliza datos de distintas ciudades del mundo y crea una instalación visual y sonora que refleja la diversidad cultural y la conectividad global. Toma influencias de la arquitectura y la literatura, inspirado en el libro *Las ciudades invisibles* de Ítalo Calvino, y las culturas urbanas para experimentar las similitudes y diferencias entre ciudades destacando la naturaleza híbrida de los espacios urbanos actuales.

Otra obra representativa es *Interloop-Architecture of Memory*, de Ai Weiwei, artista y activista chino creador de esta instalación que consiste en una serie de marcos de ventanas reciclados de la dinastía Ming y Qing, con un enfoque contemporáneo en la preservación y resignificación de materiales históricos estableciendo un diálogo entre el pasado y el presente, fusionando la cultura tradicional china con prácticas

artísticas contemporáneas. Son algunos ejemplos que demuestran cómo las influencias culturales cruzadas crean obras poderosas en donde se exploran temas de identidad, historia que promueve un diálogo intercultural.

Las influencias culturales cruzadas también se pueden visualizar en el arte callejero, reflejo vivo y dinámico de las hibridaciones culturales que se pueden ver en todo el mundo. Esta forma de arte, en donde los murales, las instalaciones, las performances y los grafitis se tornan en un medio con gran potencia para expresar y fusionar la cultura, se ve influenciada por una fusión de estilos que combinan técnicas tradicionales de grafiti con arte digital, pintura tradicional, arte pop, diseño gráfico y otros, donde se crean obras únicas que reflejan gran riqueza cultural y artística, también con un fuerte potencial para el activismo social y político a través de plataformas digitales en donde se abordan temas sobre justicia social, cambio climático, desigualdad y otros, que llegan a distintas audiencias, pero que aún son de naturaleza efímera y fragmentada.

Estas expresiones artísticas reflejan el intercambio cultural, en donde se concentran artistas callejeros de diferentes partes del mundo que colaboran y se inspiran mutuamente; esto genera elementos artísticos que se van combinando y transformando, pero siguen empleando rasgos esenciales de su cultura que se fusionan con otros elementos estéticos; por ejemplo, los colores vivos provenientes de la cultura latinoamericana con el minimalismo y el arte urbano japonés, el cual se ha posicionado con gran intensidad en los grupos urbanos que expresan una crítica simbólica sobre temas como el cambio climático, la migración, la identidad cultural, la justicia social que permite reconocer la importancia y la reflexión crítica sobre el fenómeno, así como lo refiere Herrera (2016).

En este implícito deseo de futuro se pueden apreciar tanto las huellas de la “teoría de la dependencia” como del pensamiento identitario de la tradición autonomista latinoamericana, puesto que a lo que apunta en definitiva la *transculturación* es que las culturas regionales, en su lucha por no desaparecer, deben sincretizarse con la modernización. (p. 6)

Los espacios urbanos se transforman en lienzos compartidos que promueven la interacción y amalgaman las identidades culturales, las cuales se hacen visibles en murales o performance colaborativos que resignifican los espacios urbanos que

resuenan con estilos y mensajes de personas, quienes intentan transmitir los aspectos de sus culturas al crear obras híbridas que reflejan su situación de vida, sus problemas y experiencias como un crisol de hibridaciones culturales que revelan la interconexión con el mundo y es testimonio visual de las influencias y narrativas globales.

EL ARTE DIGITAL

El arte digital se ha convertido en una de las manifestaciones dinámicas y versátiles que tiene gran influencia por las hibridaciones culturales. Es en donde los y las artistas digitales se les facilita la fusión de estéticas y técnicas de distintas culturas al mezclar elementos del arte tradicional que trasciende fronteras culturales; por ejemplo, es común ver elementos de arte tradicional asiático mezclados con técnicas de animación occidental y motivos africanos ubicados en contextos futuristas.

El arte digital trasciende fronteras mediante colaboraciones internacionales, con lo cual se generan productos visuales con otros alcances y visiones que impactan a nivel global, enriqueciendo sus narrativas e impacto al hacer uso de tecnologías avanzadas, como la realidad aumentada y virtual y el arte generativo para la creación de experiencias inmersivas, las cuales transportan al espectador a nuevas experiencias híbridas donde se combinan aspectos de diferentes culturas y construyen otras realidades que se benefician de las hibridaciones culturales; además, reflejan la diversidad y la interconexión a nivel global que no sólo enriquecen el arte, sino al mismo tiempo logran un mayor entendimiento y comprensión.

El uso de plataformas digitales globales como Behance, DeviantArt e Instagram permite la movilidad de las producciones del arte digital entre una audiencia global que da la posibilidad de intercambiar ideas y estilos; sin embargo, ha provocado plantear desafíos y dilemas que merecen ser explorados, porque se ha democratizado el acceso a la creación y distribución de obras artísticas dando lugar a la emergencia de culturas híbridas, al fusionar distintas tradiciones para crear nuevas formas de arte que trascienden las fronteras culturales y geográficas y la capacidad que tienen para resignificarlas, desafiando las nociones tradicionales de identidad cultural que provoca la apropiación de elementos culturales sin un entendimiento respetuoso o adecuado que está trivializando las tradiciones con cierto riesgo y preocupación.

Las herramientas digitales han logrado reducir las barreras de entrada al permitir una mayor diversidad de voces, pero en realidad es una ilusión porque las desigualdades económicas y tecnológicas a nivel global son reales y dejan en desventaja a algunos grupos culturales que no tienen las mismas posibilidades y facilidades de expresión, esto dificulta que voces emergentes sean escuchadas, lo cual genera un fenómeno de desigualdad y el consumo inmediato y superficial del arte; además, se plantean cuestiones sobre la propiedad intelectual y la protección de los derechos de los artistas, enfrentando también los efectos de la obsolescencia tecnológica que hace que las producciones artísticas sean finitas y temporales.

CONCLUSIÓN

El fenómeno global ha permitido el intercambio cultural, y el futuro es promisorio para el arte, el diseño y el arte digital, porque se abren posibilidades para los espacios de creación artística y la innovación. Las tecnologías actuales son impulsoras de la interconexión y de la mezcla de las culturas que van aumentando su influencia y que darán la posibilidad de lanzar nuevas tendencias, estilos y técnicas. Sin embargo, es importante resaltar que la apropiación cultural es un tema que requiere la reflexión sobre los aspectos éticos al tomar elementos de las culturas y transformarlos sin considerar la responsabilidad que esto supone.

La colaboración entre disciplinas y los distintos acontecimientos mundiales en donde se incluye la migración, son motor crucial en la preservación y revitalización de las culturas tradicionales que alimentan la transformación cultural, porque la fusión de diferentes perspectivas sobre la creación y producción de arte y diseño incorpora otras posibilidades que van delineando un panorama que no tiene retorno y que reduce las distancias geográficas al construir nuevas narrativas visuales, que contribuyen a establecer un diálogo cultural profundo. En este sentido, los elementos derivados de una apropiación cultural, empleados fuera de su contexto sin el reconocimiento adecuado sobre su significado y valor cultural, ponen en riesgo la esencia de una tradición que debe ser respetada; por este motivo, surgen preguntas sobre la identidad y la autenticidad de los productos que las utilizan poniendo en crisis las identidades y diluyendo las raíces culturales.

La influencia multicultural genera gran variedad de expresiones creativas en las que existen situaciones que entrelazan los elementos esenciales de cada cultura para crear obras innovadoras, brillantes, de un gran valor simbólico que fomentan el entendimiento y la apreciación de la diversidad, así como objetos de diseño que ayudan a concebir nuevos conocimientos sobre estas influencias y el papel que juegan en la configuración de la diversidad global.

Al considerar a la cultura como fuente de desarrollo social, se deben originar las condiciones para lograr un entorno inclusivo y obtener un mayor beneficio en la comunidad. Estas condiciones deben ejercerse de manera respetuosa para que exista mayor aprecio por las tradiciones, las lenguas y los valores, otorgando un bienestar afectivo al crear redes de apoyo comunitario que fomenten la empatía y la comprensión entre las distintas culturas para que puedan gozar de justicia y equidad y se respeten sus derechos culturales. Se requiere crear entornos para favorecer el desarrollo integral en donde se valore la diversidad y se respeten las diferencias; así mismo, implementar acciones que se vean reflejadas en actividades artístico-culturales y en la producción de objetos en ambientes inclusivos donde se aporten diferentes ideas, se respete la riqueza cultural y se trabaje con un fin común para el beneficio social.

REFERENCIAS

- Álvarez, L. (2016). La interculturalidad como política de gestión de la diversidad en el espacio público de Barcelona. En Ramírez, P. (coord.) *La reinención del espacio en ciudad fragmentada*. Universidad Nacional Autónoma de México, pp. 501-538.
- Augé, M. (2017). *Los no lugares*. Gedisa.
- Burke, P. (2010). *Hibridismo cultural*. Akal.
- Herrera Pardo, H. (2016). Transculturación narrativa: utopía programática modernizante. *Acta literaria*, (52), 81-101. <https://dx.doi.org/10.4067/S0717-68482016000100005>
- Lins Ribeiro, G. (2011). Antropología de la globalización. Circulación de personas, mercancías e informaciones. Cuaderno urbano. *Espacio, cultura, sociedad*, 10(10), 159-186.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). (2001). *Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural*. <https://www.unesco.org/es/legal-affairs/unesco-universal-declaration-cultural-diversity>

IV. CULTURA, ESTÉTICA E INTELIGENCIA ARTIFICIAL COMO HERRAMIENTAS CLAVE Y FUTURO DEL DISEÑO INDUSTRIAL TECNIFICADO

*Julio César Arámbula Meneses**

*Ana Aurora Maldonado Reyes***

INTRODUCCIÓN

La integración de tecnologías como la inteligencia artificial (IA), el Internet de las cosas y la realidad aumentada han transformado al diseño industrial (DI), además de sus valores intrínsecos, lo que lo ha vuelto una disciplina más dinámica, altamente colaborativa y conectada a la constante evolución de la sociedad; también ha favorecido su orientación hacia una conciencia más crítica, conectando las prácticas bioculturales con innovaciones tecnológicas que refuerzan los lazos entre las comunidades, el entorno, la interacción social, la ética y lo sustentable.

La estética en el DI representa un cruce vital entre lo sensorial, emocional y sociocultural, donde la relación entre diseñadores y usuarios se convierte en un espacio de diálogo significativo. Diversos enfoques teóricos destacan cómo esta estética no sólo está influenciada por el contexto cultural, sino que también se ve desafiada por la saturación tecnológica y el simulacro que caracterizan a la cultura contemporánea.

A medida que la inteligencia artificial y las tecnologías emergentes transforman la relación de una persona con el diseño, surgen interrogantes sobre la autenticidad y la profundidad de la experiencia estética, por lo que se explora cómo estas transformaciones redefinen las dinámicas del diseño, adaptándose a los nuevos paradigmas de la Revolución Industrial 4.0 y anticipando los retos de la futura

* Maestro en Estudios Visuales, Facultad de Arquitectura y Diseño, Universidad Autónoma del Estado de México, jcarambula@yahoo.com.mx

** Doctora en Artes, Facultad de Arquitectura y Diseño, Universidad Autónoma del Estado de México, eurekaana@gmail.com

industria 5.0. Se examinan los impactos de la automatización, la IA y la interconexión digital, así como la necesidad de un enfoque educativo que prepare a los futuros diseñadores para navegar en un entorno donde la estética, la ética y la técnica están ligadas.

Esta convergencia marca un hito significativo en el DI contemporáneo. La IA, junto con tecnologías como el Internet de todas las cosas (IoT), el Big Data, la robótica y la realidad aumentada, han transformado radicalmente la producción industrial, la domótica y la gestión urbana, orientándola a la expansión de nuestras capacidades cognitivas y físicas.

Metodológicamente, se combinan enfoques cualitativos, revisiones bibliográficas y análisis de textos. A través de una búsqueda exhaustiva en bases de datos académicas con planteamientos clave como “estética en el diseño industrial”, “inteligencia artificial en el diseño” y “tecnologías emergentes en la industria”, se evalúan las implicaciones éticas y sociales sobre la integración de la IA a nuevas tecnologías en el DI, por lo que se utilizan marcos de ética aplicada y filosofía orientada al diseño para analizar los beneficios y riesgos de estas innovaciones. Con base en los hallazgos, se generan recomendaciones para promover un diseño industrial ético y estético, orientado al beneficio social, a la reducción de riesgos y a un diseño tecnológicamente avanzado y socialmente responsable.

Este enfoque se relaciona con los objetivos de los programas nacionales estratégicos del Consejo Nacional de Humanidades, Ciencias y Tecnologías (Conahcyt) hacia la búsqueda de fortalecer un diálogo que genere narrativas y memorias capaces de promover la cohesión social y la sostenibilidad, promoviendo una interacción ética que contrarreste la superficialidad y subraye la inseparabilidad entre la conciencia humana, la tecnología, el respeto y los valores de su relevancia cultural.

Finalmente, el texto se divide en tres categorías: lo significativo, lo ontológico y lo trascendental. El primero observa cómo el diseño y la estética influyen en lo práctico; el segundo funciona como un enfoque en el que la dualidad diseño-estética redefine nuestra relación con el ser y el conocimiento, mientras que el tercero plantea preguntas sobre el futuro y las implicaciones éticas y filosóficas. Cada una define un marco conceptual que, aunque distinto, presenta una gran relación al interconectarse, lo que permite analizar de manera integral la intersección entre cultura, diseño, tecnología y estética en un mundo marcado por la inteligencia artificial y la automatización, proporcionando un marco que va desde lo concreto hasta lo abstracto y filosófico.

LO SIGNIFICATIVO, IMPACTO EN LA PRÁCTICA DEL DISEÑO INDUSTRIAL, LA TECNOLOGÍA Y LA ESTÉTICA EN LA VIDA COTIDIANA

El diseño industrial desempeña un papel esencial al definir las funciones estéticas y simbólicas de los productos para satisfacer las necesidades del usuario. La estética en este tipo de diseño se vuelve crucial porque establece una comunicación versátil entre el diseñador y su usuario, desde su proceso hasta el uso del producto. Esta estética no sólo se encarga de lo superficial, material o visual, sino también de su percepción sensorial, definida como la forma en que los individuos perciben los objetos a través de los sentidos, y su relevancia dentro de un contexto sociocultural. Además, incluye la teoría de cómo se produce un objeto y cómo nace su valor estético, proporcionando al diseñador herramientas para aplicar conocimientos sobre preferencias estéticas en el diseño y su producción.

Por lo tanto, la estética del objeto se centra en reconocer los aspectos perceptibles en los productos, pero también integra los emocionales y cognitivos, a lo que se le considera un impacto dentro del contexto sociocultural. La configuración de un objeto involucra la disposición de elementos para influir en la percepción de su usuario, lo que lo vuelve fundamental para lograr el efecto estético deseado y la aceptación del producto, destacando la importancia de combinar lo empírico y lo teórico para crear objetos funcionales, que también estimulen sensitivamente a su usuario (Akari, 2010). Dulce Akari (2010) dice que el diseñador actúa como emisor, quien crea un mensaje desde lo estético para incorporar funciones, símbolos y satisfacer las necesidades psicológicas del usuario, a lo que denomina producción estética en el proceso de diseño.

Bernd Lobach (1981) indica que el usuario funciona como un receptor, quien, durante el uso del producto, contribuye a un ciclo de retroalimentación estética a través de la percepción y valoración del objeto; “la función estética es la relación entre un producto y su usuario experimentada en el proceso de percepción [...] es el aspecto psicológico sensorial durante el uso” (p. 56).

Se comprende, entonces, que el diseño como medio comunicador también cubre una serie de funciones estético-formales.

Como aquellos aspectos que pueden considerarse independientemente del significado de su contenido. Dicho en la terminología de la semiótica, se trata de la diferenciación entre la sintaxis y la semántica. Por una parte, existen reglas y definiciones inherentes a la producción y a la descripción, que constituyen casi una gramática del proceso formal. Esta sintaxis está libre de significación. En el diseño, sólo mediante la referencia a las funciones prácticas (funciones indicativas) o al contexto histórico social (funciones simbólicas), los signos adquieren una dimensión semántica (Bürdek, 2002, p. 180).

La estética y el diseño en la posmodernidad se expresan en una era dominada por la saturación (imágenes, simulacros, etc.). Fredric Jameson (2008) y Jean Baudrillard (1978) destacan la superficialidad y la pérdida de profundidad en la cultura de consumo, donde las mercancías y signos vacíos difuminan las fronteras entre lo real y lo simulado. Guy Debord (1967) describe una sociedad del espectáculo donde la imagen eclipsa la realidad, mientras que Daniel Boorstin (1992) introduce la noción de pseudo-eventos, eventos artificializados que dominan la atención pública y la percepción mediática. Esta convergencia de pensamientos subraya cómo la posmodernidad se caracteriza por una constante producción de simulacros y pseudorealidades que interpretan nuestra comprensión tradicional de la autenticidad y la verdad.

En estas perspectivas, se percibe una tensión entre la noción de “funciones estético-formales” en el diseño y la crítica de la posmodernidad sobre la superficialidad y pérdida de profundidad en la cultura de consumo, aunque cabe resaltar que ambas están enfocadas en cómo la estética formal, cuando se descontextualiza y se convierte en un medio de seducción mercantil, contribuye a una cultura de consumo superficial. Así, mientras que Bürdek describe una función estético-formal en términos de una gramática del diseño, los críticos posmodernos destacan las consecuencias de aplicar esta estética en un contexto de consumo donde la profundidad y la autenticidad se ven comprometidas en lugar de preservar una apreciación significativa de la estética.

La estética se nos presenta, por tanto, bien como una cualidad intrínseca a la metamorfosis de las cosas o bien como una técnica: como una estrategia de relación y de comunicación (muy evidente en la conocida como *vision oriented* (visión orientada) del proyecto y también en la transformación de los centros comerciales e incluso de los propios edificios culturales, administrativos y de negocios en auténticos contenedores transparentes) que se sitúa en oposición tanto frente al proyecto industrial como al arte (Francalanci, 2016, p. 37).

Las reflexiones modernas de filósofos como Kant (1993) y Danto (2013) han debatido sobre cómo la belleza y el arte pueden servir como símbolos de principios morales y éticos. Diferentes enfoques han explorado si la valoración estética de una obra puede separarse completamente de consideraciones éticas y sociales, sugiriendo que tanto el contexto como las intenciones del artista juegan un papel decisivo en la interpretación de la estética. Conflictos como el de *Tilted Arc* de Richard Serra¹ subrayan la tensión entre la expresión artística y las normativas sociales, destacando la necesidad de una armonización entre valores estéticos y demandas éticas y sociales más amplias en el arte contemporáneo (Castro, 2012).

Aunque la visión de Kant sobre la belleza como sinónimo de estética es problemáticamente reductiva por no abordar en su completud la complejidad de la relación entre estética y ética. Kant sugiere que la belleza tiene un valor moral universal, pero en la práctica, la apreciación estética de una obra de arte está fuertemente influenciada por el contexto y las intenciones del artista. Así, es relevante que la estética no puede ser completamente separada de consideraciones éticas y sociales.

Walter Benjamin (1989) argumenta que la reproducción técnica democratiza el arte, haciendo el contenido estético más accesible a las masas, pero también generando riesgos de manipulación y estetización de la política y la vida social. Aunque este autor no se refiere a tecnologías digitales como la IA, su análisis sobre la reproducción técnica puede ser una base para comprender cómo las tecnologías actuales también pueden manipular el contenido cultural. En este sentido, es importante mantener una conciencia crítica sobre cómo estas nuevas tecnologías afectan la creación y la difusión del contenido estético tal como Benjamin alertó en su tiempo sobre los peligros de la reproducción técnica en el arte.

Para Rosi Braidotti (2020), la tecnología no sólo cambia cómo nos vemos, sino también nuestra identidad, sugiriendo que la integración de elementos tecnológicos relacionados con el cuerpo humano nos lleva a nuevas formas de ser y entender la estética. Al respecto, Donna Haraway (2023) añade que la línea entre lo humano y lo tecnológico es cada vez más imperceptible, pues redefine la identidad y estética en la era moderna. Ambas visiones consideran que la percepción estética está en constante

¹ *Tilted Arc* (Arco inclinado) es una escultura que fue instalada en 1981. Se trataba de un inmenso muro de acero corten, que interrumpía el espacio de la plaza con sus 38 metros de longitud y 3.84 de altura. Partía literalmente el espacio en dos, obligando a los transeúntes a hacer nuevos recorridos y relacionarse con el sitio de manera completamente distinta a la que estaban acostumbrados hasta entonces (Ribeiro, 2021).

evolución debido a los avances tecnológicos y a esa fuerte relación con la universalidad del pensamiento y acción humanos.

Estas perspectivas son significativas para comprender cómo las tecnologías emergentes como la IA están transformando la forma de observar la estética en el DI, por lo que subrayan la importancia del valor estético como un agente de impacto a largo plazo que forma parte significativa de nuestra experiencia y cultura.

IMPLICACIONES DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL, AUTOMATIZACIÓN Y OPTIMIZACIÓN DE PROCESOS DE DISEÑO

Una vez comprendido el impacto del DI en lo estético y la tecnología, se observa que el diseño juega un papel fundamental en la mejora continua y eficiencia de la producción industrial, así como en la creación de bienes materiales en su automatización y procesos. Su relación con la Revolución Industrial 4.0 (RI4.0) diversifica al objeto en el mundo moderno y reconfigura esta idea de interacción con la tecnología y cómo ésta se orienta a demandas crecientes y cambiantes. Desde sus orígenes, el diseño ha sido una disciplina arraigada al progreso, resistiendo las tendencias anticuadas y luditas,² pero manteniendo una fe firme en el progreso que lo ha hecho integrarse a la automática.

La Real Academia de las Ciencias Físicas y Exactas define la automática como el conjunto de métodos y procedimientos para la sustitución del operario en tareas físicas y mentales previamente programadas. De esta definición se desprende la definición de la automatización como la aplicación de la automática al control de procesos industriales (Ponsa y Granollers, 2010, p. 2).

² Se define como “ludito” al sujeto que se opone al progreso tecnológico o batalla para operar un objeto basado en tecnología. Se dice que el significado proviene de la Revolución Industrial en el Reino Unido; con la automatización, los trabajadores textiles cualificados expresaron temores por la pérdida de sus empleos, por lo que sabotearon los nuevos telares automatizados que reemplazaban su mano de obra. Inspirados en la figura legendaria de Ned Ludd, un tejedor del siglo XVIII de Leicestershire, los obreros se organizaron contra esta tecnología emergente que amenazaba su fuente de ingresos.

La automatización y optimización de los procesos de diseño han transformado profundamente la industria manufacturera, ya que permiten una producción más eficiente y flexible. El diseño se centra en resolver problemas relacionados con la adaptación humana al entorno y el cumplimiento de necesidades, para ello utiliza herramientas como la tecnología CNC/CAD/CAM/CAE disponibles en cada contexto específico. La integración de tecnologías como las máquinas de control numérico (CNC) y los sistemas de diseño asistido por computadora (CAD), fabricación o maquinado asistida por computadora (CAM) y análisis de ingeniería asistido por computadora (CAE) han sido clave en este avance. Estos sistemas permiten al diseñador y fabricante crear y analizar virtualmente productos complejos antes de fabricarlos físicamente (Rojas y Salas, 1999).

Las opiniones académicas divergen en dos perspectivas principales: un optimismo global que ve en la automatización una fuente de crecimiento económico histórica, contrastado con visiones catastrófistas que predicen un aumento exponencial del desempleo y la desigualdad.³ Sin embargo, no hay evidencia concluyente de un desempleo masivo inminente debido a las limitaciones técnicas y las diversas interpretaciones metodológicas sobre el impacto de la automatización en diferentes sectores y regiones (Nava y Naspleda, 2020).

Este cambio tecnológico, también redefine su papel en relación con la cultura, la economía y la sociedad. Los productos derivados del diseño moderno y posmoderno están influenciados por la investigación en ciencia, tecnología e innovación, pero tienen una mayor tendencia a agregar menos valor desde los insumos físicos y más valor en términos de conocimiento intangible, representando así un desafío fundamental para los diseñadores del siglo XXI (Durán, 2011).

La realidad digital ha transformado profundamente nuestra experiencia del mundo, no sólo perceptualmente, sino como un nuevo sistema de relaciones que fusiona lo físico y lo digital en una experiencia estética singular. Debido a la superposición de una realidad completamente diferente sobre el material y una dimensión esencialmente

³ Google despedirá a 12 000 empleados (6.4% de su plantilla) tras revisar costos y prioridades, sumándose a una ola de despidos en el sector tecnológico que también incluye a Microsoft y Amazon, ya que han enfocado sus nuevas oportunidades en el uso de inteligencia artificial (efe, 2023). El uso de IA en empresas ha crecido, lo que ha generado tanto desconfianza como ansiedad entre los trabajadores. En 42% estos trabajadores temen perder sus empleos según un estudio de BCG (Boston Consulting Group). La IA ahorra tiempo y mejora la calidad del trabajo, especialmente en países del sur, y la formación adecuada es crucial para mitigar la ansiedad y aprovechar su potencial (*El País*, 2024).

binaria que redefine nuestra interacción sensorial y cultural, según diversos autores, estamos supeditados a una amenaza cuya tendencia es afectar todas las actividades laborales, incluyendo aquellas de alta cualificación y salarios, aunque se reitera que la preocupación por el desempleo tecnológico no es nueva en el capitalismo moderno.

La influencia digital se hace cada vez más determinante, desde aspectos técnicos hasta resultados estéticos y formales, donde la inteligencia artificial, además de asistir en cálculos, integra argumentos y estructura decisiones. La estética contemporánea se enfrenta principalmente al ciberespacio, definido como una realidad artificial multidimensional generada por computadora, accesible a través de una red global que constituye la base de la comunicación contemporánea. Este ciberespacio representa una nueva frontera de exploración y colonización, donde la interacción simultánea de información y datos redefine nuestra percepción de la realidad física y digital (Francalanci, 2016).

El impacto de la inteligencia artificial en nuestra percepción y experiencia estética señala cómo la tecnología se redefine entre el sujeto, el objeto, la realidad y la imaginación, que se unen a los sistemas de representación en retóricas culturales complejas que redimensionan la relación entre el observador y lo observado. Sin embargo, la dinámica de la IA cambia radicalmente, ya que lo virtual se convierte en una metáfora protésica, donde se elimina la distancia tradicional entre percepción y realidad alterando la forma en que interactuamos con el mundo, nuestra cognición y acción (Maldonado et al., 2024).

La evolución hacia la IA plantea que la interactividad máxima entre humanos y máquinas en los entornos digitales es una nueva forma de estética, activada por el participante que sugiere una fusión cuasi-imperceptible entre lo humano y lo artificial. Esta convergencia propone la incógnita, sobre si la naturaleza de la realidad y la representación en la era digital abren posibilidades estéticas y culturales en la creación y percepción artística y diseñística contemporánea.

Con lo anterior, se comprende también que el DI adquiere un papel como mediador entre lo físico y lo digital. La práctica del DI redefine su proceso de concebir y solucionar integrando estéticas tecnológicas avanzadas para mejorar su funcionalidad y sus experiencias. Este diseño y su automatización se transforman en un sistema complejo donde la experiencia estética se aleja de una necesidad material y se acerca a la optimización a través de algoritmos y sistemas de aprendizaje automáticos e inmersivos.

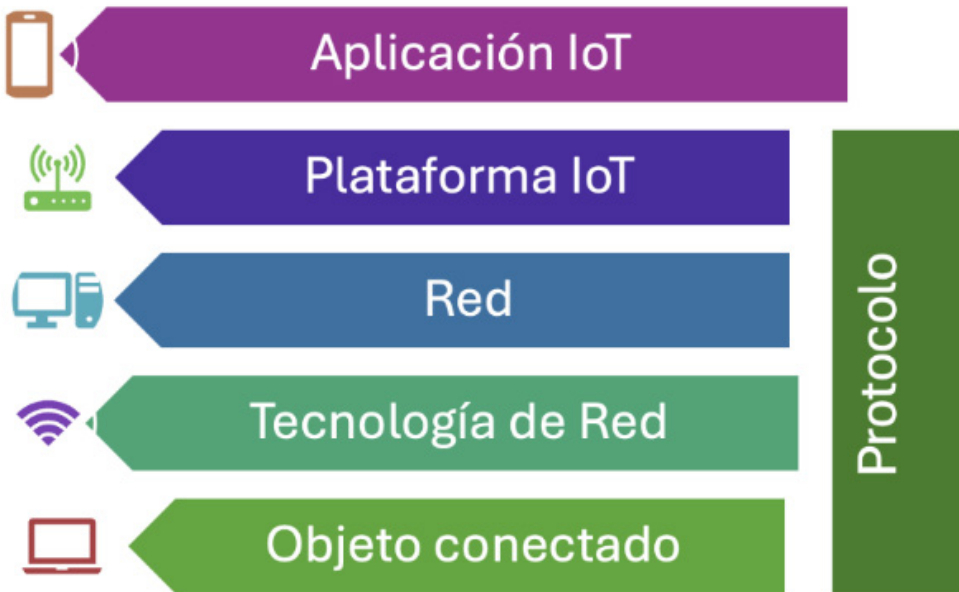
La inteligencia artificial se ha transformado en un catalizador, que más allá de adaptar mundos físicos e imaginarios, anticipa y satisface necesidades humanas a diversas escalas, reconfigurando la estética y la funcionalidad de los objetos.

EL INTERNET DE TODAS LAS COSAS (IoT)

En relación con estas nuevas tecnologías catalizadoras, también surge el Internet de todas las cosas (IoT), término acuñado en 1999 por Kevin Ashton mientras laboraba en Procter and Gamble, con el fin de describir un sistema que permitiera la interacción del Internet con objetos físicos a través de radiofrecuencia (Ashton, 2024). El IoT es una red de dispositivos físicos (computadoras, celulares, etc.) que mediante la traducción y distribución de datos a través de una estructura informática mundial denominada Internet, forma una conexión directa sobre un protocolo especial de comunicación. En un primer momento, se utilizó para la logística y el seguimiento de inventarios, también medidores que podían seguir los consumos energéticos, todo en tiempo real; posteriormente, se usó para la seguridad, cámaras que monitorean en tiempo real y pueden enviar imagen en tiempo real, percibir las inconsistencias de imagen de forma automática y emitir una alerta. Esta tecnología ha sido posible gracias al avance en el Big data, la capacidad de procesamiento y análisis de grandes volúmenes de datos, la conectividad del Internet de alta velocidad (Wi-Fi y 5G) y la miniaturización de componentes que ha permitido integrar chips en casi cualquier objeto.

Esta tecnología ha transformado los objetos de uso cotidiano, al permitir el diseño de objetos inteligentes y conectados al Internet; los diseñadores pueden desarrollar productos más funcionales y personalizados, optimizando tanto el rendimiento como la experiencia del usuario. El IoT puede mejorar la calidad de vida de las personas, su comodidad permite automatizar tareas diarias con los objetos y facilitar distintos tipos de monitoreos.

Ilustración 1. Componentes fundamentales de IoT.
Las tecnologías IoT dentro de la industria conectada 4.0



Fuente: Vega et al. (2015, p. 14).

Entre el diseño industrial y el desarrollo de productos con IoT se abre un campo de trabajo que integra tecnología 4.0, estética y funcionalidad. La incorporación de IoT en los productos requiere de los diseñadores una nueva comprensión y habilidades, sobre todo trabajo en equipos multidisciplinarios, para crear soluciones que mejoren la vida cotidiana de las personas. Se está viviendo un cambio importante en la interacción con los objetos; en el mercado se pueden encontrar electrodomésticos inteligentes como termostatos que pueden aprender las preferencias del usuario y ajustar la temperatura del hogar automáticamente para optimizar el confort y la eficiencia energética. Automóviles con sistemas telemáticos como el OnStar de General Motors, cuya comunicación bidireccional asiste en carretera, realiza diagnósticos remotos y navegación.

Con la integración de la inteligencia artificial al IoT, la miniaturización de sensores y la expansión de la conectividad han dinamitado su uso en diversas aplicaciones.

Se espera que el IoT continúe expandiéndose con dispositivos más inteligentes, incluyendo ropa equipada con sensores de salud, automóviles autónomos que se comunican entre sí y con la infraestructura vial, asistentes domésticos robóticos, y sistemas de gestión energética que optimizan y almacenan energía para su uso eficiente. Bajo esta perspectiva, el DI deberá innovar para crear productos que cumplan con las necesidades funcionales de estas tecnologías, así como las de sus usuarios. La colaboración interdisciplinaria será esencial, combinando diseño, ingeniería y ciencias de la computación para desarrollar soluciones que mejoren la calidad de vida y resuelvan problemas complejos.

ONTOLOGÍA DEL DISEÑO E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

La inteligencia artificial en el diseño industrial 4.0

Andy Clark (2021) desarrolló en su libro *Natural-born Cyborgs* (2003) un concepto provocativo, al argumentar que los seres humanos pueden definirse como “ciborgs por naturaleza”. Desde una perspectiva coevolutiva, enfatizó la hibridación humano-tecnológica como un aspecto fundamental de la naturaleza humana, acentuando cómo las herramientas y tecnologías moldean y orientan nuestra cognición hacia una inseparabilidad con estos elementos externos.

Este autor describe que los humanos son una clase de “simbiontes biotecnológicos”, destacando que el cerebro y las tecnologías se co-constituyen mutuamente y generan una especie de dependencia el uno con el otro. Por ejemplo, los implantes cocleares (dispositivos electrónicos que se colocan quirúrgicamente y proporcionan una sensación de sonido a personas con sordera profunda o pérdida auditiva severa) capturan sonidos del entorno y los convierten en señales eléctricas que estimulan el nervio auditivo, lo que permite la percepción consciente de los sonidos. Estéticamente, la experiencia sensorial del individuo y la tecnología ilustran la idea de Clark sobre la co-constitución como una herramienta que se convierte en una extensión humana, amplificando sus capacidades con este tipo de prótesis.

Clark considera que en lugar de ver lo artificial como algo separado y distinto de lo natural, la interacción con la tecnología debe ser un rasgo extensivo y definitorio de nuestra humanidad. Esta perspectiva se alinea con la teoría de la construcción de

nichos,⁴ que propone que los organismos no sólo se adaptan a su entorno, sino que también lo modifican activamente, creando un bucle coevolutivo entre el organismo y el entorno.

De manera similar, en la Industria 4.0 y retomando tecnologías como IoT y la inteligencia artificial, además de los sistemas ciberfísicos demuestran cómo los seres humanos están construyendo un nuevo entorno digital, donde interactúan inteligentemente con máquinas, sistemas interconectados y ciberfísicos⁵ con control descentralizado e hiperconectividad; además, incorporan tecnologías y herramientas digitales para optimizar métodos de trabajo y estrategias productivas. Es decir, un sistema ciberfísico, como una máquina conectada a Internet, que actúa e interactúa inteligentemente con otros sistemas o personas (García, 2021).⁶ Estas tecnologías, en conjunto con la robótica, la realidad aumentada y la simulación virtual mejoran las visualizaciones y análisis, para tareas autónomas, blockchain⁷ para seguridad, para mejorar la conectividad en tiempo real, y sensórica⁸ para transformar fenómenos físicos en señales medibles. Se retoma como ejemplo objetual el vehículo eléctrico y su autonomía.

⁴ La teoría de la construcción de nichos se refiere al proceso mediante el cual los organismos, a través de sus actividades, metabolismo y elecciones, modifican su propio entorno y, en consecuencia, las presiones de selección natural a las que están expuestos. Esta teoría sostiene que los organismos no sólo se adaptan pasivamente a un entorno preexistente, sino que también lo alteran activamente, creando un bucle de retroalimentación que influye en su evolución (Odling-Smee, 2005).

⁵ Un "sistema ciberfísico" en la Industria 4.0 no es más que un sistema físico o mecanismo, por ejemplo, una máquina, dotado de capacidades de computación y de comunicación, estrechamente conectado con Internet, de modo que actúa e interactúa con otros sistemas o personas de forma inteligente (García, 2021).

⁶ Es importante mencionar que, a la par, estamos tocando las puertas de la revolución 5.0, donde las inteligencias serán parte fundamental, práctica y participativa en la vida social y cotidiana de los seres humanos.

⁷ Blockchain es un libro mayor compartido e inmutable que facilita el proceso de registro de transacciones y seguimiento de activos en una red comercial (IBM, 2024).

⁸ Sensórica es un concepto genérico que hace referencias a diferentes tipos de sensores (PCE, 2024).

La Industria 4.0⁹ basa la digitalización y virtualización a procesos que impactan en la producción industrial, la domótica,¹⁰ el transporte y la gestión de ciudades y edificios inteligentes. Al integrar tecnologías como las mencionadas (IoT, Big Data, IA, etc.), automatiza y optimiza procesos desde proveedores hasta usuarios finales como las empresas de Mercado Libre, Amazon etc., que transforman las producciones y manufacturas en entidades tic.¹¹ Este cambio incrementa la competencia e innovación, alterando profundamente la economía, la sociedad y el individuo, mientras transforma el mercado laboral y nuestra dependencia tecnológica (García, 2021).

En relación con el DI, se optimizan procesos que generan y evalúan múltiples variables según sus criterios preestablecidos para seleccionar las mejores opciones. La optimización y automatización del diseño a través de la inteligencia artificial permite personalizar productos a gran escala analizando preferencias individuales, lo cual es crucial en sectores como la moda y la electrónica de consumo. También impulsa las herramientas de simulación virtual que validan los diseños antes de crear prototipos físicos, reduciendo costos y acelerando el desarrollo (Rodríguez, 2022).

Actualmente, *Adobe* es la compañía de software para diseño que ha integrado la inteligencia artificial a través de su *Adobe sensei*, como una función integral en los procesos y volúmenes de diseño que relativamente permite

crear, explorar y traspasar nuestros límites como nunca, a la vez que ahorramos tiempo para lo más importante. Es el siguiente paso de la década que hemos dedicado al desarrollo de *Adobe Sensei*. Con un uso adecuado, puede aumentar la creatividad y la inteligencia sin sustituir la belleza y el poder de la imaginación humana (Adobe, 2024, parr. 1).

⁹ En la actualidad, el término “Industria 4.0” fue acuñado por el gobierno alemán en la Feria Industrial de Hannover en 2011. ¿Pero por qué se le atribuye este número? Principalmente, se debe a los cambios en la producción automatizada, la implementación de fábricas inteligentes y la incorporación del Internet de las cosas (IoT) en la cadena de valor que impactan en avances tecnológicos en todos los campos (Ciencias, 2023).

¹⁰ La domótica es la automatización y el control aplicados a la vivienda que se realiza mediante equipos que disponen de capacidad para comunicarse interactivamente entre sí, y con capacidad de seguir las instrucciones de un algoritmo o programa previamente establecido por el usuario de la vivienda y con posibilidades de cambio según sus intereses (IDAE, 2024).

¹¹ Las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación) son un conjunto de herramientas y soluciones tecnológicas que permiten efficientar, ordenar y procesar la información y las comunicaciones de las personas, empresas y organizaciones en pro de la eficiencia y la agilidad (Docusign, 2022).

La convergencia de la estética y la Inteligencia Artificial

La IA ha transformado profundamente diversos aspectos de la ciencia, la economía, las artes y la vida cotidiana contemporánea. Desde el cambio en las marcas globales dominantes hasta su impacto en la medicina y en la creación artística, la IA no sólo facilita el procesamiento y análisis de grandes cantidades de datos, sino también plantea importantes reflexiones éticas y estéticas sobre la interacción entre humanos y tecnología. Conceptos como superinteligencia¹² y singularidad tecnológica¹³ amplían el debate sobre el potencial de la IA para trascender las capacidades humanas y redefina nuestras nociones de creatividad y autonomía en un mundo cada vez más digitalizado y tecnológicamente avanzado.

La creciente integración de la IA a la vida cotidiana ha generado cuestionamientos en múltiples frentes, como la ética, el arte y la forma en que las máquinas aprenden y contribuyen al desarrollo social. Por ejemplo, el cine ha adoptado la IA para crear guiones y películas, explorando las posibilidades de colaboración creativa entre humanos y máquinas. Este fenómeno ha provocado reflexiones profundas no sólo en ámbitos técnicos y científicos, sino también en los campos artísticos y estéticos, afectando incluso nuestra manera de relacionarnos, convivir y construir cultural y socialmente (Macedonio Vega y Euronews, 2024).

La inteligencia artificial se ha vuelto indispensable en áreas como la medicina, donde analiza imágenes de retinografía, ecocardiogramas, tomografías computarizadas y resonancias, redefiniendo el papel de los médicos como lectores de imágenes (Ocampo, 2022). Incluso Siqueiros con el *Mexican curious art*¹⁴ introdujo una revolución técnica en el arte público, incorporando nuevos medios y técnicas industriales, inspirándose en el montaje cinematográfico y la publicidad. Su visión del arte público incluía la colaboración con cineastas y comunicadores para crear un arte visual más poderoso y envolvente, trascendiendo la mera pintura (Herner, 2022).

¹² “Tentativamente una superinteligencia es cualquier intelecto que exceda en gran medida el desempeño cognitivo de los humanos en prácticamente todas las áreas de interés” (Bostrom, 2016, p. 52).

¹³ La idea relacionada con la singularidad tecnológica es la posibilidad de una explosión de inteligencia (Bostrom, 2016).

¹⁴ El término anglo *Mexican Curious Art* es también conocido como “Arte Popular Mexicano” (Espejel, 2014) o “Arte Curioso Mexicano”, y se refiere a una amplia variedad de artesanías tradicionales y folclóricas de México. Estas obras suelen estar hechas a mano y reflejan la rica cultura, historia y tradiciones mexicanas.

La mirada de Siqueiros no sólo expandiría las capacidades técnicas del arte, también fomentaría una evolución continua en cómo el arte es percibido, experimentado y valorado en la sociedad moderna. Actualmente, el muralismo estático se ha vuelto interactivo con pinturas que en tiempo real responden a la presencia y acciones de los espectadores, proporcionando una experiencia estética como nunca. Así, convierten la experiencia museística en un desplazamiento de las fronteras del arte hacia lo completamente estético, como el museo digital en Tokio, donde la IA y la realidad digital sumergen al espectador en mundos tridimensionales, interactivos y narrativos, dando vida a composiciones con movimiento y sonido para crear experiencias estéticas complejas.

Abordar los espacios en los que interviene el diseño implica analizar las futuras relaciones entre tecnologías digitales y el diseño de experiencias. Nos preguntamos, en términos generales, ¿qué áreas serán relevantes para la profesión del diseño en el ámbito de las experiencias digitales? ¿Qué tipos de dinámicas desencadenarán estas áreas? ¿Cómo debería prepararse la profesión del diseño para estos escenarios? Aunque los resultados del trabajo del diseñador son claramente perceptibles y constantemente reconfiguran nuestra cultura material, los procesos de diseño no son fácilmente traducibles. Además, los impactos de nuestra profesión se están desplazando hacia lo intangible.

Ana María Reyes y René Pedroza (2018) describen la profesión del diseño como un fenómeno sociocultural y tecnológico. Contextualmente, ubican al diseño en unos años vinculado a siete ideas fundamentales que destacan la fusión de tecnologías digitales y sistemas de información con elementos de diseño. Estas ideas son la creación sin límites, la conexión tecnológica interdisciplinaria, el Internet de las cosas (IoT), el surgimiento del diseñador autodidacta, el liderazgo empresarial por diseñadores, el diseño enfocado en la población mayor y el desarrollo de mobiliario inteligente; así, se refleja un cambio radical en nuestras formas de vida, relaciones y comprensión del mundo, y se marca una revolución en el conocimiento y la tecnología que transformará profundamente la vida en la década de 2030.

Rocío Canetti, Agustina Mc Lean y Milagros Oliva Torre (2021) se cuestionan sobre el futuro del diseño; se plantean cómo desarrollar estrategias para trabajar con materiales aún inexistentes, el trabajo en sistemas productivos completamente automatizados y la identidad de los nuevos usuarios involucrados en esta nueva realidad sociotécnica y de transición. Destacan la necesidad de identificar momentos

de ruptura que permitan reinterpretar esta realidad de forma adaptativa, enfatizando la reconfiguración del diseño para adaptarse a una sociedad cuyo futuro es incierto.

Francalanci (2016) sugiere que “el espectáculo actual no es el de la naturaleza, sino el de la técnica” (p. 63). Vincula a un nuevo sistema de percepciones como una manera en que la creciente predominancia de lo artificial y las imágenes transforman nuestra percepción del mundo. Este sistema abarca diversos aspectos como la moda, los productos y las metrópolis, que son presentados a través de imágenes y comunicación visual. Un ejemplo en el diseño son los renders o prototipos virtuales para la creación de productos. En lugar de depender exclusivamente de prototipos físicos, los diseñadores ahora crean simulacros (visualizaciones) de productos en entornos virtuales tridimensionales. Esto no sólo acelera el proceso de diseño, sino también permite una iteración rápida y la simulación de cómo los productos interactúan con su entorno y usuarios potenciales. Esta experiencia metafísica digital ilustra cómo el espectáculo moderno se vuelve total y cósmico, reemplazando lo natural con lo artificial.

La estética posmoderna enfatiza la presentación visual de los objetos sin preocuparse por su historia, ya que los integra en un sistema global artificial. A diferencia de la estética moderna, que valoraba la tensión entre trabajo y producto, ahora los objetos como las sillas se convierten en espectáculos publicitarios donde la imagen y el logo son decisivos. Este cambio refleja cómo lo estético ha dejado de ser dominio del arte y la política para convertirse en un elemento consumible y comunicativo globalmente (Francalanci, 2016).

Hacia una perspectiva funcional, social y ética de la Inteligencia Artificial en la educación del diseño industrial

Reyes y Pedroza (2007) visualizan que la formación del diseñador industrial debe evolucionar significativamente para adaptarse a las demandas de la cuarta revolución industrial, que requiere profesionales holísticos, multidisciplinarios y versátiles. Este diseñador del futuro no sólo debe poseer conocimientos técnicos sólidos, sino también habilidades creativas y capacidad para generar innovaciones que impulsen tanto a la sociedad como al mercado. La enseñanza actual, que a menudo se centra en la producción objetual y en servicios vinculados a revoluciones industriales pasadas, necesita abandonar su enfoque obsoleto.

Las instituciones académicas deben romper con su tradicionalismo y conectar más activamente con el desarrollo científico-tecnológico y la emergente era del posthumanismo. En este contexto, la capacidad del diseñador para mediar entre lo humano y lo tecnológico es determinante. El diseñador con enfoque 4.0 enfrenta retos, como liberarse de las limitaciones académicas, ampliar su campo de acción más allá de lo material y los servicios tradicionales, integrar el diseño como una disciplina tecnocientífica, y fomentar comunidades de aprendizaje interdisciplinarias para innovar en procesos, sistemas y construcciones tanto factuales como simbólicas. Este profesional debe estar preparado para impactar positivamente en la resolución de problemas contemporáneos y explorar nuevos horizontes en la creación de artefactos, redefiniendo así el papel del diseño en un futuro próximo.

La integración de la tecno-estética en la educación en diseño está explorando nuevas formas de abordar y gestionar las respuestas emocionales; por ejemplo, las unidades de aprendizaje de Estética y Semiótica en la Facultad de Arquitectura y Diseño de la Universidad Autónoma del Estado de México, dirigidas por los profesores Julio Arámbula y Ana Maldonado, han identificado la relevancia de la conciencia tecno-estética que combina la teoría estética con la sensibilidad, el análisis y la generación de lenguajes de IA para generar imágenes y diseños de objetos desde el imaginario, que han llevado el análisis teórico inicial hacia fundamentos que buscan potenciar y adaptar la mirada estudiantil a la Revolución Industrial 4.0 con proyectos, cuyo reconocimiento tecnológico-estético-objetual desentraña patrones, correlaciones y la intrincada incorporación de la dimensión tecnológica y estética en los resultados obtenidos (Delgado et al., 2024).

Mientras que la Revolución 4.0 se enfoca en la integración de tecnologías avanzadas como IoT, IA y automatización para mejorar la eficiencia operativa, se contempla que la educación hacia la Industria 5.0 propone un modelo que prioriza la interacción y colaboración sin líneas marcadas entre humanos y máquinas. Este enfoque educativo que toma a la estética aplicada como un factor primordial en el proceso de diseño, busca no sólo aumentar la eficiencia y difuminar la transición del estudiante de Diseño a la profesionalización, sino requiere asegurar que las decisiones estratégicas y operativas no sólo provengan del pensamiento de la inteligencia artificial, sino de un profesional de diseño resiliente, sostenible y centrado siempre en no olvidar el factor humano como parte fundamental del proceso de la creación.

La educación en diseño, al menos desde el perfil de estos educadores, ha comenzado a promover la colaboración humano-tecnológica como un medio para optimizar los procesos y la calidad de los productos profesionales, soluciones sociales y servicios ofrecidos desde el Diseño. Esto implica la generación de dualidades como el ciber-diseño o el ciber-diseñador como efectivos de persona-máquina enfocados a la mejora del entorno y la calidad de vida a través de su homogenización.

Si se considera como prioridad la idea posthumanista y posantropocéntrica redundantes en el pensamiento de Andy Clark y Donna Haraway (2021), se puede sugerir que el ser humano no es el único agente significativo en el mundo, y que otras entidades (naturales, tecnológicas, biológicas, etc.) también tienen agencia y relevancia. Desde la educación del DI debe comenzar a reconocer que la interconexión y la co-constitución entre humanos y otros seres o creaciones en el planeta, así como la consideración de éticas y políticas, pueden ser trascendentes y en extremo significativas a las preocupaciones del bienestar humano.

Con la idea de Clark (2003), es posible perfeccionar esta colaboración considerando la formación adecuada de profesionales para la interacción persona-máquina, la asignación efectiva de tareas y el desarrollo de políticas operativas que optimicen la cooperación entre humanos y máquinas. Mientras se avanza hacia la industria 5.0, se debe estar preparado para adoptar nuevas estrategias que promuevan una interacción más humana y eficiente con la tecnología, sentando las bases para un futuro industrial donde la colaboración entre humanos y máquinas sea la clave para el éxito.

Esta idea, así como el pensamiento de Clark, tal vez parezca en extremo optimista, contemplando las debacles que también trae la extrema dependencia tecnológica, pero se considera que la formación educativa de un profesional debe sembrar esa capacidad de conciencia respecto a la relevancia de utilizar la tecnología no como una muleta, sino como una herramienta que traerá frutos sustanciales, donde el pensamiento de diseño sea una de las bases de la operatividad multidisciplinar.

Cultura, diseño, tecnología y estética

Enrique Dussel (1984) plantea que la técnica está entrelazada con dimensiones culturales, estéticas y éticas. Considera que un instrumento no tiene una existencia independiente, sino que está ligado al ser del hombre, definiéndose a través de su uso

y función en la práctica humana. Relaciona este instrumento como un artefacto que forma parte de un conjunto más amplio, como un martillo en una caja de herramientas donde “el martillar mismo es el que descubre la específica manuabilidad (Handlichkeit) del martillo. A la forma instrumental de ser del instrumento es lo que denominamos manuabilidad (Zuhandenheit), en cuanto que así se revela desde sí mismo” (Dussel, 1984, p. 62). Su existencia y utilidad están en función de su integración y referencia a otros instrumentos y elementos del entorno, de estos aspectos puede comprenderse la profundidad del papel que desempeña la técnica (donde la tecnología es una de sus herramientas) en la configuración del mundo y la vida humana.

Dussel, a través del análisis de Hegel (poiética, arte y noción del ser), Marx (capital, poiética, técnica, cultura y praxis), Kant (estética y ética) y Heidegger (ser, técnica y poiésis), profundiza en las implicaciones ontológicas, sociales, culturales y políticas del trabajo, relacionando lo ético y lo estético a través del arte en la estructuración de las relaciones humanas con la modernidad. Esta idea sugiere que el diseño, por formar parte de la técnica, también está cargado de significados culturales y sociales, al considerar ampliamente su impacto con el ser, el sentir y la poiésis generada a través de su usuario, transformándose también en un nuevo instrumento clave en el papel de la técnica moderna y posmoderna que es examinado en términos de su relación con la estética, la ética y la cultura (Dussel, 1984).

De lo anterior, se comprende que este pensamiento dusseliano define y enfatiza esta fuerte relación con la realidad, y la importancia de su interacción con lo sensible y su praxis humana, siendo éstos el centro de la actividad productiva y tomando la filosofía poiética como trabajo del acto creador, para entender cómo la multidisciplinariedad del DI genera narrativas y memorias que reconfiguran un sistema de producción y consumo en favor de un modelo que promueve el diálogo social y las relaciones sustentables con la naturaleza. Por lo que la cultura, el diseño, la tecnología y la estética junto a la producción y el consumo, generan un ciclo interdependiente, donde el trabajo es la base de la economía, la producción, la ideología, la cultura y la conciencia precedidas por la vida material.

IMPLICACIONES TRASCENDENTALES, LA ESTÉTICA EN LA INTERACCIÓN HUMANO-TECNOLÓGICA

La tecnología, y en especial la IA, ha redefinido el concepto de estética al superar los límites clásicos de la belleza. Las innovaciones tecnológicas ahora permiten la creación y manipulación de formas y estilos que anteriormente eran impensables, lo que transforma nuestra percepción y apreciación de la estética. Este cambio refleja una expansión del campo, donde la tecnología no sólo redefine lo que se considera estético, sino también extiende esta redefinición a todos los aspectos de la vida social y cultural (Mandoki, 2005).

La IA y la tecnología desempeñan un papel esencial en la formación y representación de identidades sociales. A través de redes sociales, avatares digitales y realidades virtuales, estas herramientas permiten nuevas formas de expresión personal y social (Mandoki, 2005). Este impacto tecnológico amplía el concepto de construcción y presentación de identidades sociales al incluir la estética de las plataformas digitales y experiencias virtuales, transformando cómo los individuos se representan y comunican en el ámbito digital.

Además, la tecnología contribuye a la creación y expansión de imaginarios colectivos mediante medios digitales y culturales. Tecnologías emergentes como la realidad aumentada y la virtual ofrecen formas innovadoras de experimentar y visualizar la estética, influyendo en cómo las personas interpretan y se relacionan con su entorno cultural y estético (Montejo, 2016). Estas herramientas tecnológicas enriquecen y diversifican los imaginarios colectivos, al permitir nuevas perspectivas y experiencias compartidas en el contexto cultural.

La integración de tecnologías avanzadas plantea nuevos retos para comprender la sensibilidad cultural. La estética debe entender cómo los avances tecnológicos afectan la percepción y representación cultural, fomentando una comprensión crítica de las implicaciones éticas y sociales que conlleva su uso en el diseño. La IA y la tecnología en el diseño suscitan interrogantes éticas relacionadas con la autonomía, la creatividad y el impacto cultural. Esta dualidad tiene un impacto profundo en la relación entre el ser humano y su entorno diseñado. La estética debe examinar la forma en que los avances tecnológicos perjudican la experiencia estética y cultural a largo plazo, fomentando una perspectiva que trascienda en lo inmediato. Esto implica considerar la globalidad y las éticas de la tecnología, promoviendo una comprensión futura de la interacción humana con su entorno tecnológico.

CONCLUSIONES

La estética en el DI integra aspectos sensoriales, emocionales y socioculturales en la interacción entre el diseñador y su usuario. Enfoques como el de Akari, Lobach y Bürdek plantean que la estética en el diseño está profundamente influenciada por el contexto cultural, involucrando aspectos sensoriales y simbólicos en la relación entre diseñador y usuario. No obstante, críticos contemporáneos como Jameson y Baudrillard alertan sobre cómo la saturación tecnológica y el simulacro en la cultura contemporánea puede debilitar la autenticidad y profundidad de la estética. Aun así, la tecnología y la IA, según Braidotti y Haraway, están revolucionando la estética y alterando tanto la identidad humana como las dinámicas del diseño, transformando nuestra relación con lo estético.

El DI ha evolucionado con la automatización y la IA, a fin de adaptarse a la Revolución Industrial 4.0 para mejorar su eficiencia y personalización en la producción. La IA se integra a estos procesos redefiniendo la experiencia estética al fusionar lo físico y lo digital, creando nuevas formas de interacción y percepción. Francalanci, Braidotti y Haraway dicen que el impacto estético de estas tecnologías es donde la frontera entre lo humano y lo artificial se desdibuja. Esta idea transforma al DI en un mediador del mundo material y virtual, donde la estética ya no responde sólo a lo material, sino a la optimización y la interactividad digital, generando una nueva dinámica en la creación de objetos y experiencias humanas.

El IoT conecta objetos cotidianos a redes globales transformándolos en dispositivos inteligentes que automatizan tareas y mejoran la calidad de vida. Impulsado por tecnologías como Big Data y 5G, el IoT ha planteado desafíos para el DI que deben integrar estética, funcionalidad y tecnología avanzada. Esto requiere un enfoque interdisciplinario entre el DI y disciplinas como la ingeniería, para dar solución a sus problemáticas.

La IA transforma la ciencia, la economía y el arte, desafiando nuestras nociones de creatividad y autonomía. Al facilitar el análisis de datos, la IA plantea importantes reflexiones éticas y estéticas, especialmente en su interacción con el arte, como se ejemplifica en el trabajo de Siqueiros, quien integró nuevas técnicas para crear experiencias artísticas más interactivas. Mc Lean y Oliva Torre destacan la importancia de prepararse para un futuro incierto, donde el diseño deberá adaptarse a nuevos materiales y sistemas productivos automatizados. Francalanci, por su parte,

argumenta que la técnica ha tomado el protagonismo sobre la naturaleza, evidenciado en la creciente prevalencia de lo artificial en nuestras percepciones.

Se observa la necesidad de una transformación radical en la educación del DI para adaptarse a las exigencias de la cuarta y futura quinta Revolución Industrial. Educadores como Arámbula y Maldonado subrayan la importancia de cultivar una conciencia tecno-estética, preparando a los estudiantes para el desafío de la Industria 5.0, que prioriza la interacción fluida entre humanos y máquinas. Este enfoque educativo debe asegurarse de que las decisiones no se basen exclusivamente en la inteligencia artificial, sino que prioricen el juicio humano, manteniendo el enfoque en la sostenibilidad y el bienestar.

Dussel argumenta que la técnica, incluida la tecnología, está profundamente entrelazada con la cultura, la estética y la ética, sugiriendo que los instrumentos sólo adquieren significado a través de su uso en contextos humanos. La tecnología, especialmente la IA, redefine la estética al expandir los límites de la belleza y transformar la percepción de identidades sociales en plataformas digitales. Mandoki sostiene que estas innovaciones permiten nuevas formas de expresión y enriquecen los imaginarios colectivos a través de experiencias culturales ampliadas por tecnologías. Sin embargo, este avance también plantea interrogantes éticas sobre la autonomía y la creatividad, lo que subraya la necesidad de una reflexión crítica sobre las implicaciones culturales y sociales del DI en un entorno tecnológico en constante evolución.

Los materiales inteligentes y manufactura digital en los sistemas CAD/CAM/CAE ofrecen adaptabilidad y personalización, mientras que la interacción hombre-máquina se potencia mediante interfaces intuitivas que enriquecen la usabilidad. Además, el diseño modular y adaptativo permite actualizaciones continuas, garantizando la longevidad de los productos. Finalmente, se enfatiza la necesidad de ver el diseño como parte de ecosistemas conectados, como las ciudades inteligentes, que responden a complejidades sociales.

Se deja abierta la implementación del diseño como mediador entre lo físico y lo virtual, ya que se puede adoptar desde varias soluciones prácticas; algunas propuestas pueden ser el uso de plataformas de simulación digital para prototipos iterativos, el desarrollo de aplicaciones centralizadas que integren dispositivos IoT, y la investigación en materiales inteligentes que respondan a estímulos, el diseño de interfaces intuitivas a través de talleres colaborativos, para crear productos modulares que permitan actualizaciones sencillas para establecer objetos inteligentes mediante

tecnologías interconectadas. La capacitación continua de diseñadores en áreas técnicas, estéticas e interdisciplinarias para enriquecer el proceso creativo y responder mejor a las necesidades contemporáneas.

REFERENCIAS

- Adobe. (25 de junio de 2024). *Adobe*. Obtenido de Crea experiencias significativas: <https://www.adobe.com/mx/sensei/generative-ai.html>
- Akari, D. (2010). *Estética del diseño industrial*. Presaldiseño.
- Ashton, K. (26 de junio de 2024). *rfdjournal.com*. Obtenido de That 'Internet of Things' Thing. In the real world, things matter more than ideas.: <https://www.rfdjournal.com/that-internet-of-things-thing>
- Baudrillard, J. (1978). *Cultura y Simulacro*. Kairós.
- Bebord, G. (2007). *La sociedad del espectáculo*. PreTextos.
- Benjamin, W. (1989). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. En *Discursos interrumpidos I*. Taurus.
- Boorstin, D. (1992). *Image. A Guide to PseudoEvents*. Vintage Books.
- Bostrom, N. (2016). *Superinteligencia caminos, peligros y estrategias*. TEEL.
- Braidotti, R. (2020). *El conocimiento posthumano (Vol. 302680)*. Gedisa.
- Bürdek, B. (2002). *Diseño. Historia, teoría y práctica del diseño industrial*. Gustavo Gili.
- Canetti, R. M. (2021). *Muchos futuros. Diseño de experiencias y tecnología digital en prospectiva. Cuaderno 137*. Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, pp. 69-86.
- Castro, J. (2012). Ética y estética, una relación ineludible. *rev.latinoam.bioet.* 12(1), 62-69.
- Ciencias, A. M. (2023). Nuevas tecnologías, industria 4.0 y sociedad. *Revista de la Academia Mexicana de Ciencias.* 74(2), 8-13.
- Clark, A. y Haraway, D. (2021). Posthumanismo Cyborg: Las Propuestas de Andy Clark y Donna Haraway. *Instantes y azares. Escrituras nietzscheanas*, 83-96.
- Clark, A. (2003). *Natural Born Cyborgs. Minds, Technologies, and the Future of Human Intelligence*. Oxford University Press.
- Danto, A. (2013). *Que es el arte*. Paidós.
- Debord, G. (1997). *La sociedad del espectáculo*. Naufragio.

- Delgado, A. Maldonado, A. y Arámbula, J. (2024). *La estética, el proceso creativo y el pensamiento proyectual, transformadores de habilidades en las artes y el diseño*. Universidad Autónoma del Estado de México.
- DocuSign. (10 de 10 de 2022). *DocuSign*. Obtenido de DocuSign: <https://www.docuSign.com/es-mx/blog/TICs>
- Durán, O. (2011). El Diseño Industrial y el Cambio Tecnológico - Apuntes desde estudios CTS. *Revista Colombiana de Filosofía de la Ciencia*, XI(22), 97-114.
- Dussel, E. (1984). *Filosofía de la Producción*. Nueva América.
- EFE, A. (21 de 01 de 2023). *ntrguadalajara.com*. Google despedirá a 12 mil de sus trabajadores: https://www.ntrguadalajara.com/post.php?id_nota=192999
- Espejel, C. (2014). ¿Arte popular o artesanías? Universidad Nacional Autónoma de México.
- Francalanci, E. (2016). *Estética de los Objetos*. Titivillus.
- García, B. (2021). Industria 4.0. La cuarta Revolución Industrial. *Escuela Técnica Superior de Ingeniería Industrial*. UPV, 1-9.
- Haraway, D. (2023). *Mujeres, simios y ciborgs: La reinención de la naturaleza*. Cátedra.
- Herner, I. (2022). ¿Cómo pensar el arte público? A 100 años del muralismo mexicano. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, LXVII(246), 121-154.
- International Business Machines Corporation (IBM). (25 de mayo de 2024). *IBM*. <https://www.ibm.com/mx-es/topics/blockchain>
- Instituto para la Diversificación y Ahorro de Energía (IDEA). (24 de junio de 2024). *Instituto para la Diversificación y Ahorro de Energía*. <https://www.idae.es/tecnologias/eficiencia-energetica/edificacion/domotica>
- Jameson, F. (2008). *Posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado*. Paidós.
- Kant, I. (1993). *Crítica de la razón pura (traducción de P. Ribas)*. Alfaguara.
- Lobach, B. (1981). *Diseño Industrial - Bases para la configuración de los productos industriales*. Gustavo Gili.
- Mandoki, K. (2005). La estetización difusa o la difusa estetización del mundo actual. En M. Sánchez. (Ed), *Estética: enfoques actuales*. Félix Varela.
- Montejo, R. (2016). *Prácticas y consumos culturales en las carreras Estudios Socioculturales y Gestión Sociocultural para el Desarrollo*. [Tesis de pregrado]. Universidad de Granma.
- Nava, A. y Naspleda. (2020). Inteligencia artificial, automatización, reestructuración capitalista y el futuro del trabajo: un estado de la cuestión. *CEO*, 6(12), 93-114.
- Ocampo, J. (2022). La inteligencia artificial ha transformado las prácticas artísticas. *Revista Colombiana de Pensamiento Estético e Historia del Arte*, 195-228.

- Odling-Smee, F. L. (2005). Niche Construction: The Neglected Process In Evolution. *The American Naturalist*, 147(4), 641-648.
- País, E. (26 de junio de 2024). Microsoft Start. Obtenido de Cuatro de cada diez empleados cree que su trabajo no existirá en la próxima década debido a la IA: <https://www.msn.com/es-mx/dinero/noticias/cuatro-de-cada-diez-empleados-cree-que-su-trabajo-no-existir%C3%A1-en-la-pr%C3%B3xima-d%C3%A9cada-debido-a-la-ia/ar-BB1oWgg1?ocid=BingNewsVerp>
- PCE. (25 de junio de 2024). *PCE instruments*. Obtenido de PCE instruments: <https://www.pce-iberica.es/instrumentos-de-medida/sistemas/sensorica.htm>
- Ponsa, P. y Granollers, A. (2010). Diseño y Automatización Industrial. *Diseño Industrial*, 1-30.
- Ramírez, P. (25 de junio de 2024). *Trycore*. Obtenido de Por qué la Inteligencia Artificial mejora la experiencia al cliente: <https://trycore.co/gestion-de-negocios/inteligencia-artificial-la-punta-del-iceberg-en-experiencia-al-cliente/>
- Reyes, A. y Pedroza, R. (2007). Retos de la formación profesional del diseñador industrial en la Cuarta Revolución Industrial (4RI). *Revista Iberoamericana para la investigación y el Desarrollo Educativo*, 8(16), 1-22.
- Reyes, A. y Pedroza, R. (2018). *La profesión del Diseño. Expresiones y experiencias*. CIME-UAEM.
- Ribeiro, R. (2021). *Tilted Arc y la disputa por el espacio público. Casos de sociología del arte*.
- Rodríguez, S. (2022). *Diseño industrial e inteligencia artificial (DIIA). De los métodos y las maneras*, Universidad Autónoma Metropolitana, pp. 81-92.
- Rojas, O. y Salas, J. (1999). Producción Automatizada Sistemas CAD/CAE/CAM. *Industrial Data*, 2(1), 38-47.
- Sánchez, M. (2005). Aproximación al estudio de las vanguardias artísticas del siglo XX. Principales autores y temas. En M. Sánchez (Ed). *Estética: enfoques actuales*. Felix Valera.
- Vega, M. C. (2015). *Las tecnologías IoT dentro de la industria conectada: Internet of things*. EOI *Escuela de Organización Industrial*. EOI Escuela de Organización Industrial.

V. PANORAMA ACTUAL DE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO Y SU VINCULACIÓN CON EL DISEÑO

*María Trinidad Contreras González**

*María Gabriela Villar García***

INTRODUCCIÓN

La estructuración del género llega a convertirse en un hecho social de tanta fuerza que inclusive se piensa como natural; lo mismo pasa con ciertas capacidades o habilidades supuestamente biológicas que son construidas y promovidas social y culturalmente. Hay que tener siempre presente que hay mayor parecido que diferencias como especie entre mujeres y hombres (Lamas, 2022, p. 59).

Este capítulo tiene como objetivo establecer un contexto breve sobre la perspectiva de género (PeG) en México para aplicarlo como antecedente en la disciplina del diseño. A partir de recientes aspectos en torno a las tendencias implementadas en los procesos de diseño, es posible delinear diferentes líneas de abordaje de esta perspectiva como una temática preponderante para el desarrollo social y cultural de las localidades, tanto a nivel regional, nacional como global.

La igualdad de género no solo es un derecho humano fundamental, sino que es uno de los fundamentos esenciales para construir un mundo pacífico, próspero y sostenible. Se han conseguido algunos avances durante las últimas décadas, pero el mundo está lejos de alcanzar la igualdad de género para el 2030. Las mujeres y niñas constituyen la mitad de la población mundial y, por tanto, también la mitad de su potencial. Pero la desigualdad de género prevalece y estanca el progreso social. De media, las mujeres ganan 23% menos que los hombres en el mercado laboral mundial y dedican el triple de horas al trabajo

* Doctora en Diseño, Facultad de Arquitectura y Diseño, Universidad Autónoma del Estado de México, mtcontrerasg@uaemex.mx

** Doctora en Ciencias Sociales, Facultad de Arquitectura y Diseño, Universidad Autónoma del Estado de México, mgvillarg@uaemex.mx

doméstico y de cuidados no remunerados que los hombres. La violencia y explotación sexuales, el reparto desigual del trabajo doméstico y de cuidados no remunerado y la discriminación en los cargos públicos siguen suponiendo enormes obstáculos... Es necesario un liderazgo político, unas inversiones y unas reformas políticas integrales para dismantelar las barreras sistémicas que impiden alcanzar el Objetivo 5. La igualdad de género es un objetivo transversal y debe ser un elemento clave en las políticas, presupuestos e instituciones nacionales (Unidas, 2024).

La perspectiva de género como temática trascendental en todas las áreas de desarrollo exige estudiar el ámbito de conocimiento a profundidad, si no, la minucia de cada uno de los términos puede llegar a confundirse y generar o reforzar ciertos estigmas o estereotipos. El sistema patriarcal que se ha consolidado a lo largo de múltiples generaciones ha determinado construcciones sociales machistas que han denigrado el papel de la mujer en diferentes ámbitos y a lo largo del tiempo, de la misma manera que ha conflictuado a generaciones de varones sobre la forma adecuada y funcional de proceder en la sociedad, además de la manera en que deben reconstruirse los elementos identitarios que eviten la reproducción de las distintas violencias existentes.

Una consideración importante sobre esta perspectiva es el desarrollo de líneas de comunicación, políticas públicas, acciones sociales y otras, en donde se establezcan ejes rectores para la propuesta, desarrollo e implementación de protocolos que permitan el acceso, la socialización, comprensión, validación y ejecución de los parámetros y conceptos que determinan una nueva forma de proceder en el mundo y sus contextos cambiantes a una velocidad importante.

Como las definiciones de género permean en las esferas de la vida pública y privada, solemos asumirlas como algo normal, natural y correcto. Cuando las diversas prácticas y estructuras que conforman la vida social representan constantemente la imagen de la mujer y el hombre de una manera específica es difícil imaginar que la masculinidad y la feminidad podrían definirse de manera diferente. Es decir, que pareciera que se trata de un constructo dado y no creado por la sociedad misma. Estos estereotipos de género han permanecido a lo largo del tiempo y derivado en violencias de todo tipo que se manifiestan de forma concreta en estadísticas lamentables, tanto en el contexto global como en el contexto nacional, sobre todo en un país de arraigo patriarcal como es México (Zarza Delgado y Albarrán Carrillo, 2023).

Para entender el tema de la PeG resulta valioso lograr una comprensión precisa de otros términos complementarios o subyacentes, como sexo, género, acceso a los recursos, abuso, acoso, tribu, etc. Es sabido que el sexo corresponde a las características físicas que determinan la clasificación entre hombres y mujeres; sin embargo, el género corresponde a una construcción social.

El género se conceptualizó como el conjunto de ideas, representaciones, prácticas y prescripciones sociales que una cultura desarrolla desde la diferencia anatómica entre mujeres y hombres, para simbolizar y construir socialmente lo que es “propio” de los hombres (lo masculino) y “propio” de las mujeres (lo femenino) (Lamas, 2022, p. 111).

La conceptualización en torno al género ha ido evolucionando a lo largo del tiempo, a partir de la comprensión de las diferentes construcciones sociales; así,

La nueva acepción de género se refiere al conjunto de prácticas, creencias, representaciones y prescripciones sociales que surgen entre los integrantes de un grupo humano en función de una simbolización de la diferencia anatómica entre hombres y mujeres (Lamas, 2022, p. 113).

Por otra parte, los cambios en el abordaje de la PeG en México deben verse validados por áreas que trastoquen el desarrollo y ejecución de políticas públicas, ya que es ahí en donde se evidencia la necesidad de un trabajo multidisciplinario y es aquí en donde desde el Diseño se pueden conceptualizar, desarrollar e implementar los códigos que posibiliten la comunicación de esta perspectiva de manera adecuada; además de que es factible considerar que en dicho transitar también se involucran otras áreas como las legales, médicas, sociales, antropológicas, creativas y educativas.

Vale la pena resaltar que el tema de la PeG en México sigue siendo un área poco abordada o conocida, debido a que independientemente del camino recorrido, no basta con reconocer que existen posibilidades para las mujeres en este país en distintos ámbitos, sino que realmente es necesario validarlas evitando colocar etiquetas de aprobación o desagrado en las conductas que se manifiesten, siempre y cuando exista una línea de respeto. No tendría por qué buscarse una aceptación social de decisiones personales, simplemente por el hecho de ser mujer.

Como ya se mencionó, existen distintas áreas en donde se busca implementar la PeG en México, principalmente a nivel colectivo; sin embargo, en los casos y procesos particulares la implementación de ésta suele ser superficial y tardía, propiciando tiempos de riesgos principalmente en las mujeres y sus hijos y/o hijas o círculos cercanos; es decir que los diferentes niveles de protección no ocurren de forma rápida o inmediata.

DISCUSIÓN

Para abordar la PeG, además de los acercamientos cuantitativos, es posible abonar desde el enfoque cualitativo, observando su riqueza desde lo socialmente compartido, en particular desde la premisa del marco de referencia del interaccionismo interpretativo debido a que éste establece que se ponderen los factores socioculturales para la lectura del ámbito en cuestión; al hablar del panorama actual de la PeG en México y su vinculación con el diseño, se observó que precisamente es una temática multifactorial que manifiesta incidencia en áreas sociales, institucionales y colectivas, entre otras.

De acuerdo con Álvarez-Gayou (2003), en el interaccionismo interpretativo

Los estudios culturales dirigen al investigador hacia una valoración crítica de cómo los individuos que interactúan vinculan sus experiencias vividas con las representaciones culturales de tales experiencias [...] la teoría feminista ayuda a que el lenguaje y la actividad del investigador y de la persona investigada estén influidos por el género, las propias biografías y la clase social. En resumen, el interaccionismo interpretativo se centra en temas como la visión fenomenológica existencial de los humanos y las sociedades, el self, la emocionalidad, el poder, la ideología, la violencia y la sexualidad (Álvarez-Gayou, 2003, p. 73).

Entonces, el interaccionismo interpretativo permite validar de forma preponderante la experiencia de los actores clave a partir de la interrelación y el intercambio con los contextos y las incidencias de éstos en y con otras personas y cómo influyen en la conducta y en sus cambios a nivel individual y colectivo. A partir de lo anterior, se generaron las siguientes categorías de análisis: el abordaje teórico, el ámbito

académico, el espacio laboral, la comunicación social, política, pública, privada, etc., el ámbito creativo (diseño) y el institucional y/o gubernamental, las cuales a su vez determinaron la elección de actores clave como representantes de cada una de las clasificaciones establecidas.

El interaccionismo interpretativo da oportunidad a que las situaciones o concepciones individuales signifiquen y se relacionen a estructuras colectivas mucho más complejas. Han existido hechos sociales e históricos que refieren un punto de inflexión en la manera de concebir el mundo, ocurriendo así en la concepción de este capítulo: Panorama actual de la perspectiva de género en México y su vinculación con el diseño. Actualmente se reconoce la labor del diseño desde el ámbito estratégico y aplicativo, considerándose como un elemento contemporáneo trascendental para el desarrollo social y global.

El diseño, aplicado a la PeG, comienza a tomar mayor fuerza con el paso del tiempo, a partir de su reconocimiento como un área de estudio que identifica y trabaja con problemáticas diversas y con conceptos, estrategias y herramientas particulares, dependiendo el caso abordado.

Dentro del estudio de la PeG, es factible identificar la trascendencia del diseño para la articulación de su ejercicio y su aplicación dentro de los diversos ámbitos de la sociedad contemporánea; es así que las categorías de análisis establecidas para este ejercicio de investigación reflejan aristas trascendentales para la validación, implementación y vivencia de la perspectiva de género. De esta manera, la categoría de abordaje teórico es importante para lograr generar un encuadre sobre el marco teórico y conceptual que permita tener y comprender la información medular sobre la PeG y cuáles son los parámetros para su ejecución y/o implementación; por lo tanto, a su vez ésta se vincula con la categoría de análisis del ámbito académico, ya que es aquí en donde se comienza y evidencia la discusión sobre las implicaciones de la PeG y cómo ésta es transmitida estableciendo líneas de comunicación y creación particulares, vinculándose así con áreas de estudio como el diseño.

No basta conocer sobre la PeG desde el ámbito académico y teórico, sino que resulta importante y complementario saber cómo se ejecuta e implementa; por ello, se establecieron como categorías de análisis el ámbito laboral y el institucional o gubernamental.

La cultura marca a los seres humanos con el género y éste marca la percepción de todo lo demás: lo social, lo político, lo religioso, lo cotidiano. La lógica del género es una lógica de poder, de dominación y es, según Bourdieu, la forma paradigmática de violencia simbólica, definida por este sociólogo francés como aquella violencia que se ejerce sobre un agente social con su complicidad o consentimiento (1992, p. 171). Para Bourdieu existe gran dificultad para analizar la lógica del género ya que se trata de una institución que ha estado inscrita por milenios en la objetividad de las estructuras sociales y en la subjetividad de las estructuras mentales (Lamas, 2022, p. 91).

A partir de las categorías de análisis establecidas bajo un enfoque de interaccionismo interpretativo se determinó la selección de actores clave que tienen incidencia directa con el objetivo de investigación y también se desarrolló un cuestionario para la aplicación de una entrevista. Los actores clave tienen los siguientes perfiles:

Actor clave 1: Maestra en Gestión y Desarrollo Social, Especialista en Género, violencia y políticas públicas y Licenciada en Psicología; ha participado en procesos de comunicación con PeG, así como en el desarrollo de cursos bajo la misma línea.

Actor clave 2: directora de un espacio institucional enfocado a la generación y desarrollo de políticas en torno a la PeG, permeadas en el ejercicio académico, profesional y en la capacitación constante.

Actor clave 3: está vinculado con el trato de personal en temas específicamente laborales y su validación a partir de la comunicación estratégica y visual oportuna.

Los actores clave 4 y 5 corresponden a figuras del ámbito público que están en espacios de toma de decisiones y que se vinculan a procesos de comunicación y capacitación sobre la PeG.

Dentro de los resultados obtenidos con la aplicación del instrumento se observa que la PeG puede ser definida como “las representaciones con respecto a los conocimientos y cultura en torno a los significados de ser hombre o mujer más allá del sexo” (Actor Clave 1, 2024); también es definida como “Una herramienta analítica que busca transformar a la sociedad bajo el principio de justicia” (Actor Clave 2, 2024) y al mismo tiempo se considera de manera más compleja como:

Una metodología de análisis de cualquier fenómeno social, a partir de la premisa de que existen diferencias sociales que ponen en desventaja a las mujeres con respecto a los hombres por razones de género, y que derivan, primordialmente, de factores socioestructurales que han sido legitimados a lo largo de la historia (Actor Clave 3, 2024).

De igual manera, a partir del instrumento aplicado a los actores clave, es posible definir a la perspectiva de género como “el poder ver las problemáticas de hombres y mujeres con perspectivas diferenciadas y con una mirada desde los roles y estereotipos de género” (Actor Clave 4, 2024). Lo cual resulta muy interesante, ya que no es una mirada romantizada sobre el “deber ser” de hombres y mujeres, sino más bien implica un verdadero reconocimiento de las capacidades, posibilidades y prospectivas de todas las personas, validando las etiquetas limitantes existentes.

Bajo el mismo parámetro investigativo se encuentran como principios indispensables para el abordaje de la PeG desde la iniciativa pública: “La generación de proyectos y políticas públicas direccionadas a la cultura de paz” (Actor Clave 1, 2024), evidenciando aquí la trascendencia de la concepción de esfuerzos compartidos para una mirada enfocada en evitar y erradicar los actos de violencia y fomentar la paz como perspectiva transversal. Al mismo tiempo, el Actor Clave 2 (2024) mencionó que resultan necesarios como principios la “justicia, deconstrucción, complejidad, democracia e integridad”.

Impulsar y vigilar los procesos de institucionalización y transversalidad de la Perspectiva de Género; principalmente poniendo atención en la planeación estratégica con PeG, que contribuya a la programación, presupuestación y evaluación de las políticas públicas y acciones de gobierno en favor del respeto, promoción, protección y garantía de los derechos humanos de las mujeres y de las personas LGTBTTTIQA+ (Actor Clave 3, 2024).

Con la misma trascendencia, el Actor Clave 4 (2024) estableció que se considera básico “el conocimiento de lo que significa tener Perspectiva de Género. Todos y todas usan el término, pero sin conocerlo”. De manera complementaria, se consideran indispensables para el abordaje de la PeG desde la iniciativa privada los siguientes principios:

Tomando en consideración el marco jurídico y normativo en la materia, la iniciativa privada debería instrumentar documentos orientados a la promoción, protección y garantía de los derechos laborales de todas las personas, principalmente de aquellos que tienen que ver con la corresponsabilidad familiar y la prevención, atención y sanción de la violencia de género en el ámbito laboral (Actor Clave 4, 2024).

De esta forma, se observa que en el ámbito privado muchas veces la implementación de la perspectiva de género queda en el gusto o “buena voluntad” de las personas que asumen la dirección de las organizaciones; sin embargo, vale la pena recalcar que las buenas prácticas en torno a la PeG y también en otros ámbitos se encuentran reguladas de manera normativa y legal, lo cual afortunadamente permite encontrar protección en caso de que existan personas vulnerables en sus derechos por razón de género.

A partir de lo mencionado y de la investigación desarrollada, el panorama actual de la perspectiva de género en México se establece bajo las siguientes premisas:

Primero, en la Agenda 2030 se programaron metas que hasta el día de hoy no se han logrado; sin embargo, en un marco de dos años se ha intensificado el trabajo al menos el ODS5 para atender el tema de género. Tenemos protocolos, alertas, programas, proyectos, políticas de género que se actualizan, pero parece que el cambio debe venir desde la sociedad y será un cambio paulatino, yo espero que pronto haya cambios reales (Actor Clave 1, 2024).

Resulta interesante contemplar regresar a parámetros y premisas que regulen y tengan claridad sobre la instrumentación de la PeG en diversos ámbitos y sus implicaciones a nivel local y global, ya que permite el reajuste de diferentes prácticas constantes.

En nuestro país está todavía muy lejos de institucionalizar y transversalizar la perspectiva de género en sus procesos, dado que existen muchas resistencias a renunciar a privilegios patriarcales, toda vez que nos encontramos en un estado enteramente patriarcal. Es necesario que existan presupuestos y planeaciones estratégicas con perspectiva de género, pero también personal sensibilizado, consciente y capacitado en la materia (Actor Clave 3, 2024).

Por lo anterior, resulta evidente la necesidad de continuar visibilizando y discutiendo desde todos los ámbitos posibles la evolución de los panoramas de aplicación de la perspectiva de género, cuáles son las estrategias evidentes que han resultado funcionales y cuáles podrían ser las áreas de oportunidad, así como saber cuáles son los recursos necesarios para su implementación.

En el instrumento aplicado se descubren algunas pautas dentro de la consideración de la vinculación del diseño con la PeG, entre las cuales se encuentran:

Se ubica en el ámbito de las políticas públicas. Las políticas públicas contienen un ciclo que implica la agenda, el diseño de la estrategia y herramientas, implementación y evaluación, que es un ciclo porque se encuentra en constante actualización en la medida en que la sociedad cambia. El diseño puede y debe estar concatenado con la perspectiva de género; es decir, deben diseñarse cursos de acción, estrategias y herramientas que tiendan a abonar a la solución del problema como es la desigualdad, discriminación, violencia por razón de género y cuando hablamos de género hablamos de hombres, mujeres y diversidad de sexo genérica. En este sentido, el tema ya se encuentra en todas las agendas del ámbito público y privado, lo que significa un gran avance; se han diseñado proyectos, programas de atención al tema, ahora falta ubicar los resultados y quizá evaluar lo que hemos realizado hasta ahora. Para ello existe todo un sistema en donde existe una corporación evaluadora de centros laborales, por ejemplo, que corresponde a la fase de evaluación de políticas (Actor Clave 1, 2024).

De manera interesante, se ubica el papel del diseño no solamente en la aplicación y desarrollo de objetos bidimensionales o tridimensionales, sino también desde la perspectiva conceptual; es decir que el “pensamiento de diseño” o el proceso de investigación, análisis y conceptualización que ocurre en las áreas de diseño permite tener una mirada creativa para otras áreas, brindando elementos y herramientas teóricas y estructurales que pueden ser consideradas en la generación de políticas públicas y de otros parámetros en torno de la aplicación de la perspectiva de género.

Si el diseño de cualquier objeto físico o virtual es para uso de las personas y éstas son diversas, es necesario que, en términos de perspectiva de género, se consideren las necesidades prácticas de las mujeres y las necesidades estratégicas de género, a efecto de que esas “cosas” puedan ser utilizadas desde sus intersubjetividades (Actor Clave 3, 2024).

De alguna manera, se reconoce que el diseño puede ser un gran aliado para la implementación de la PeG en ámbitos cotidianos y específicos, ya que se valida que permea de manera constante en la vida de las personas, de forma tangible o intangible.

Se puede abordar de diversas formas, creo que considerar la perspectiva de las mujeres para la construcción de nuevos contextos y creaciones es súper valioso; ampliar con la forma de concebir sólo por ir ofreciendo miradas diversas es una de las cosas que pudiera aportar el diseño (Actor Clave 2, 2024).

Por lo tanto, se considera que “Desde el uso del diseño se podrán encontrar más formas de difundir, sensibilizar e informar acerca de la Perspectiva de Género y su importancia” (Actor Clave 4, 2024). Esta última aportación de uno de los actores clave, valida y rescata las posibilidades que brinda el diseño desde el ámbito sensible de las personas, permitiendo así lograr captar las necesidades de la audiencia con una profundidad y sensibilidad considerable y, a su vez, traducirlas en elementos o representaciones simbólicas que permitan articular mensajes claros y de orientación precisa para accionar protocolos indispensables en el desarrollo de una cultura de género.

Resulta interesante reconocer que el diseño fomenta, desde sus diversas acepciones, las apropiaciones, la generación de formas y estilos de vida, en donde a partir de ello se rescata parte de la trascendencia que puede tener para una audiencia objetiva y para la población en general, al permitir y fomentar elementos que consoliden nuevas formas de concebir la convivencia desde una verdadera perspectiva de género.

CONCLUSIONES

Desde las trincheras mencionadas (ámbitos institucional, gubernamental, público y privado) se establecen contextos y parámetros que consolidan realidades sociales y fomentan la normalización de la aplicación de la perspectiva en diversos ámbitos; sin embargo, a partir del diseño se valida gran parte de las intersubjetividades manifestadas. Así, uno de los resultados más valiosos de esta discusión es la consideración de la “intersubjetividad” como un área validada, estudiada, identificada, representada y

articulada desde el diseño para otras áreas dentro de un trabajo multidisciplinario y bajo una transversalidad preponderante.

La intersubjetividad puede ser entendida como un proceso en donde se consolida la comunicación y validación profunda entre dos o más personas, entendiendo sus características como únicas y como parte de los elementos necesarios de la colectividad. A partir del rescate de los elementos icónicos o analógicos por medio de las imágenes, se propicia el desarrollo conceptual y factual para dar paso a los elementos procedimentales, afectivos-valorativos y metacognitivos. La imagen fija y la imagen en movimiento son detonantes para la construcción de imágenes mentales que, a su vez, conllevan la evocación de imágenes sonoras, olfativas, kinestésicas desde la consideración de la proxemia, e imágenes ambientales, entre otras.

A nivel sociológico y de manera multidisciplinaria suele ser un tema interesante debido a que una persona debe cumplir ciertas características para agradar y convencer a un público específico, tenga o no razón en los argumentos expuestos, lo cual al estar frente a grandes audiencias implica un gran nivel de responsabilidad *per se*.

La intersubjetividad resulta de suma importancia porque permite reconocer la vulnerabilidad de las personas en lo individual, lo colectivo y en lo contextual; todo ello, desde una mirada respetuosa que a partir de una observación profunda comienza con un reconocimiento de los elementos en cuestión, para su posterior articulación de manera sutil, natural y no forzada, dando oportunidad a la identificación de las necesidades auténticas existentes, así como a la ubicación de posibles soluciones e implicaciones.

La PeG para el diseño resulta ser una herramienta de análisis y conceptualización, y viceversa, ya que ambas posturas permiten la conceptualización de estrategias específicas de acción y la generación de material físico y audiovisual que apoye a la implementación de la validación de la perspectiva de género. A partir de esto, se detecta la necesidad de transversalizar la PeG desde la multidisciplinaria, reconociendo que existen áreas de la sociedad que requieren mayor cantidad de recursos y la conciencia y actitud para renunciar a ciertas prácticas patriarcales, en donde el proceso puede resultar incómodo, pero al final de ello es totalmente necesario para todas y todos los involucrados de manera directa o colateral.

En conclusión, el capítulo señala la importancia del diseño en la articulación y aplicación de la perspectiva de género en diversos ámbitos de la sociedad, destacando la “intersubjetividad” como un proceso fundamental para la comunicación y validación

entre individuos. La perspectiva de género y el diseño se consideran herramientas complementarias para desarrollar estrategias específicas de acción y generar materiales que apoyen su implementación. Este enfoque subraya la importancia del diseño como una herramienta estratégica para la implementación y validación de la perspectiva de género.

La intersubjetividad, la colaboración multidisciplinaria y la integración de la perspectiva de género en todas las políticas y prácticas institucionales son esenciales para lograr un desarrollo social y cultural equitativo y sostenible. Este enfoque no sólo beneficiará a las mujeres y niñas, sino que contribuirá a la construcción de una sociedad más justa y próspera para todos.

REFERENCIAS

- Alvarez-Gayou Jurgenson, J. L. (2003). *Cómo hacer investigación cualitativa. Fundamentos y metodología*. Paidós Educador.
- Lamas, M. (2022). *Dimensiones de la diferencia. Género y política. Antología esencial*. CLACSO.
- Organización de las Naciones Unidas (ONU) (1 de Julio de 2024). *Naciones Unidas*. Obtenido de Objetivos de Desarrollo Sostenible: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/gender-equality/>
- Zarza Delgado, M. P., y Albarrán Carrillo, V. (2023). Cultura material y género. En M. P. Zarza Delgado, J. T. Iduarte Ubieta, y M. S. De la Barrera Medina, *A propósito del Diseño. Reflexión y crítica desde la Academia*. Bonilla Artigas Editores y Universidad Autónoma del Estado de México.

TERCERA PARTE

APORTACIONES DE LA CULTURA ACTUAL EN LOS PROCESOS DE DISEÑO

I. TRASFORMANDO LA METODOLOGÍA DEL DISEÑO: PROPUESTA DE MARCO DINÁMICO PARA LA PRÁCTICA DEL DISEÑO

*Juan Salvador Córdova Martínez**

*Ana Aurora Maldonado Reyes***

INTRODUCCIÓN

El diseño se puede entender como disciplina cuando se percibe como una actividad que tiene una lógica para realizar cierta acción de forma premeditada con un fin específico a voz propia; la naturaleza con que es visto este propósito puede hacer pensar que el diseño sirve para una u otra cosa, siendo una de las principales concepciones la de solventar una necesidad bajo un producto, sea éste un objeto físico, un plano o una comunicación gráfica. Esta definición está basada en el concepto de diseño industrial que la Organización Mundial de Diseño (World Design Organization por sus siglas en inglés) propone: “El diseño industrial es un proceso estratégico de resolución de problemas que impulsa la innovación, construye el éxito empresarial y conduce a una mejor calidad de vida a través de productos, sistemas, servicios y experiencias innovadores” (WDO, 2015).

Esta forma de divisar al diseño es la de entenderlo como una actividad proyectual que genera un producto, cuya base es la identificación de un problema que se establece como una situación, un momento o una condición que está provocando un inconveniente, una frustración, una necesidad, etc., el cual requiere ser atendido para que se resuelva; por lo tanto, el diseño es una actividad proyectual bajo la concepción de problema → solución. Además, el diseño debe tener entre una de sus condiciones importantes la de centrarse en las personas (Mao et al., 2005, p. 106), de forma que todas las decisiones estén dadas bajo el beneficio de éstas. Por esta razón, al momento

* Maestro en Diseño Industrial, PDI - UNAM, CIAD, Facultad de Arquitectura y Diseño, Universidad Autónoma del Estado de México, juanscordova07@gmail.com

** Doctora en Artes, CIAD, Facultad de Arquitectura y Diseño, Universidad Autónoma del Estado de México, eurekaana@gmail.com

de plantear el problema de diseño se debe también establecer cuál es la necesidad de las personas. Ésta se puede entender como ese “algo” que les hace falta, siendo esto el porqué del problema y el fin o meta que tiene la solución de éste, el cual es que ese “algo” ya no haga falta a la persona. Se concluye, entonces, que la solución a un problema de diseño es la satisfacción de una necesidad dada.

Como conclusión podemos decir que diseñar es una actividad que consiste en idear e imaginar formas sensibles nuevas que respondan a las necesidades de los hombres, como satisfactores que hagan posible una vida cotidiana mejor en una totalidad social concreta. (García, 1996, p. 24)

Así, el diseño puede ser entendido a grandes rasgos como la acción basada en la solución de problemas, que visto desde la perspectiva de la persona, es la acción proyectual que satisface una necesidad. Este es el tema central de discusión que se expone, ya que el diseño si bien tiene estas condiciones de forma inherente, debe existir una continua reflexión que necesita plantearse (Burgos, 2022), debido a que se corre el peligro de que se pueda llegar a un fácil, pero reducido entendimiento de que el diseño sólo está dado bajo su praxis de solucionar y cerrar un problema generando algo específico, ya sea un producto físico o gráfico, provocando que el conocimiento de diseño que ya se tiene o el que se puede llegar a generar, esté dado solamente por la acción de producción de diseño, donde se realiza algo concreto (objeto); lo anterior impide que se produzca una visión más amplia como la de ser una disciplina que puede entender tanto a la persona, a través de los objetos que usa o desea, como a la relación y conducta que los objetos provocan en el individuo, por citar un ejemplo, pero esto demuestra que se necesita una concepción profunda de lo que el diseño puede generar.

Bajo este planteamiento se discutirán a continuación dos situaciones de riesgo que surgen de ver al diseño de esta forma (Burgos, 2022), en virtud de que la falta de argumentación y contraste de ideas en el quehacer de la producción de objetos ha provocado que el diseño sea visto y aplicado por algunas personas sin estudios de diseño y diseñadores sólo de una forma estática; es decir, que se genera una solución única que cierra de manera definitiva la acción del diseño, teniendo el problema de que esto llegue a hacer creer que ésta es la única forma de hacer diseño. Por esta razón, la exposición de estas dos situaciones viene a entrever primero cuáles son

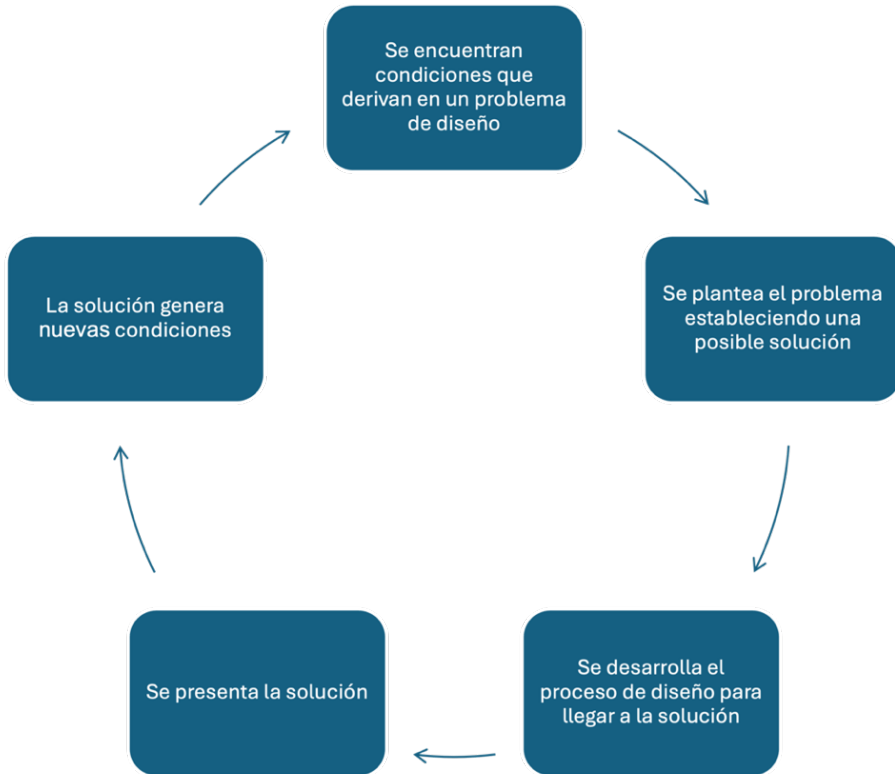
los inconvenientes que se presentan para, posteriormente, plantear cómo se puede cambiar, cómo se está cambiando el enfoque y en qué puede ayudar, tanto en la visión teórica como en la práctica.

SITUACIONES DE RIESGO EN EL DISEÑO PROYECTUAL PROBLEMA→SOLUCIÓN

Con este enfoque de diseñar sólo como acción de realizar o producir algo, se está acotando y simplificando lo que es y lo que puede ser; por tanto, debe existir una crítica que sea el punto de reflexión e inflexión del diseño, ya que si se continúa con este planteamiento se generan dos situaciones que pueden entenderse como efectos secundarios negativos, los cuales requieren ser discutidos para replantear esta visión del diseño y proponer una perspectiva diferente. A continuación, se mencionan estas dos situaciones:

1. Entender, analizar y posteriormente plantear un problema de diseño conlleva vislumbrar una posible solución, situación que necesita una clara discusión y apertura para no caer en el error de creer que existe sólo una vía para solventar el problema, donde se puede incurrir en quedarse únicamente con lo que se entendió y definió en una primera instancia, haciendo que el diseño carezca de una visión amplia del contexto y sólo sea un ente que de inmediato desarrolle un producto final que satisfaga una necesidad puntual, ya sea individual, de un grupo particular de personas, de un tipo de persona específico, etc. Esta postura tiene la desventaja de generar dudas sobre si se está contemplando un contexto mayor entre individuo, sociedad, ambiente, región, economía, etc., mismas que pueden disiparse siempre y cuando exista una mayor discusión, ya que solucionar un problema trae consigo otras condiciones que pueden generar otros conflictos si sólo se acota a un momento cerrado de la realidad, lo que resulta en la necesidad de volver a diseñar para solucionar un problema que no existía, pudiendo llegar a un error que no debería presentarse en el diseño, el cual es entrar en un bucle sin sentido, como se muestra en la siguiente figura.

Figura 1. Bucle de diseño en el enfoque problema→solución



Nota: bucle de diseño resultante de utilizar el enfoque de problema→solución, donde la solución de un problema genera nuevas condiciones que necesitan una solución.

Fuente: elaboración propia.

2. La solución de problemas, planteándolos como la satisfacción de necesidades del hombre, sin la argumentación de qué es lo que en verdad se necesita o se debe hacer bajo diferentes contextos, puede convertir al diseño en una herramienta que sólo produce cosas, objetos, productos, carteles, etc., pero esto no debería ser la meta del diseño, ya que si bien tiene la finalidad de producir objetos para facilitar ciertas acciones cotidianas a través del estudio de la persona y de la tecnología (por ejemplo), su impacto debe entenderse de una forma más amplia. Esto es, el diseño no es sólo crear un producto, por ejemplo,

una nueva taza, un nuevo mueble, un nuevo televisor, cambiando características que no repercuten en un beneficio para la persona como que éstos sean más grandes, más pequeños, de otro color, de otro material, más caros, etc., con el único objetivo de acrecentar el consumismo, desechando el producto antiguo por uno nuevo. “Esta idea de cambio constante, pero sin sentido impulsa una máquina de consumo” (Kolko, 2012, p. 12). El diseño debe ser esa disciplina que genere una identidad en la persona y en los objetos, en sus acciones y su relación, bajo un contexto social, ambiental, económico, etc., que tenga como fin solventar situaciones para el bien de las personas en todos los contextos posibles; que sea la vía para entender por qué y para qué usamos algo, por qué y para qué hacemos cierta acción, cuáles son las consecuencias de hacer algo, por qué no se puede o no se debe hacer cierto objeto, etcétera.

Esto ha llevado a que el diseño bajo este planteamiento haya desarrollado técnicas y métodos que no estén dentro de la crítica de por qué y para qué en relación con el beneficio de las personas y su realidad que las rodea, sino sólo en cómo mejorar ligeramente cierto producto, siendo el caso del método de *Design Thinking* (Park y McKilligan, 2018), el cual visto desde una perspectiva funcional es eficiente y plasma de forma correcta cómo solucionar un problema bajo los conceptos de acción del diseño, teniendo como resultado un producto o un objeto que cumple con unas condiciones específicas.

Este método proviene de la teoría “Human Problem Solving” de Newell y Simon (1972), que es la base de una de las primeras teorías de diseño, teniendo una gran relevancia en el desarrollo de la actividad que está centrada en el pensamiento proyectual, la denominada *Design Thinking Theory* (Burgos, 2022), donde se establece al diseño centrado en el objeto, el cual está dado en el marco de problema-solución como se ha comentado, en donde se espera que el objeto desarrollado sea aquel que solucione un problema específico. Bajo esta teoría, se ha planteado un método con el mismo nombre que ha tenido una cierta popularidad, cuyo objetivo es establecer pasos a seguir para solucionar un problema en cuestión. Park y McKilligan (2018) hacen la siguiente definición:

Design thinking ofrece una dirección sistemática y emocionante para la solución creativa de problemas, mediante la integración de factores humanos, comerciales y técnicos con un enfoque en la construcción de soluciones innovadoras basadas en una perspectiva centrada en el usuario (Park y McKilligan, 2018, p. 727).

De forma concreta, el Instituto de Diseño de Stanford ha dispuesto cinco pasos concretos para desarrollar una solución dentro de este método de Design Thinking (Plattner, 2010, como se citó en Park y McKilligan, 2018); estos pasos vienen explicados en la siguiente tabla 1.

Tabla 1. Descripción de los pasos que se utilizan en el método de Design Thinking

Nombre del paso	Descripción
1. Empatía	La empatía es el principio clave del proceso, ya que aquí se intenta no sólo saber qué quiere el usuario, sino entenderlo, tratando de conocer sus necesidades, motivaciones, emociones y experiencias. ^a
2. Definir	Aquí se tiene el objetivo de plantear el problema, con base en la información y los conocimientos recopilados en la etapa de empatía. ^a
3. Idear	Se considera el paso creativo, ya que en él se deben proponer muchas ideas mediante diferentes técnicas, con el fin de no limitar al diseñador a una única solución obvia. ^b
4. Prototipar / Crear prototipos	Empieza la fase experimental con el objetivo de conocer qué funciona y qué no, para posteriormente volver a la fase de idear, hasta encontrar una solución que pueda cumplir con lo establecido. ^a

5. Probar

En esta etapa se hace una evaluación de la solución o propuesta final con el usuario objetivo, de forma que se tenga una información que se apegue de la mejor manera posible con la realidad. Esta fase es importante porque es la que puede desechar las concepciones y creencias del diseñador, además de que es otra oportunidad para comprender a los usuarios.^b

Nota: ^aGibbons (como se citó en Park y McKilligan, 2018, p. 728). ^bThoring y Müller (como se citó en Park y McKilligan, 2018, p. 728).

Esta teoría que se ha convertido en un método con pasos concretos a seguir, si bien tiene flexibilidad en cuanto a estos mismos y a la iteración de su proceso, no deja de ser una guía que está enfocada a producir algo, a solucionar el problema con un producto final. Esto no es malo en sí, ya que como se ha mencionado, tener una guía con una lógica detrás es importante y conlleva un beneficio, pero debe ser sólo una parte del diseño; no todo lo que es diseño debe ser una parte de la acción ejecutora de éste, y no a lo que el diseño debe entenderse o acotarse, siendo ésta la crítica que se busca, ya que al momento de delimitar al diseño a un método que, en efecto, sí sirve, no deja de ser un impedimento que evita vislumbrar todo lo que el diseño genera como conocimiento, tanto en su práctica, en su teoría propia, como en lo que puede llegar a comprender sobre la persona, comunidad, región, ambiente, etc., que están dentro del proyecto de diseño. Es también poder entender la relación de las personas con los productos; es decir, el impacto de las personas en los productos, y viceversa, y cómo éstos evolucionan de forma conjunta, en un mundo donde la tecnología y la información han cambiado la manera en que las personas se comportan (Dabat, 2022).

Más que estar en contra de considerar a la teoría del diseño solamente como una actividad proyectual de resolución de problemas, se puede tomar en cuenta lo expuesto por Cravino (2020): “El proyecto no explica el mundo, ni tampoco simplemente lo comprende: El proyecto hace y transforma al mundo” (p. 42). Así, se debe impedir ver al diseño sólo como el ente ejecutor o productor de un proyecto, pues debe ser considerado como algo más allá de esas condiciones; si no se evita caer en esta visión, se puede llegar a creer que el diseño solamente existe si hay un proyecto, lo cual es

totalmente falso. Es decir, existe el diseño aun cuando no haya un proyecto, ya que éste no es la única razón por la que el diseño entiende a las personas, a los objetos, a sus relaciones; también hay razones como que éste debe ser una postura que tenga en cuenta la realidad más allá de una acotación a un momento específico y estático, es decir, más allá de una necesidad única que sea satisfecha por el proyecto.

La realidad es dinámica, dado que todo está en continuo movimiento; las condiciones humanas, ambientales, geográficas, políticas, etc., varían y se transforman; por lo cual, si éstas son parte de un proyecto como especificaciones iniciales cerradas, puede ser que al llegar al finalizar éste, el producto final no satisfaga la necesidad porque las condiciones cambiaron durante ese proceso. Este es el motivo por el que se presenta una propuesta de marco dinámico para la práctica de diseño, siendo ésta un enfoque de intervención de la realidad en una forma más dinámica, pasando de problema-solución a establecer un estado 1 a un estado 2, a un estado n.

PROPUESTA DE MARCO DINÁMICO PARA LA PRÁCTICA DEL DISEÑO: ENFOQUE DE DISEÑO DE INTERVENCIÓN DE LA REALIDAD DE UN ESTADO 1 A UN ESTADO 2, Y ASÍ SUCESIVAMENTE HASTA UN ESTADO N

Siguiendo con la idea planteada por Cravino (2020), el diseño en su acción, en su actividad de diseñar, sí transforma al mundo, pero antes que eso pase, interviene el mundo, pudiendo pasar de un estado 1 a un estado 2, y así sucesivamente hasta un estado n, en contraparte a una simple acotación de un problema que se termina con una solución cerrada y única. En este sentido, la acción de diseño sí cambia al mundo, pero ese concepto debe proyectarse como algo mayor, que implica cambios de conducta y de perspectivas de entendimiento de las cosas; es decir, no tomarse a la ligera, en especial en el contexto de diseño donde no se tiene control de aspectos externos que pueden determinar la transformación del mundo (Burgos, 2022).

Esta visión se debe a que, si se entiende la acción de diseño como una intervención que pasa de estado 1 a un estado 2, entonces se puede comprender de mejor manera que no existe una situación final como se predispone cuando se soluciona un problema, ya que no se está cerrando algo, porque en la realidad no se cierra una condición, no hay un punto final, como si se dijera que éste es el problema y mi diseño le da

solución. Esta condición no existe porque está dada bajo un contexto muy específico, bajo condiciones y variables acotadas en un proceso de un proyecto, pero la realidad es más grande, compleja y dinámica. En el momento de plantear un producto que dé solución a un problema o una situación, se detonará a través de ese producto una cadena de problemas que no se han tomado en cuenta, lo cual desarrolla un bucle como el que ya se ha comentado.

Parte de esto se puede entender dentro de lo que se denomina *problema perverso*¹ (*wicked problem* en inglés), ya que una de las diez características que los definen como menciona Kolko (2012) cuando resume lo expuesto por Horst Rittel, expresa exactamente lo que se ha comentado: “Todo problema perverso es síntoma de otro problema. La calidad interconectada de los sistemas políticos socioeconómicos ilustra cómo, por ejemplo, un cambio en la educación provocará un nuevo comportamiento en la nutrición” (Kolko, 2012, p. 10).

Esto se puede ver también desde lo que es la investigación del diseño, desde la investigación para diseñar algo, por ejemplo el análisis de cómo se hizo este algo, ya que si se plantea de esta manera, de establecer un estado 1 que pasa a un estado 2, entonces se pueden crear otras condiciones, explicaciones o argumentaciones posteriores de revisión del diseño, del porqué el estado 2 puede llegar a ser una acción no deseada o un estado que le hace falta desarrollo, por lo que necesita modificarse y, por tanto, debe pasar a un siguiente estado, y así sucesivamente hasta un estado n, pero ahora de forma más simple, ya que se contempla previamente que se puede dar esta situación como propia de un proyecto, provocando que ya no exista ese momento final y, por ende, el diseño puede seguir estando abierto, evolucionando y mejorando, al mismo tiempo que se encuentren argumentos u opiniones que no hayan sido tomados en cuenta en diferentes enfoques, lo cual puede ayudar a mejorar en lo social, grupal, ambiental, etcétera.

También, como menciona Findeli (2001), de esta forma se puede llegar a tener una nueva propuesta de estructura lógica del diseño, donde los actores de la acción proyectual, definidos como el diseñador y el usuario, sean parte del mismo sistema y estén al mismo nivel, haciendo que exista una sinergia entre ellos de una forma más profunda y natural.

¹ Problema perverso: es un problema social o cultural difícil o imposible de resolver debido a su naturaleza compleja e interconectada. Los problemas perversos carecen de claridad tanto en sus objetivos como en sus soluciones, y están sujetos a limitaciones del mundo real que dificultan los intentos sin riesgo de encontrar una solución (Wong, 2023).

[...] Una nueva estructura lógica del proceso de diseño es:

- 1.- En lugar de un problema, tenemos: estado A de un sistema.
- 2.- En lugar de una solución, tenemos: estado B del sistema.
- 3.- El diseñador y el usuario son parte del sistema (Findeli, 2001, p. 10).

Este cambio de concebir al diseño como una actividad de hacer o crear algo, bajo un planteamiento de estado 1 que pasa a un estado 2 como una intervención de la realidad, en lugar de un problema→solución, como ya se ha planteado, puede permear no sólo en la práctica misma, sino también en el diseño dentro de su todo y, como menciona Findeli (2011), modificar el proceso de diseño en su forma provoca que al mismo tiempo evolucione el producto u objeto, dando como resultado que varíe la manera de ver a los actores del diseño.

ACTORES DEL DISEÑO EN LA PROPUESTA DE MARCO DINÁMICO PARA LA PRÁCTICA DEL DISEÑO

Bajo este enfoque de intervención, el diseñador ya no es el ente superior que dictamina el problema (y en especial la solución); ahora, viendo al diseñador que está parado frente a una visión de intervención de la realidad, contemplando el estado 1 inicial, para que mediante su acción de realizar diseño se pase a un estado 2 de intervención de la realidad, da lugar a establecer algunas consideraciones en relación con las partes y actores del proceso de diseño:

- *El diseñador*: entiende que la realidad existe, hay un contexto donde se vislumbra la intervención, pero sigue presente en el estado 2, aunque éste ya haya sido aplicado, pudiendo contemplar un posterior estado 3, 4, etc. (Findeli, 2011), debido a que no hay un cierre a la realidad como con el enfoque de problema-solución, donde existe una posibilidad mayor de no observar el contexto, o a lo que rodea la realidad que se está vislumbrando.
- *El usuario o persona*: es el ente que va a utilizar o a estar en relación directa con el producto diseñado. No sólo es un sujeto con características particulares que tiene la necesidad de un producto, que cuando lo obtenga se dé por terminado

el ciclo de diseño y, por tanto, para hacer alguna revisión del uso o si no se cumple con la necesidad que se había planteado, se deberá hacer un nuevo proyecto (Sanders y Stappers, 2008). Esta es la razón por la cual, al establecer el enfoque de pasar de un estado inicial 1 a un estado 2, y así sucesivamente hasta un estado n, los cuales no son actualizaciones *per se* del producto, son condiciones flexibles del producto en relación con la retroalimentación de las personas, tanto en el desarrollo como en la vida útil del mismo, el usuario o persona estará en el mismo nivel que el diseñador, obteniendo una mayor apertura y flexibilidad en lo que un objeto puede hacer, evitando su obsolescencia.

- *El objeto final o producto*: puede tener muchas más variantes, ya no sería algo cerrado con una sola finalidad, ya que al establecer el enfoque de intervención de la realidad en el cual se pasa de un estado inicial 1 a un estado 2, y así sucesivamente hasta un estado n, se podrían sumar condiciones al mismo, pero ahora, viéndolo como un sistema o plataforma inicial, sin la implicación de complejizarlo (Findeli, 2011). Con esto se plantea que el producto puede ayudarse de lo que hoy se entiende como retroalimentación del usuario, desde todas las fases de su desarrollo; de esta forma, se tiene contemplado que se presentarán condiciones que serán solicitadas por el usuario, pudiendo anticipar la corrección o, siendo más preciso, afinar el manejo, función o seguimiento de características del producto en relación con la evolución que las personas le darán, dejando abierta la posibilidad de modificación o actualización a lo que realmente estará pasando en el momento, y no a suposiciones iniciales. En los apartados siguientes se precisarán ejemplos para concretar la idea que aquí se está proponiendo.

Este tipo de aproximaciones del diseño en referencia a cómo se contempla su acción desde los actores principales: el diseñador y el usuario, ya ha sido planteado por varios teóricos del diseño, como Sanders y Stappers (2008), quienes han profundizado en la forma en que se entiende al objeto de estudio, en que el diseñador puede pasar de una aproximación centrada en el usuario (user-centered) a una aproximación centrada en el codiseño, en donde el diseñador y el usuario (la persona destinada a usar el diseño) están en una comunicación y en una retroalimentación constantes (Sanders y Stappers, 2008), como se muestra en la figura 2.

Figura 2. Cambio de roles en los actores de diseño

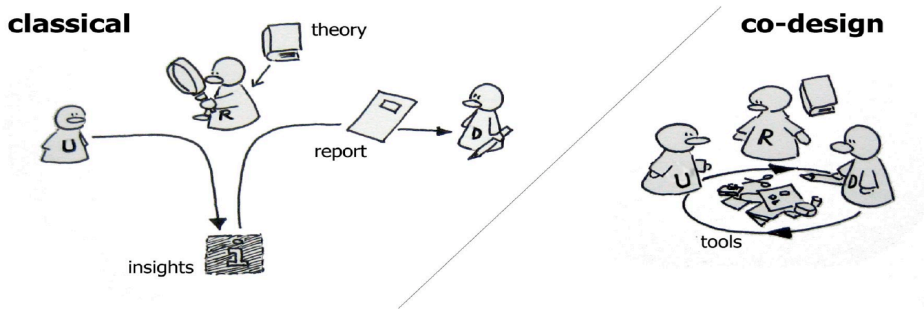


Figure 3 Classical roles of users, researchers, and designers in the design process (on the left) and how they are merging in the co-designing process (on the right).

Fuente: Sanders y Stappers (2008).

La perspectiva de Sanders y Stappers (2008) viene a documentar que el cambio del paradigma de cómo interactúan los actores del diseño ya está sucediendo, por lo que se puede inferir que la visión de cómo se ha hecho diseño está quedando corta en comparación con la forma en que ha ido evolucionando la disciplina, estableciéndose como una condición que puede ser contemplada en la intención de ver al diseño como una acción de intervención de la realidad a través de diferentes estados. Teniendo en cuenta que el diseño puede estar plasmado como una forma de intervenir la realidad dentro de un estado 1 a un posterior estado 2, entonces el codiseño como lo plantean Sanders y Stappers (2008) puede funcionar de forma natural, ya que se entiende que el proceso es dinámico y, por ende, se necesita que los actores estén en un mismo nivel, donde la retroalimentación sea constante durante el desarrollo, el uso y el fin del producto que esté proyectando.

SITUACIONES DE CAMBIO EN LOS ACTORES DE DISEÑO CON LA PROPUESTA DE MARCO DINÁMICO PARA LA PRÁCTICA DEL DISEÑO

Establecer este cambio en los enfoques y roles que tienen los actores del diseño cuando se instaure el planteamiento de un estado inicial 1 a un estado 2, trae consigo cuestiones que pueden ayudar a generar condiciones que eviten o que mitiguen los problemas que surgen de las dos situaciones negativas mencionadas, que emergen de entender al diseño como una acción proyectual de problema→solución.

1. *Se evitan los bucles de diseño*: cuando un proyecto de diseño ya haya terminado y éste necesite una corrección o iteración, entonces se debe empezar un proyecto nuevo, lo que requiere tiempo para evaluar al primero, donde los diseñadores y usuarios que fueron sus actores deben ser reentendidos; es decir, este paso de volver a saber qué se quería, qué hicieron los diseñadores, cómo se vio al usuario, etc., es algo que ya estará establecido cuando se pase el enfoque de estados propuesto. Por tanto, cuando se pase al siguiente estado 2 o estado n, siempre se estará dentro del mismo proyecto; aun cuando no sean los mismos diseñadores quienes continúen en el desarrollo, al ser planteado como un proceso dinámico desde su inicio, permanentemente se evaluará al diseño y al usuario, por lo que hacer una corrección o iteración estará dentro del marco del proyecto, lo que hará más fácil este trabajo, y se vislumbrará qué puede seguir evolucionando o qué no, de forma que al hacer la corrección o iteración, el proceso de diseño no se cierra.

2. Al plantear al diseño con este enfoque de estados, *se debe considerar a los productos como concepciones dinámicas* que están sujetas a cambios dentro del proyecto; esto es, poder anticipar y detectar variaciones en las conductas del usuario, así como hacer que los productos sean adaptables a cualquier necesidad de modificación que surja dentro de su uso, por lo cual se evitará que éste sea reemplazado o desechado sin mayor problema. Esto se plantea tanto para el diseñador como para los usuarios (al estar al mismo nivel en el desarrollo de diseño), pues existen posibilidades donde los objetos, productos o servicios pueden ser concebidos como adaptables, como formas de compatibilidad con diferentes realidades, dando como resultado que se evite pensar en el producto como objetos de consumo de desecho, de un solo uso o función, de forma que se busque alargar su vida útil.

Si los diseñadores y los usuarios están en el mismo nivel, se pueden establecer cuestiones de desarrollo del producto al inicio del proyecto, ya que si bien se busca que los objetos, productos o servicios sean adaptables, esto también puede traer un costo económico mayor, así como más tiempo en el desarrollo de dicho producto, además de que este coste se traslade al usuario, haciendo que el producto sea más caro, lo cual requerirá llegar a un punto en común entre todos los actores. Dicho planteamiento sugiere un objeto altamente adaptable, permitiendo diversas modalidades para cumplir con la función deseada de múltiples maneras o para desempeñar distintas funciones. Este aspecto podría motivar al consumidor final a reconocer y valorar dicha versatilidad, lo que a su vez podría incrementar su disposición a invertir tanto tiempo como recursos económicos en la adquisición del producto.

Con lo anterior, se puede observar que este cambio, tanto en el enfoque de hacer diseño como en sus actores, ayudará a solventar y proponer formas de aminorar las condiciones negativas antes descritas que tienen como base seguir con el enfoque estático y cerrado de problema→solución. También es posible establecer otras propuestas y posibilidades de lo que podría suceder con este nuevo enfoque como eje del hacer de diseño.

PROPUESTAS Y POSIBILIDADES A PARTIR DE LA PROPUESTA DE MARCO DINÁMICO PARA LA PRÁCTICA DEL DISEÑO

Como ya se ha comentado, la concepción de problema→solución es estática y cerrada, provoca que no se puedan llegar a ver más posibilidades sobre las variaciones que suceden en la realidad, de cómo el producto final, objeto o el también llamado “artefacto”, genera en las personas una serie de condiciones y relaciones que van más allá de su uso, existiendo una generación de vínculos, de posibles funciones que evolucionan, así como de requerir facilitar y flexibilizar las correcciones que se requieran, que deben de poder ayudar tanto a la mejora del producto como a incentivar la creatividad.

Este formato diverso, flexible y abierto de lo cognitivo choca frontalmente con los enfoques proyectuales que cierran el ciclo creativo en las determinaciones estético-expresivas, funcionales o formales de los artefactos, considerando a estos como entidades técnicas portadoras de una función de transformación intrínseca e inmanente (Vermaas y Houkes, 2003, como se citó en Burgos, 2022, p. 93).

Esto puede establecerse desde la misma concepción del artefacto, desde que se plantea su desarrollo, producción y utilización. El artefacto con el planteamiento de un estado inicial 1 que pasa a un estado 2, y así sucesivamente hasta un estado n como un hacer del diseño, contempla un dinamismo en sus condiciones, sus características, su uso y su relación con la persona. “De manera semejante, el ‘artefacto’ proyectual del diseño se nos presenta desde el carácter abierto de su producción, no como una entidad cerrada (objeto), sino como un entramado de múltiples estructuras y contenidos significativos” (Burgos, 2022).

El enfoque de un estado 1 que pasa a un estado 2, también ayuda a entender mejor al diseño, dejando de lado la acotación que se hace en que éste es sólo alguno de los métodos efectivos de producción que existen, ya que si bien éstos tienen un lugar dentro del diseño y pueden ser de gran ayuda para un propósito específico, el establecer que éstos son sólo una pequeña parte del diseño, además de que se tiene que discutir su uso y su necesidad, debería ser una parte de la formación del diseñador que tendrá como obligación saber cuándo aplicar dichos métodos y cuando no, conociendo sus limitaciones para saber que se debe cambiar la forma de ver y hacer diseño. Esto se plasma dentro de la perspectiva propuesta, debido a que no se establece un método único para hacer diseño, ya que en el estado 2 (una vez que ya se intervino la realidad) pueden existir diferentes métodos o metodologías de diseño para complementar un nuevo estado, haciendo un posible estado 3 más completo.

Por ello, las representaciones en el territorio cognitivo no pueden reducirse a una imagen estática, a una cuestión meramente lógica o a un sistema de procesamiento de la información (como en el problem-solving proyectual), sino que sus procesos cognitivos requieren una naturaleza corporizada y contextual y superan con ello las tabicaciones entre los procesos abstractos y las acciones concretas (Lakoff y Johnson, 1999, como se citó en Burgos, 2022, p. 93).

Se tiene, entonces, que la propuesta de marco dinámico para la práctica del diseño tiene como posibilidad máxima establecer que ya no existe un objeto final que da solución a un problema, entendiendo que puede existir un producto u objeto dinámico que es parte de la intervención que se hace de la realidad, el cual sigue estando en una condición de desarrollo o de mejora continua, aun cuando ya haya salido de producción y esté en manos de la persona que lo usa, dado que sus condiciones pueden adaptarse a los posibles cambios de requerimientos que se vayan necesitando con el tiempo, o que se pueden realizar modificaciones de forma sencilla para cumplir con nuevos usos que se le requieran.

Lo anterior, abre nuevas posibilidades que pueden ser, además de lo ya propuesto por los actores de diseño, la modificación parcial o integral del producto, así como en los nuevos e inesperados requerimientos que surjan de las personas que lo están usando, contando así mismo con el uso de la información en red, donde los usuarios se ayuden unos a otros para saber cómo usar, modificar o hasta crear el objeto con la previa iniciativa de que éste tenga una comunidad a su alrededor. Esto puede llegar a hacer que pequeñas empresas con varios departamentos relacionados con el objeto, interactúen de esta forma con los actores de diseño para que se logre el continuo desarrollo del producto con una mejora constante.

El objeto-producto no es ya el objetivo final del proyecto, sino que asume un nuevo rol como un disruptor cultural, como una condición de posibilidad para nuevos posicionamientos socio-técnicos, que terminan modificando las redes de significación, producción y representación de cada cultura particular (Burgos, 2004, como se citó en Burgos, 2022, p. 94).

Éstas son las posibilidades que se pueden plantear desde esta propuesta de diseño que se está definiendo, muchas de estas condiciones ya están presentes en algunos objetos, productos, servicios y plataformas, donde algunas empresas realizan estas acciones como forma de crear un ecosistema de sus productos; esto es, que artefactos como una computadora, un teléfono y hasta un reloj inteligente, estén conectados entre sí para poder hacer alguna función en uno o varios de esos dispositivos a preferencia del usuario, misma que se hace cuando éstos están sincronizados a través de una red.

También existen artefactos de acceso libre en su programa de manejo, posibilitando que puedan ser empleados de diferentes formas, tal es el caso de las tarjetas de Arduino,² cuyo software es de libre acceso, y la información que se necesita para que sirva como controlador de diferentes acciones se puede encontrar en la red, haciendo que este dispositivo pueda servir como cerebro para realizar infinidad de operaciones, desde prender algunas luces con una programación específica hasta accionar movimientos mecánicos para controlar un robot.

Este tipo de dispositivos sirve dentro del campo del diseño para, por ejemplo, generar retroalimentación a través de su uso, ya que se puede crear información para compartirse en la red, a fin de que la comunidad que está alrededor del producto pueda proponer mejoras en sus componentes, materiales, forma de uso, etc. Otro ejemplo de artefactos que pueden cambiar la forma de producir un objeto son las impresoras 3D, las cuales si bien pueden ser adquiridas por diferentes empresas que las manufacturan, también existen planos en la red para que las personas puedan fabricar una impresora 3D sencilla, la cual puede hacer infinidad de objetos, de forma que, como se hace mención de la perspectiva de intervención, este ejemplo evidencia que sí puede haber productos que no tienen un único uso o un ciclo simple de inicio a fin para después ser desechados. En suma, en la actualidad es evidente que la evolución que se está teniendo en todos los ámbitos, pero en especial en la facilidad de compartir información, así como en los procesos de manufactura y sus tecnologías, hace que los productos ya sean planteados con un enfoque adaptativo, con posibles modificaciones hechas por el usuario y por iteraciones de diseño dentro del mismo contexto del proyecto de desarrollo.

CUESTIONES POR CONSIDERAR DENTRO DE LAS NUEVAS POSIBILIDADES PLANTEADAS

Complejizar el proceso de diseño: no establecer una condición que dé lugar a que un producto está listo, es decir, divagar en iteraciones de diseño, ya que siempre se puede mejorar, pero debe haber un lugar para que el producto salga de producción al usuario.

Diferencias entre los actores de diseño cuando se trabaja en un mismo nivel en el

² Arduino es una plataforma electrónica de código abierto basada en hardware y software fáciles de usar (Arduino, 2018).

proceso de diseño: al trabajar un proyecto de diseño con el enfoque propuesto, al mismo tiempo que los actores trabajan en un mismo nivel, se puede originar el surgimiento de mayores diferencias en las posturas de cada uno, a comparación de lo que podría pasar con un enfoque más directo como el de problema→solución. Esto se debe a que se necesita un mayor diálogo, trabajo y desarrollo, ya que al querer hacer un producto más completo, también se necesita de mayores consideraciones y recursos.

La información de las redes: si se desea hacer uso de la información en la red, así como de la interacción con otras personas por este mismo medio, para modificar, mejorar o desarrollar un producto con la intención de que pueda entrar en el enfoque de diseño propuesto, se deberá entender que este recurso también tiene sus desventajas, como la dificultad de encontrar información veraz, que sea lo que realmente se necesite, además de que sea lo más objetiva posible. Por ejemplo, existen diferentes cursos y certificaciones profesionales como la de UX Design de Google (Google, 2021), la cual se basa en los conocimientos de la empresa, así como de apoyarse en diferentes foros y blogs para enseñar algunas formas de hacer diseño, centrándose principalmente en la generación de productos, pero se debe ver y entender que la mayoría de estos cursos y certificaciones están encaminados al enfoque de problema-solución, y por tanto, se debe analizar qué información es importante, dentro de lo que ahí se expone, para poderla pasar al enfoque de diseño que se está proponiendo.

CONCLUSIONES

Partiendo de las propuestas para hacer un diseño adaptativo en los productos, de forma que esta condición puede delimitar el fin de su vida útil (Kasarda et al., 2007), así como de las diversas posturas que se han expuesto en el texto, hacen que la propuesta de marco dinámico para la práctica del diseño, por medio de un enfoque de intervención de la realidad que va de un estado 1 que pasa a un estado 2, y así sucesivamente hasta un estado n, tiene grandes posibilidades de efectuar las circunstancias que se plantean como beneficios en el desarrollo tanto del diseño, del diseñador, del usuario y de los objetos, productos y servicios, como del medio ambiente, del contexto social y cultural de las diferentes comunidades y usuarios.

Todo esto está dentro de las posibilidades de lo que es el diseño, ya que esta disciplina entiende a las personas y al objeto en la relación que se genera entre estos entes; la interacción que se produce es parte de lo que es el diseño, aun cuando no está implícita en un proyecto, el diseño comprende que un objeto tendrá una relación directa con la persona que lo va a usar, siendo esto esencial, ya que si bien existen disciplinas con un mayor conocimiento en lo referente, por ejemplo, a la psicología que estudia de forma profunda las conductas de las personas, o la ingeniería que aplica y desarrolla conocimiento técnico para producir tecnología en un objeto, entre muchas otras como la antropología, la historia, etc., es el diseño la disciplina que puede ser la que conjugue estas disciplinas en el plano de la intervención de la realidad para generar un objeto, producto, servicio, comunicación gráfica, etc., que tenga una idea del contexto de las personas y plantee un proyecto, investigación o desarrollo que lleve a un estado 2 de esta realidad en un trabajo integral, que busque siempre la mejora de sus condiciones y dote a las personas de un algo que sea adaptable, modificable e iterable en relación con la evolución de las condiciones que se tienen, de los problemas sociales, ambientales, ecológicos, económicos, de producción, etc., o de una simple satisfacción individual como mejorar o cambiar un objeto cotidiano que ayude a hacer alguna acción.

Lo anterior es el objetivo de esta propuesta de marco dinámico para la práctica del diseño, y si bien se entiende que pueden existir escenarios donde sea mejor aplicar la perspectiva de diseño de problema-solución, la perspectiva de intervención de la realidad por medio de estados se percibe como una propuesta que ya está siendo aplicada de forma parcial y que se convertirá en algo esencial que debe de consolidarse.

Se considera que la propuesta hecha sobre esta perspectiva de diseño es válida en el contexto actual de la realidad del mundo, siendo un tema que busca ser discutido.

REFERENCIAS

- Arduino. (2018, February 05). *What is Arduino?* Recuperado de: <https://www.arduino.cc/en/Guide/Introduction>
- Burgos, C. (2004), *La praxis constructiva del diseño tecnológico. Un análisis de sus dimensiones ontológicas, epistemológicas y metodológicas*. [Tesis Doctoral]. Universidad del País Vasco/Euskal Herriko.

- Burgos, C. E. (2022). *Nuevos modelos para una teoría de las praxis proyectuales: De las lógicas del objeto-problema a las lógicas de los procesos metodológicos constitutivos*. Universidad Nacional del Nordeste.
- Cravino, A. (2020). *Hacia una epistemología del diseño*. Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, pp. 35-45.
- Dabat, A. (2022). *Del agotamiento del neoliberalismo hacia un mundo multipolar, inclusivo y sostenible*. Instituto de Investigaciones Económicas.
- Findeli, A. (2001). Rethinking Design Education for the 21st Century: Theoretical, methodological, and ethical discussion. *Design Issues*, 17(1), 5-17. <https://doi.org/10.1162/07479360152103796>
- García, F. (1996). *Reflexiones sobre el Diseño*. Colección CYAD, UAM Azcapotzalco.
- Google. (2021). *The foundations of user experience*. Google Certificate. https://grow.google/certificates/ux-design/#?modal_active=none
- Mao, J. Vredenburg, K., Smith, P., Carey, T. (2005). The state of user-centered design practice. *Commun. ACM*. 48(3), 105-109. <https://doi.org/10.1145/1047671.1047677>
- Munari, B. (1981). *¿Cómo nacen los objetos?* Gustavo Gili.
- Kasarda, M., Terpenney, J., Inman, D., Precoda, K., Jelesko, J., Sahin, A., Park, J. (2007). Design for adaptability (DFAD)—a new concept for achieving sustainable design. *Robotics and Computer-Integrated Manufacturing*, 23, 727-734.
- Kolko, J. (2012). *Wicked problems : problems worth solving : a handbook and call to action*. Ac4d, Austin Center for Design.
- Lakoff, G. & Johnson, M. (1999). *Philosophy in the Flesh*. Chicago University Press.
- Newell, A. & Simon, H. (1972). *Human Problem Solving*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Park, H. & McKilligan, S. (2018). A Systematic Literature Review for Human-Computer Interaction and Design Thinking Process Integration. In: Marcus, A., Wang, W. (eds). *Design, User Experience, and Usability: Theory and Practice. DUXU 2018. Lecture Notes in Computer Science*, vol. 10918. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-91797-9_50
- Plattner, H. (2010). *An introduction to design thinking process guide. The Institute of Design at Stanford*, Stanford.
- Sanders & Stappers (2008). Co-creation and the new landscapes of design. *CoDesign*, 4(1), 5-18. <https://doi.org/10.1080/15710880701875068>

- Vermaas, P. & Kroes, P. (2008). *Philosophy and Design: From Engineering to Architecture*. Springer.
- World Design Organization (WDO). (2015). *Definition of Industrial Design*. World Design Organization. <https://wdo.org/about/definition/>
- Wong, E. (2023, October 16). *What Are Wicked Problems and How Might We Solve Them?* Interaction Design Foundation - IxDF. <https://www.interaction-design.org/literature/article/wicked-problems-5-steps-to-help-you-tackle-wicked-problems-by-combining-systems-thinking-with-agile-methodology>

II. EL STORYTELLING DEL MANGA COMO ELEMENTO CREATIVO DEL PROCESO DE DISEÑO

*Angie Mercedes Alquicira Salazar**

*Enrique Aguirre Hall***

*David Joaquín Delgado Hernández****

INTRODUCCIÓN

En el proceso de diseño hay diferentes formas de expresarse, siempre hay otras no tan conocidas en un alto porcentaje, como el manga, palabra japonesa para designar a las historietas. Fuera de Japón se utiliza para referirse a las historietas de origen japonés. Este manga abarca una extensa variedad de géneros y llega a públicos diversos.

El objetivo es representar el manga en el diseño, identificando y utilizando sus propios métodos y medios de creación para llevarlos al quehacer de arquitectos, diseñadores gráficos, industriales, de modas, de videojuegos, entre otros. Para lograrlo se realiza una investigación que implica analizar el contexto cultural del *manga*, que se encuentra en la historia de Japón, antigua, moderna y contemporánea, además de saber cómo está constituido y cuál es su proceso de creación, cuáles son sus elementos, cómo surgió, si se ha modificado y evolucionado a través del tiempo.

Se obtiene la suficiente información para establecer la consideración del *manga* a lo largo del proceso de diseño. Como estudiante, profesionista o docente de esta disciplina implica un desarrollo de *storytelling* que puede mutar y modificarse para adaptarse a este procedimiento creativo que conlleva actividades. En el diseño, alude a una historia estructurada para comunicar un mensaje a través de sucesos reales o ficticios. En conjunto con uno de sus elementos, el *storyboard* (guion gráfico o la representación visual de una historia o narración), además de un proceso creativo utilizado tradicionalmente para trazar las escenas clave de dichas historias, conforman

* Maestra en Diseño, Universidad Autónoma del Estado de México, aalquiciras919@alumno.uaemex.mx

** Doctor en Ciencias Sociales, Universidad Autónoma del Estado de México, eaguirreh@uaemex.mx

*** Doctor en Ingeniería, Universidad Autónoma del Estado de México, david.delgado@uaemex.mx

ambos los principales conceptos por incluirse en el proceso de creación del diseño, ejemplificado en el presente contenido, en relación con la arquitectura.

El trabajo es pertinente porque el manga mantiene sus características antiguas, conformadas al surgir durante el período *Edo*; ha evolucionado para tratar otros temas de interés, es el caso del diseño al respetar la estructura y el contexto cultural japonés, adaptándolo a cada uno de ellos: profesional, cultura, subdisciplina y perspectiva.

STORYTELLING

Es un arte que permite conectar con las personas a través de historias (Figura 1). No se trata sólo de un proceso o técnica, sino de una narrativa estructurada que comunica un mensaje a través de sucesos, reales o ficticios. Su objetivo es atrapar a quienes lo escuchan o leen, apelando a las emociones y valores de la audiencia.

Figura 1. Storyboard



Fuente: Microsoft (2024).

Beneficios del storytelling

- **Conexión emocional:** las historias generan empatía y permiten que las personas se identifiquen con los personajes o situaciones.
- **Facilidad de ser recordado:** se evocan las historias, más que los datos.
- **Engagement:** mantiene el interés y compromiso de la audiencia.
- **Diferenciación:** quienes utilizan la técnica del storytelling se destacan y generan conexiones más profundas con la audiencia.

Tipos de storytelling

- **Monomito:** basado en la estructura del héroe, como la saga de Harry Potter.
- **Historias de origen:** narran cómo comenzó algo.
- **Testimonios:** relatos de personas que han vivido cambios trascendentes.
- **Historias de usuario:** se centran en cómo un producto o servicio cumplió las expectativas, los intereses y las necesidades, todos, en cuestión.
- **Historias de marca:** transmiten los valores y la misión de una empresa.
- **Historias de producto:** destacan las características y beneficios de un producto.
- **Historias personales:** experiencias personales para conectar con la audiencia.

Estructura básica del storytelling

- **Introducción:** presenta el contexto y los personajes.
- **Desarrollo:** crea tensión y conflictos.
- **Clímax:** se refiere a lo culminante de la historia en cuestión.
- **Resolución:** concluye la historia y ofrece una lección o reflexión (Florido, 2023).

STORYTELLING EN EL DISEÑO

El *storytelling* en el diseño implica utilizar elementos visuales para crear una narrativa dirigida a la audiencia. Las personas desean establecer conexiones con marcas y productos, sentir que éstas comprenden sus motivaciones, luchas, esperanzas y deseos. El proceso de la aplicación del *storytelling* en los proyectos de diseño:

- Estructura narrativa: al igual que en una historia, el diseño debe tener inicio, desarrollo y conclusión.
- Desarrollo de personajes: al igual que los personajes en un relato, son el *corazón* de una historia; así, los usuarios deben ser principales en el diseño. Al respecto, es necesario definir los perfiles del usuario para comprender sus motivaciones, deseos y problemáticas.
- Conexión emocional: el *storytelling* permite que los usuarios se sientan comprendidos y valorados. Esta conexión emocional fomenta la empatía y facilita una comprensión más profunda de las necesidades y aspiraciones de los usuarios (Cyberstream, 2024).

El *storytelling* en el diseño trata de palabras, también cómo se presenta visualmente la historia para crear un impacto significativo. Por ello, influyen las herramientas utilizadas, cómo se estructuran las historias y se conectan emocionalmente con la audiencia.

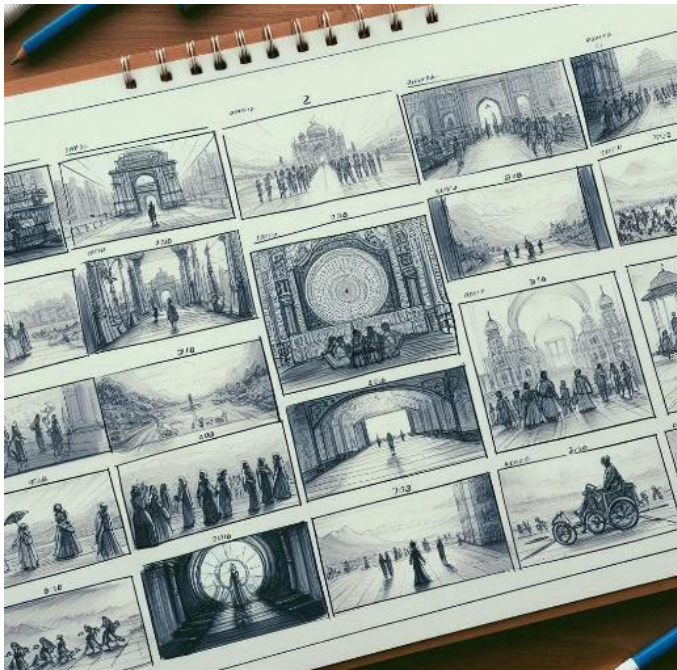
STORYBOARD

Este guion gráfico debe ser conformado de tal manera que resulte efectivo, ya que es fundamental para planificar visualmente una narrativa (Figura 2), ya sea una película, vídeo, animación o presentación:

- Comprender la historia: antes de comenzar hay que asegurarse de tener una comprensión clara de la historia que se desea contar. Deben definirse los personajes, el contexto y los momentos clave. Dividir la historia en escenas: se identifican los momentos cruciales de la narrativa y se estructuran en escenas, cada una debe tener un propósito y avanzar la historia.

- Dibujar miniaturas: se crean miniaturas o bocetos rápidos para cada escena, debe concentrarse la atención en la composición general y la secuencia.
- Secuencia y flujo visual: organizar las miniaturas en orden cronológico. El flujo visual debe ser coherente y definidas las transiciones entre escenas.
- Añadir notas y descripciones: junto a cada miniatura se agregan notas que describen lo que sucede en la escena en cuestión. Se incluyen los detalles en cuestión: diálogos, movimientos de cámara y efectos visuales.
- Considerar la duración: debe considerarse a cada escena. ¿Será rápida o lenta? Implica el ajuste de la cantidad de miniaturas según el caso.
- Revisar y ajustar: proceder críticamente. ¿Se comunica claramente la historia? ¿Las transiciones son fluidas? Al respecto, ajustar en conformidad.
- Digitalizar o crear un prototipo: pueden digitalizarse las miniaturas utilizando *software* de diseño o crear un prototipo interactivo (Miro, 2024).

Figura 2. Storyboard



Fuente: Microsoft (2024).

Storyboard es un recurso visual utilizado en la producción audiovisual para planificar y representar las escenas de una película, comercial o vídeo. Es una serie de ilustraciones o viñetas que muestran cómo se desarrollará cada escena, incluyendo detalles como: la composición de los planos, la acción y dirección de la cámara. Una plantilla básica (Figura 3) de *storyboard* que puede utilizarse:

- Título de la escena: descripción breve de la escena
- Dibujo o ilustración de la escena
- Notas adicionales sobre la acción, la cámara, etcétera
- Título de la siguiente escena: descripción breve de la siguiente escena
- [Dibujo o ilustración de la escena]
- [Notas adicionales]
- Título de otra escena: descripción breve
- Dibujo o ilustración
- Notas

Figura 3. Plantilla Storyboard



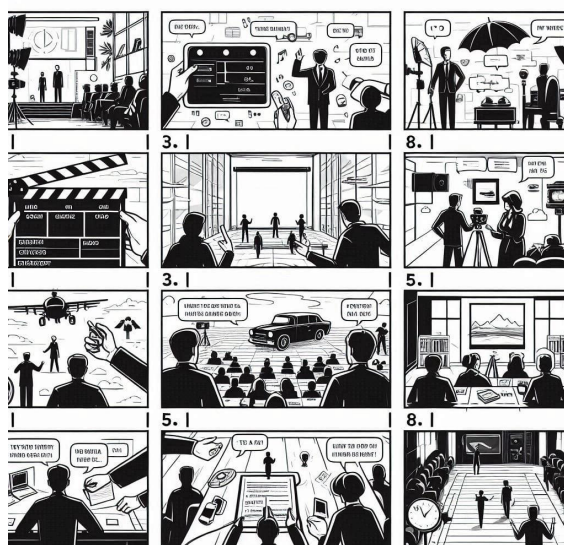
Fuente: Microsoft (2024).

STORYTELLING Y STORYBOARD

Son dos conceptos relacionados, pero distintos en el ámbito audiovisual y creativo. El *storytelling* es el arte de contar historias a través de la narración. Se basa en la tradición oral y busca conectar emocionalmente con las personas mediante una historia con la que puedan identificarse. Su objetivo es despertar el interés del público y transmitir eficazmente una idea. En *marketing* y publicidad se utiliza para vincular a las marcas con sus consumidores, a través de los medios como: la televisión, Internet y las redes sociales. El *storyboard* es una representación gráfica de la historia que se quiere relatar. Consiste en una secuencia de imágenes que planifican visualmente cómo se desarrollará una narrativa. A diferencia del *storytelling*, el *storyboard* se enfoca en la visualización y planificación de las escenas, los encuadres y movimientos de cámara, y las transiciones. Fundamental, la producción audiovisual, guía a directores, cineastas y animadores al crear: películas, anuncios, vídeos y otros contenidos (Rodríguez, 2022).

El *storytelling* se centra en la narrativa y conexión emocional, el *storyboard* se enfoca en la visualización gráfica y la planificación de las escenas (Figura 4).

Figura 4. Storytelling + Storyboard



Fuente: Microsoft (2024).

STORYTELLING Y STORYBOARD EN EL DISEÑO

Esenciales en el diseño, su aplicación marca la diferencia en la experiencia del usuario y la efectividad de las comunicaciones visuales con respecto a otras producciones.

1. *Storytelling* en el diseño: se refiere a la habilidad de contar historias de manera persuasiva y cautivadora. En el contexto del diseño esta técnica se utiliza para *conectar* emocionalmente con los usuarios, transmitir mensajes clave y crear una experiencia inmersiva. Al combinar elementos visuales, auditivos y textuales, permite conformar una narrativa coherente que guía a los usuarios a través del diseño.
2. *Storyboard* en el diseño: es un elemento fundamental en el proceso de diseño. Consiste en una serie de viñetas que representan la estructura visual de dicho proceso. Vía el *storyboard* los diseñadores pueden planificar la disposición de los elementos y la secuencia informativa. Ayuda a visualizar el flujo y anticipar los posibles problemas de uso previo a la implantación. Visualizar el proyecto antes del diseño amplía la circunscripción de la producción a lo necesario y facilita la participación de los colaboradores, a través de sus respectivas opiniones.

El desarrollo de las habilidades relacionadas con el arte del *storytelling* y *storyboard* en el diseño potencia su efectividad para transmitir mensajes impactantes, mejorar la interacción con los usuarios y diferenciarlos de la competencia (ND, 2021). Sugerencias para aplicar el *storytelling* y los *storyboards* en un proyecto de diseño:

1. STORYTELLING

- Identifica a la audiencia: antes de comenzar lo debe comprenderse: ¿quiénes son los usuarios? y ¿cuál es su contexto y qué emociones se desea evocar?
- Crear una narrativa: se define una historia que *conecte* con los usuarios. Puede ser una historia de marca o producto, o un recorrido del usuario.
- Elementos visuales: se utilizan imágenes, ilustraciones y vídeos para contar la historia; también reforzar el mensaje que se desea transmitir.
- Secuencia, se organiza la información de manera lógica. Resolver sobre cómo los usuarios utilizarían el objeto de diseño (Campos, 2023).

Figura 5. *Storytelling* + Diseño



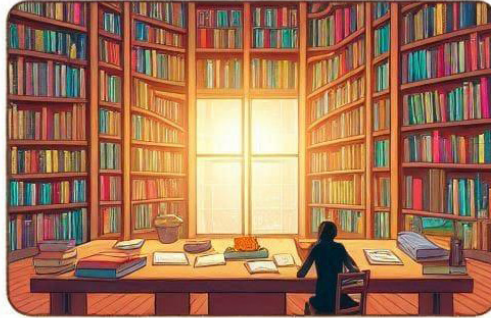
Fuente: Microsoft (2024).

2. STORYBOARD

- Dibujar el flujo: crear un esquema visual de las páginas o pantallas que compondrán el proyecto. Realizarse manualmente o con medios digitales.
- Definir la estructura: resolver sobre los elementos clave (encabezado y acciones).
- Iterar y ajustar: evitar el temor de modificar el *storyboard* según avances en el diseño (Figura 6). A medida que se prueba y recibe retroalimentación, podrá ajustarse la secuencia y los detalles (Adobe, 2024).

Tanto el *storytelling* como el *storyboard* son recursos flexibles, deben adaptarse según las necesidades específicas del proyecto, manteniendo una comunicación constante con el equipo de trabajo y los usuarios.

Figura 6. *Storyboard* + Diseño



Fuente: Microsoft (2024).

MANGA

1. Definición: es un cómic o novela gráfica de origen japonés. Una manifestación artística y de entretenimiento caracterizada por su narrativa gráfica. Se lee de derecha a izquierda y las páginas se numeran en orden inverso al de los cómics occidentales. Aborda una amplia variedad de géneros: acción, romance, ciencia ficción y fantasía.
2. Historia: tiene raíces históricas que se remontan a los rollos de pintura japoneses del siglo XII. En el siglo XX, artistas como Osamu Tezuka popularizaron el estilo moderno del manga. Desde entonces, ha evolucionado y diversificado enormemente.
3. Estilos y técnicas: abarca una amplia gama de estilos artísticos (Figura 7), desde el realismo hasta el chibi (personaje pequeño y adorable). Utiliza técnicas como el uso de tramas (tonos) para sombrear y expresar texturas.

Figura 7. Personajes de manga



Fuente: Microsoft (2024).

4. Influencia global: en la cultura popular mundial ha inspirado películas, series de televisión y videojuegos, como *Naruto*, *One Piece*, *Death Note* y *Attack on Titan*.
5. Diferencias con respecto al *anime*: el segundo es la adaptación animada del primero, ambos comparten historias y personajes. El *manga* a menudo ofrece más detalles y desarrollo de personajes que el *anime*. El *manga* es una forma abundante y diversa de contar historias (Figura 8); su impacto cultural es innegable debido a la evolución que ha experimentado en su estilo artístico a lo largo de los años:
 - Manga Clásico: se remonta al siglo XIX, inspirado en las tradiciones artísticas locales (Ukiyo-e y Teatro Kabuki), caracterizado por líneas simples y narrativa secuencial.
 - Manga Shōnen: dirigido a jóvenes masculinos, se enfoca en la acción, aventura y superación personal. Son ejemplos *Dragon Ball* y *Naruto*.
 - Manga Shōjo: destinado a chicas adolescentes, se centra en temas románticos y de crecimiento personal. Algunas obras incluyen *Sailor Moon* y *Cardcaptor Sakura*.
 - Manga Seinen: para adultos, temas más maduros y realistas, como *Berserk* y *Monster*.
 - Manga Moderno: ha diversificado los estilos y las temáticas, desde la ciencia ficción hasta el terror, ampliando los límites de la narrativa gráfica.

El *manga* cautiva a personas de todas las edades en todo el mundo, consolidando su lugar como una forma de expresión artística única y apasionante (ArtVillarrubia, 2023).

Figura 8. Géneros de manga



Fuente: Microsoft (2024).

EL *STORYTELLING* Y *STORYBOARD* EN EL MANGA

El *storytelling* y *storyboard*, fundamentales en el *manga*, varían su aplicación y enfoque.

1. *Storytelling* en el manga: tiene más libertad creativa. Los paneles pueden saltar en el tiempo y espacio, permite una narrativa visual más experimental. Los Mangakas (dibujantes de manga), exploran diferentes estilos y enfoques para contar historias.

El *storytelling* en el manga utiliza técnicas de narración secuencial al guiar a los lectores a través de viñetas, su disposición y orden crean sentido de movimiento y ritmo. Diferente de las novelas gráficas, el manga a menudo continúa la narrativa a lo largo de múltiples volúmenes, permite tramas más complejas e inmersivas (Shorter, 2024).

2. *Storyboard* en el manga: aunque no se utiliza un *storyboard* tradicional, los mangakas planifican cuidadosamente cada página. Deciden la disposición de los paneles, los ángulos de cámara y la secuencia de eventos. La narrativa visual se construye directamente en las páginas del guion gráfico (*Storyboard*).

El *storyboard* en el *manga* es también un paso esencial en la creación del segundo. Sirve como plano visual para la narrativa, desglosando la historia en paneles individuales. En el *storyboard* se define la composición, el ritmo y el flujo de cada página, es la guía que dirige a la progresión secuencial de la historia.

Los *mangakas*, dibujantes de *manga* (Figura 9), utilizan el *storyboard* para planificar las escenas, los ángulos de cámara y las transiciones. Funciona como un mapa que ayuda a visualizar la historia antes de dibujar los paneles finales. Así, la secuencia narrativa se establece en el *storyboard*, asegurando la historia fluida, coherente y emocionante.

Figura 9. Mangaka (dibujante de manga)



Fuente: Microsoft (2024).

El storytelling del manga como elemento creativo del proceso de diseño

El *storyboard* es la base sobre la cual se construye el *manga*, permitiendo a los artistas visualizar y estructurar su narrativa de manera efectiva (Jesulink, s. f).

El *storytelling* y el *storyboard* son herramientas cruciales para crear una experiencia impactante en el *manga*. Cada medio tiene sus particularidades, pero ambos comparten el objetivo de cautivar al público a través de una narrativa visual memorable.

IMPACTO CULTURAL DEL *MANGA*

El *manga* japonés ha dejado una marca en la cultura popular mundial (Figura 10). Su atractivo radica en el alcance narrativo y la innovación artística inherentes en estas historias gráficas. Desde aventuras fantásticas hasta dramas conmovedores, el *manga* abarca géneros diversos y atrae a las audiencias en el mundo. Además, la industria del *manga* se ha convertido en un poderoso motor económico, extendiendo su influencia a través de las películas, la televisión y mercancía, integrando estas narrativas en la tela de la cultura popular internacional.

Figura 10. Influencia cultural del manga en Japón.



Fuente: Microsoft (2024).

Entonces, el *storytelling* en el *manga* es una mezcla creativa entre palabras e imágenes, su impacto cultural trasciende fronteras (Animegami, s.f.).

- Valores culturales: el *anime* refleja los valores culturales japoneses, como el respeto a la naturaleza, la importancia de la familia y la ética del trabajo intenso; son reflejados en las historias y en los personajes, creando una experiencia auténtica: la reverencia por los espíritus y la naturaleza se manifiesta en las producciones *Miyazaki's Spirited Away* y *Princesa Mononoke*.
- Historia y tradiciones: el *manga* a menudo se inspira en la historia y mitología japonesas, incorporando elementos como samuráis, geishas, yōkai (espíritus) y festivales tradicionales. La estética de los templos, jardines zen y paisajes urbanos también influye en la creación de los escenarios y fondos.
- Cultura popular (Pop) y tecnología: el *anime* ha influido en la moda, música y tecnología. Desde la moda “Harajuku” hasta la música J-pop, expresiones culturales se entrelazan con el *anime*. La tecnología futurista y la robótica en *mangas* como *Ghost in the Shell* implican fascinación por la innovación y la ciencia (Gil, 2020).

PROCESO DE DISEÑO

El correspondiente al diseño creativo es fundamental para la elaboración de cualquier producto. Los creativos siguen pasos para crear los productos y procesos funcionales:

1. Preparación: investigación y recopilación de la información relevante.
2. Incubación: periodo de reflexión y análisis sobre la problemática y el problema.
3. Iluminación: fase en la que surgen las ideas creativas.
4. Verificación: evaluación y refinamiento de las ideas (Tempone, 2022).

El proceso creativo en el diseño implica investigación, análisis, conceptualización, desarrollo, diseño digital, revisión y entrega final (Figura 11).

Figura 11. Proceso de diseño



Fuente: Microsoft (2024).

PROCESO DE DISEÑO ARQUITECTÓNICO

Es un conjunto de pasos sistemáticos:

- La definición del concepto: inicia con la idea por plasmar en el proyecto.
- El análisis del contexto: la investigación y comprensión del entorno, clima, y de la historia y de las regulaciones locales.
- Desarrollo del proyecto: refinamiento gradual de los conceptos plasmados en diseños detallados, incluyendo planos, elevaciones y secciones (Figura 12).
- Presentación y evaluación del proyecto: comunicación de los diseños y la evaluación de su viabilidad.
- Construcción y supervisión: la implantación y el seguimiento al construir.
- El diseño arquitectónico combina la creatividad e investigación, el análisis y la ejecución al crear espacios funcionales, estéticos y sostenibles (BibLus, 2023).

Figura 12. Diseño arquitectónico.



Fuente: Microsoft (2024).

MANGA-ANIME Y DISEÑO

Es profunda y multifacética, abarcando desde el diseño de los personajes y el vestuario, hasta la influencia en la moda y el arte contemporáneo.

Diseño de personajes y del vestuario: en el manga y el anime, el diseño de personajes es crucial. Los personajes suelen tener características distintivas que los hacen reconocibles (Figura 13), como los peinados únicos, la ropa estilizada y las expresiones faciales exageradas. Por ejemplo, el grupo de mangakas CLAMP es conocido por sus diseños detallados y estilizados, inspirados en corrientes como el Art Nouveau.

Figura 13. Diseño + Manga



Fuente: Microsoft (2024).

La influencia en la moda: el *manga* y el *anime* han tenido un impacto significativo en la moda. Los diseñadores de moda a menudo se inspiran en personajes del *anime* para crear colecciones exclusivas. Ai Yazawa, autora de *NANA* y *Paradise Kiss*, es un ejemplo de cómo el diseño de moda puede integrarse en el *manga*. Sus personajes a menudo visten ropa de *alta moda*, reflejando su interés personal en el vestuario.

El estilo artístico: correspondiente al *manga* y el *anime*, influye en el diseño gráfico y la ilustración. El uso de las líneas sencillas, los detalles minuciosos y una paleta de colores vibrante son características comunes que se trasladan a otros campos del diseño. Además, la narrativa visual del *manga*, con su enfoque en la disposición

de viñetas y el uso del espacio en blanco, ha influido en la forma en que se diseñan las páginas de los cómics y las novelas gráficas, en todo el mundo (FreakEliteX, 2020).

Las colaboraciones y tendencias: en los últimos años ha habido un aumento en las colaboraciones entre las marcas de moda y franquicias de *anime*, no sólo celebran la cultura popular japonesa, sino que introducen elementos de diseño (*anime*) en la moda contemporánea.

Marcas de alta costura han lanzado colecciones inspiradas en series populares de *anime*, mostrando cómo pueden influir en las tendencias mundiales:

- *Cardcaptor Sakura*: conocida por sus elaborados trajes diseñados por Tomoyo, que reflejan la temática de cada episodio.
- *NANA* y *Paradise Kiss*: obras de Ai Yazawa que integran la moda como un elemento central de la narrativa (Revista, s. f.).
- La intersección del *manga*, *anime* y diseño es un campo fascinante que sigue evolucionando, influyendo en diversas áreas creativas y culturales.

MANGA Y ARQUITECTURA

Es multifacética, el manga refleja la arquitectura existente e inspira nuevas formas de reflexionar sobre el diseño y la conformación de los espacios.

Representación de la arquitectura en el manga

Los detalles arquitectónicos: los mangas presentan una atención meticulosa a los detalles arquitectónicos. Obras como *Akira* de Katsuhiro Otomo y *Ghost in the Shell* de Masamune Shirow muestran ciudades futuristas con una arquitectura compleja y detallada, que combina elementos tradicionales y modernos.

Los ambientes realistas: algunos mangas se esfuerzan por representar de manera realista los entornos urbanos (Figura 14) y rurales de Japón. Por ejemplo, *Your Name* de Makoto Shinkai y *Mi vecino Totoro* de Studio Ghibli presentan paisajes urbanos y rurales que reflejan la arquitectura y el diseño urbano (RoYuMi, 2023).

Figura 14. Arquitectura + Manga.



Fuente: Microsoft (2024).

El diseño futurista: el *manga* ha inspirado a arquitectos a explorar diseños más audaces y visionarios. Las ciudades futuristas y conceptuales presentadas en los *mangas* han influido en el diseño urbano y la planificación de ciudades.

La integración de la naturaleza: el *manga* a menudo muestra una integración armoniosa de la naturaleza con la arquitectura; ha llevado a la consideración de la sostenibilidad y el diseño ecológico, en la arquitectura contemporánea (Magnone, 2024).

La relación entre el *manga* y la arquitectura ejemplifica cómo la cultura popular influye en las disciplinas tradicionales, conduciendo a nuevas ideas y enfoques en el diseño y la construcción. El *manga* utiliza la arquitectura como herramienta narrativa y estética (Figura 15), crea mundos visuales influyentes en la experiencia del espectador o lector.

Figura 15. Diseño arquitectónico final



Fuente: Microsoft (2024).

CONCLUSIÓN

Fundamentadas las múltiples relaciones existentes entre los conceptos: *storyboard*, *storytelling*, *manga*, diseño y arquitectura, puede afirmarse que el *storytelling* es una técnica de comunicación para transmitir mensajes a través de la narración de historias. Su objetivo es *conectar* emocionalmente con la audiencia, y utilizarla en la educación, los negocios y la comunicación digital. Y también que un *storyboard* es una herramienta visual que representa una secuencia de eventos en una historia, auxiliar en la visualización de la estructura y el flujo de la historia de manera gráfica.

El *manga* es un estilo de cómic originario de Japón, con diversidad de géneros y estilos artísticos. Son historias vía imágenes y diálogos, utilizan la arquitectura y el

diseño de escenarios para contextualizar y ambientar la narrativa. El diseño se basa en la comunicación visual, usando elementos: imágenes, colores, tipografía y composición para transmitir un mensaje y contar una historia. Se relaciona con la conformación de edificaciones, además de comunicar ideas y valores a través del diseño espacial.

Se establece que el *storytelling* es la base de cualquier narrativa, ya sea en forma escrita, visual o auditiva, pues es un recurso que facilita el *storytelling* visual, permitiendo planificar y organizar la historia en secuencias de imágenes. En este sentido, el manga recurre al *storyboard* para planificar sus viñetas y secuencias. Los mangakas dibujan *storyboards* detallados para visualizar cómo se desarrollará la historia en cada página, asegurando que la narrativa coherente transmita la emoción y el mensaje deseado. Por eso, el diseño puede emplearlo para crear mensajes impactantes. Los diseñadores utilizan elementos como colores, tipografía y composición para contar una historia y conectar emocionalmente con la audiencia.

El diseño es fundamental en el manga, no sólo en la creación de personajes y escenarios, también en la disposición de las viñetas y el uso de efectos visuales. Y en la arquitectura puede relatar historias a través del diseño espacial. Los arquitectos emplean principios del *storytelling* para crear espacios que transmitan emociones y valores, e incluso, los storyboards se utilizan para representar proyectos de manera visual y secuencial. Esto permite visualizar cómo se desarrollará un proyecto, facilitando la comprensión y la comunicación de ideas complejas.

Debido a lo expuesto anteriormente, estos cinco temas están interconectados mediante la narrativa visual y el diseño para comunicar ideas y emociones eficazmente.

REFERENCIAS

- Adobe. (2024). *Storyboarding: el mundo del guion gráfico*. <https://www.adobe.com/mx/creativecloud/video/discover/storyboarding.html>
- Animegami. (s.f.). *Influencia del anime en la sociedad: Impacto y reflexiones*. <https://animegami.es/cultura-pop/influencia-del-anime-en-la-sociedad-impacto-y-reflexiones/>
- ArtVillarrubia. (23 de mayo de 2023). *Manga: estilos y evolución*. El blog de la escuela. <https://academiadibujopintura.com/manga-estilos-y-evolucion/>
- BibLus. (1 de junio de 2023). *¿Cuáles son las 5 fases del diseño arquitectónico?* <https://biblus.accasoftware.com/es/cuales-son-las-5-fases-del-diseno-arquitectonico/>
- Campos, I. (8 de junio de 2023). *La importancia del storytelling en el diseño gráfico*. Diseño Exitoso. <https://diseñoexitoso.com/blog/la-importancia-del-storytelling-en-el-diseno-grafico/>
- Cyberstream. (26 de mayo de 2024). *Todo lo que necesitas saber sobre storytelling en diseño: guía completa*. Byron Vargas. <https://www.byronvargas.com/web/que-es-storytelling-en-diseno/>
- Florido, M. (9 de noviembre de 2023). *Storytelling: qué es, tipos y ejemplos para contar buenas historias*. <https://escuela.marketingandweb.es/que-es-storytelling/>
- FreakEliteX. (5 de mayo de 2020). *La moda en el Manga y el anime: Ai Yazawa*. <https://freakelitex.com/moda-manga-anime-ai-yazawa/>
- Gil, E. (10 de octubre de 2020). *El anime como elemento transcultural: mitología, folclore y tradición a través de la animación*. BSAA Arte, 86(2020), 413-436. <https://doi.org/10.24197/bsaaa.86.2020.413-436>
- Jesulink. (s.f.). *Escribiendo un Manga: Storyboard*. https://jesulink.com/tallermanga/lecciones/storyboard_manga.php
- Magnone, H. (26 de marzo de 2024). *El anime y la representación de la arquitectura japonesa. La Voz del Interior*. <https://www.lavoz.com.ar/tendencias/el-anime-y-la-representacion-de-la-arquitectura-japonesa/>
- Microsoft. (2024). *Designer* (Versión septiembre 2024) [Modelo Grande de Lenguaje] <https://designer.microsoft.com/image-creator?scenariotexttoimage>
- Miro. (18 de septiembre de 2024). *388 Qué es, cómo hacer uno y ejemplos templates found*. <https://miro.com/app/dashboard/miroverse>

- NDBlog. (2021). *Guía definitiva sobre storytelling y Storyboard: concepto y aplicación en la comunicación*. El blog de Nativos Digitales. <https://ndmarketingdigital.com/que-es-un-storytelling-y-storyboard/>
- Revista. (s.f.). *El auge del anime y el manga en la moda*. <https://revistarevista.com/anime-influencia-moda-colecciones/>
- Rodríguez, X. (10 de junio de 2022). *Diferencia entre storyboard y storytelling*. <https://35mm.es/diferencia-storyboard-storytelling/>
- RoYuMi. (22 de mayo de 2023). *El legado del anime japones en la arquitectura y el diseño urbano moderno*. <https://royumi.com/es/el-legado-del-anime-japones-en-la-arquitectura-y-el-diseno-urbano-moderno/>
- Shorter, R. (11 de abril de 2024). *How to storyboard for a Manga*. <https://boards.com/how-to-storyboard/manga>
- Tempone, D. (2022). ¿Qué es el proceso de diseño y cuáles son los diferentes pasos? *Dome stika*. <https://www.domestika.org/es/blog/9704-que-es-el-proceso-de-diseno-y-cuales-son-los-diferentes-pasos>

III. COLECCIONISMO DE JUGUETES Y MEMORABILIA COMO DETONADOR DE DISEÑO E IDENTIDAD CULTURAL

*Ricardo Victoria Uribe**
*Nazario Robles Bastida***
*Miguel Ángel Rubio Toledo****

INTRODUCCIÓN

Una de las necesidades humanas de índole psicoafectiva que tiene un gran peso en las personas es el de la identidad. Diversos modelos, ya sea el de Maslow o el de Max-Neef, lo consideran parte de sus estructuras, los cuales explican cómo los seres humanos priorizan sus necesidades para la construcción de su identidad. Ahora bien, ¿por qué la identidad es tan importante para el ser humano? Porque además de ser uno de los pilares fundacionales de su psique y estructura cognitiva, el ser humano es un ser gregario, un ser social. Independientemente de su afinidad hacia la extroversión o la introversión, el ser humano necesita relacionarse con otros, no necesariamente pertenecientes a su misma familia, para poder intercambiar ideas, información, sentimientos y concepciones socioculturales. En la antigüedad, las tribus, los clanes, los grupos religiosos, las ciudades-estado e incluso las nacientes naciones servían como elemento de integración social y de definición identitaria.

En la actualidad, el concepto de identidad como elemento de integración social y cultural se ha expandido para encontrar otras formas de expresión, ya sea a través de apoyar un equipo deportivo, de pertenecer a una tribu urbana en particular —góticos, *emos*, *skaters*, *gamers*, *punks*, por mencionar algunas de las más visibles—, por sus aficiones —a la lectura, al cine, a la música—, o por algún otro elemento

* Doctor en Diseño. Cuerpo Académico de Sostenibilidad y Desarrollo Estratégico del Diseño, Universidad Autónoma del Estado de México, rvictoriau@uaemex.mx

** Doctor en Ciencias Sociales. Sociology, Social Movements & Identity. University of Calgary, nroblesb@ucalgary.ca

*** Doctor en Ciencias Sociales. Cuerpo Académico de Sostenibilidad y Desarrollo Estratégico del Diseño, Universidad Autónoma del Estado de México, marubiot@uaemex.mx

sociocultural preponderante y que se ha extendido de manera significativa gracias a la interconectividad del Internet. Uno de estos grupos de pertenencia identitaria es el de los fans de anime (mal o bien llamados *otakus*), los seguidores de determinados cómics, coleccionistas de figuras y memorabilia, películas, videojuegos o libros, o incluso parques de diversiones —los *Disney Adults*— y marcas —Coca Cola, *Supreme*, McDonald's—. Y son estos grupos los que suelen expresar su identidad cultural y por tanto su integración a través de la compra, exhibición y, en ocasiones, fabricación casera o de bajo volumen de producción de objetos referentes al concepto que les ayuda definir su personalidad.

En particular, y para los fines del presente trabajo, se abordará la expresión de identidad cultural a través del coleccionismo de juguetes y memorabilia, en virtud de que es un área que se vincula directamente con el diseño, desde temas como el diseño emocional, la funcionalidad, la selección de materiales, la semiótica, y otros procesos de interacción usuario-objeto. Ello porque el objeto y su posesión genera un sentido de pertenencia identitaria, ya sea porque apela a la nostalgia de la infancia en un sector de jóvenes y adultos con capacidad económica para adquirir estos productos, porque contiene elementos culturales que apelan al gusto personal del individuo, o simplemente porque proveen de diversión y tema de plática social (y a veces hasta de ingresos adicionales). El coleccionismo afecta las emociones de las personas de manera inconsciente y esto se manifiesta en ámbitos como la identidad. Estos objetos, juguetes o memorabilia provocan en el usuario de estos productos conceptos metacognitivos, incluso la creación de diseños, un involucramiento tal, que se vuelven parte de nuestra propia historia, tanto social como personal.

Cabe aclarar que, aunque el juego es una actividad esencial en el ser humano, uno de los elementos de diseño que coadyuvan a esta actividad son los objetos para tales procesos, en este caso en particular los juguetes, y por extensión otro tipo de coleccionables cumplen con una función diferente al juego. O, mejor dicho, los coleccionistas “juegan” con ellos de manera *diferente*, ya sea a través de fotografías, dioramas, exhibiciones, intercambios y discusiones. Y este proceso alterno genera el proceso de generación de identidad cultural que ha dado pie a la creación y expansión de convenciones de cómics y coleccionables, del término *adult collector* y a innumerables canales de YouTube que hablan del tema. Es importante señalar que el objeto del presente trabajo es describir la forma en que los usuarios de las colecciones —para este caso particular de juguetes de animación japonesa—, crean un segmento

de oportunidad para el diseño, implicando el estudio de culturas identitarias como posibilidad latente y potencial de usuarios desde el diseño emocional y las técnicas de investigación desarrolladas.

METODOLOGÍA

El objetivo de este trabajo es explorar cómo estos objetos lúdicos se convierten en elementos generadores de identidad y cómo se relacionan intrínsecamente con el diseño, en tanto que este último es el creador de los primeros. Ello con el fin de proveer a diseñadores, tanto académicos, profesionistas como estudiantes con una nueva perspectiva que revalore en términos diseñísticos la creación de estos productos. La metodología usada para recolectar los datos usados en este ensayo es una etnografía multisituada, a través de la cual uno de los miembros del equipo de investigación recopiló información acerca de las identidades sociales de aficionados a la animación japonesa, mediante entrevistas profundas guiadas a informantes seleccionados.

En estas entrevistas, cuyos registros se encuentran audiograbados, se les preguntó de manera general a los informantes los motivos, los alcances y los tipos de colecciones de juguetes o memorabilia, así como los grupos a los que pertenecen y las características de los rasgos socioculturales de estos grupos. Uno de los aspectos de interés arrojados a través de entrevistas, observaciones de campo y recolección de datos en la web, que constituyen esta etnografía, es precisamente el uso de coleccionables para definir identidades sociales en el mundo contemporáneo. De acuerdo con Christine Hine (2004), la complejidad de fenómenos culturales translocales, derivada de un mundo globalizado y contemporáneo, requiere de un estilo de trabajo etnográfico de interacción personal e inmersión física con el contexto para su estudio más a detalle y entendiendo sistémicamente sus aparentes contradicciones.

Este estilo es particularmente útil con los grupos de coleccionistas y de fans de productos *mass media*, que conforman “escenas” sociales, que son espacios subculturales mutuamente reconocibles donde el consumo de productos y actividades tiende a florecer y donde hay participación activa por parte de sus integrantes (Young y Atkinson, 2008, p. 30). Las observaciones de campo se realizaron *in situ* con una bitácora de registro, es decir, se asistió a eventos donde participan los coleccionistas y

se tomaron diversos datos de sus formas de socializar, de la parafernalia del espacio y de la apariencia de los asistentes, así como de distintos elementos culturales (lenguajes del espacio, de la apariencia, de las expresiones emocionales, entre otros).

En este sentido, la información resultante de las observaciones de campo se cruzó con los hallazgos de las entrevistas profundas, así como con la información obtenida de la web (mismos criterios de observación profunda de las entrevistas y de la observación de campo), amén de la revisión de la literatura pertinente. Esto es, se establecieron criterios de análisis para los tres tipos de investigación señalados, los cuales fueron estudiados con el rigor necesario desde el objetivo de la investigación general, con el propósito de obtener hallazgos para justificar el problema de investigación y fundamentar la necesidad de diseño, por lo que no se realizó una investigación de tipo sociológica y antropológica para determinar las características de una identidad social, dada la naturaleza de la disciplina del diseño.

Para el caso del tipo de investigación sociológica o antropológica, se tendrían que determinar otras variables, una problematización diferente, una hipótesis distinta, así como objetivos relacionados con estas disciplinas desde su objeto de estudio. Finalmente, es necesario señalar que los resultados de las técnicas de investigación no se describen de manera específica porque su extensión sería demasiado amplia y, como se ha señalado, el objeto del presente trabajo pretende argumentar la necesidad de diseño desde los hallazgos de campo y de la literatura consultada, con el fin de establecer de manera original una posibilidad para el diseño.

LA IDENTIDAD COMO NECESIDAD

Dentro de las necesidades no fisiológicas, pero fundamentales del ser humano, existen las de la identidad y las de pertenencia. Ambas se relacionan a su vez con la autoestima, y son codependientes al contexto. La persona genera un sentido de pertenencia y de valor de sí mismo influenciado por la forma en que interactúa en grupo o con el medio. De acuerdo con el modelo matricial de Max-Neef (1992), la identidad es una necesidad humana fundamental que se manifiesta a través de cuatro estados del ser. Durante su manifestación en el “Ser” se genera la autoestima, en el

“Tener” se forman relaciones o normas sociales a través de significantes comunes (en este caso, poseer determinados objetos), al “Hacer” se retroalimentan los anteriores y en “Interacciones” es donde se genera el sentido de pertenencia. Estos niveles se ven influenciados por factores emocionales, como la ternura, la nostalgia o la presunción.

Tabla 1. La necesidad de la identidad, tomada del modelo de Max-Neef (1992)

Necesidades humanas fundamentales	Ser (cualidades)	Tener (cosas)	Hacer (acciones)	Interacciones (lugares)
Identidad	Sentido de pertenencia, autoestima, consistencia	Lenguaje, religiones, profesiones, costumbres, valores, normas	Conocerse a sí mismo, crecer, comprometerse	Lugares a los que perteneces y lugares diarios

Fuente: elaboración propia.

Para nuestro caso, el acto de coleccionismo no es sólo un acto de consumo, sino de intercambio de ideas, concepciones y mitos a través del intercambio de objetos de diseño específicos, tales como juguetes, memorabilia y otro tipo de coleccionables, usando como puente una identidad construida a través del *gusto*. La colección aquí señalada trata “...de los procesos en virtud de los cuales las personas entran en relación con ellos y de la sistemática de las conductas y de las relaciones humanas que resultan de ello (Baudrillard, 1969, p. 2). Esto es, la imbricación en los procesos de estesis, simbiosis, semiosis, entre otros tipos de interrelación sistémica de los objetos diseñados para la colección y los sujetos que se apropian de ellos a modo de fortuna: una apología del juguete identidad.

DISEÑO OBJETUAL, CONSUMO E IDENTIDAD

Para poder conectar esta idea de identidad con el consumo y diseño objetual, y éstos a su vez con el mundo de los coleccionistas, es útil revisar el concepto de “cultura del gusto” (Robles-Bastida, 2019). Este concepto, derivado de los trabajos de Bourdieu,

sugiere que el gusto no es algo individualmente establecido, sino conocimiento cultural práctico que parte de la apropiación, material o simbólica, de objetos y los contextos de los cuales provienen (Bourdieu, 1977). Por ejemplo, los coleccionistas de *Sofubi* (de vinil blando por su abreviación en japonés) se van especializando en la cultura televisiva japonesa de los años sesenta y setenta, cuando surgen las series de monstruos gigantes conocidos como *kaijus*, de los cuales Godzilla y Gamera son de los más conocidos. Otro ejemplo son los coleccionistas de juguetes vintage —aquellos producidos en las décadas de los ochenta y de los noventa— que se vuelven expertos en las series animadas producidas en Estados Unidos en esos años. Existen más grupos, coleccionistas de figuras y memorabilia de animación japonesa, de *Hot Wheels*, de *Barbie*, Los Simpson (ver Figura 1), entre muchos otros.

Figura 1. Coleccionables de Los Simpson, en venta en Nakano Broadway, Japón



Fotografía de los autores (2023).

Este conocimiento suele ser transmitido por medio de integrantes prominentes o con mayor antigüedad dentro de la subcultura o grupo identitario, y que a su vez generan un estilo de vida. En el caso del coleccionismo, tenemos por ejemplo a youtubers tales como Dan Larson de *Secret Galaxy* (antes *Toy Galaxy*), Dan Eardley de *Pixel Dan*, Jay Gladfilter de *Geek Dad Life*, y en México Rodrigo De Orduña, conocido como *MadHunter* (ver Figura 2). A través de sus canales de YouTube y podcasts transmiten conocimiento sobre esta clase de coleccionismo, los diferentes tipos de objetos que se pueden coleccionar, dónde conseguirlos y cómo escogerlos.

Figura 2. De Orduña (n.d). Madhunter Juguetes Antiguos



Fuente: <https://www.youtube.com/@MadhunterJuguetesAntiguos/featured> (2024)

Ello a su vez impone tendencias dentro de la subcultura, como revalorización de las piezas o generación de nuevos diseños, ya sea inspirados en los previos para actualizar el concepto con cierta dosis de nostalgia, pero con métodos de producción modernos, o bien para personalizar —*customizar* como se maneja en la subcultura— sus propias versiones de los símbolos más prominentes. Esto deriva en que la cultura del gusto sea

una de activa participación y movilización hacia el consumo de productos variados —libros, juguetes, réplicas, videos, memorabilia (Hills, 2002)— la apropiación de significados, dentro de espacio compartidos, tanto virtuales —por ejemplo, los canales de YouTube mencionados anteriormente— como físicos, que son las convenciones y los mercadillos sobre ruedas y que facilitan la generación de identidad y el intercambio de objetos de diseño.

Figura 3. Coleccionables de Sailor Moon, en venta en Nakano Broadway, Japón



Fotografía de los autores (2023).

En el caso de las convenciones, hay grandes secciones del espacio rentado para el evento dedicado a la venta de productos, que suelen ser los que mayores movimientos de productos y de dinero generan dentro de estas convenciones (Robles-Bastida, 2019). Muchas veces son el único lugar donde se puedan conseguir ediciones limitadas de ciertos productos. Si bien la convención de San Diego, la *Comic Con*, es la más famosa a nivel mundial, seguida de la de Nueva York, en México se tienen varias

convenciones locales, y la que posiblemente sea la más grande a nivel nacional es “La Mole”, creada en los años noventa y que ahora tiene lugar cada marzo en el World Trade Center de la Ciudad de México (ver Figura 4).

Figura 4. Piso de venta en La Mole



Fotografía de los autores (2014).

En el caso de los mercados sobre ruedas o tianguis, su función, más que presentar las novedades, es la de dar espacio para la compra-venta o intercambio de coleccionables con más años en el mercado, incluso discontinuados, así como de espacios para la convivencia entre sus visitantes e inclusive con los mismos vendedores, formando relaciones interpersonales que van más allá del comercio. Ejemplos de este tipo de tianguis en México es el del Metro Balderas, el Rock Show de Metro Hidalgo y la Frikiplaza en Eje Central, en la Ciudad de México. Aunque cabe aclarar que en el caso de la Frikiplaza ya es localizada en un edificio *ex profeso*, institucionalizando y

regulando el mercado, de manera muy similar a lo que ocurre en Tokio, Japón, con Nakano Broadway, dándole un grado mayor de formalidad como la que se puede observar en algunas tiendas de especialistas en Estados Unidos, donde la clientela regular poco a poco forma lazos de amistad con los vendedores.

La naturaleza personal de las relaciones generadas en estos espacios contrasta con la forma impersonal con la que la adquisición de juguetes coleccionables se da en supermercados o tiendas departamentales (Robles-Bastida, 2019). Los espacios mencionados no sólo son un lugar para el consumo, sino de reunión, de intercambio, de visita tanto para compradores como para transeúntes y curiosos que aún no se insertan en la subcultura, pero llevan a cabo sus primeros acercamientos en ese lugar, renovando así la identidad de la misma a través de cambios generacionales. Incluso, se vuelven la primera experiencia laboral para los integrantes más jóvenes, dentro de un ambiente menos formal y ciertamente más festivo (Robles-Bastida, 2019).

EL CONSUMO DE LAS IDENTIDADES COMUNALES Y EL DISEÑO DE JUGUETES

En principio, el juguete puede ser definido como el objeto que, derivado de un contexto social y cultural, sirve de elemento de comunicación visual y representatividad lúdica por medio del cual un infante desarrolla su identidad y expresa sus ideas mientras interactúa con el medio (Rossie, 2005). A su vez, el juguete como objeto de diseño refleja significados llenos de valores culturales provenientes de un contexto en específico (Smith, 2009). Los juguetes pueden ser entendidos como un reflejo de los valores sociales que los producen (Ellis, 2015); así, el diseño como quehacer es gestor de valores materiales y sociales. Actualmente, los juguetes pasan de ser simples objetos transformados por la imaginación del niño para comunicar y aprender, y se convierten en productos sofisticados que sirven de símbolos potentes en el proceso de generación de identidad.

Este proceso se puede rastrear al lanzamiento de las películas de Star Wars a finales de los setenta e inicio de los ochenta, que fueron las primeras películas en lanzar juguetes relacionados como sus propiedades intelectuales. Sin embargo, el fenómeno actual, donde los niños de aquella época han consumido los juguetes por décadas, mientras que los niños actuales se distraen con tabletas y electrónicos, surge como

tal durante finales de los años ochenta e inicios de los dos mil con el surgimiento del coleccionismo de historietas (principalmente de superhéroes) y la acuñación del término *adult collector* o coleccionista adulto, que se puede ver en los empaques de los juguetes más caros en el mercado, muchas veces delicados y pensados sólo para ser exhibidos y fotografiados —la nueva forma de jugar con los juguetes, pero por parte de los adultos.

Figura 5. Coleccionables de anime japonés



Fotografía de los autores (2014).

Dado que la industria juguetera se encuentra en una crisis, con ventas a la baja de forma significativa, y a pesar de un leve resurgimiento durante 2020 y 2021, las empresas jugueteras están explorando nuevos mercados, especialmente los adultos o *kidults*, personas mayores de 18 años, quienes por primera vez en la historia superaron la demanda de juguetes con respecto a otros grupos en casi \$1.5 mil millones de dólares en ventas solamente de enero a abril de 2024 (Fickenscher, 2024). Dan Larson, quien es un gran coleccionista de figuras de acción de la línea G.I. Joe (entre otras), en una

entrevista con el New York Post (Fickenscher, 2024), comenta que los niños y niñas de hoy en día ya no conectan ni se identifican con juguetes físicos.

También considera que si bien existe una percepción social de que los juguetes son para niños, lo cual genera cierto nivel de ‘vergüenza’, el coleccionar juguetes y memorabilia se ha convertido en un *hobby* mucho más aceptable (ver Figura 6), con grupos de personas generando relaciones interpersonales alrededor de estas identidades, y por tanto se están creando nuevos diseños de juguetes (Larson, 2019). En su opinión, “el coleccionar pequeñas personas de plástico alegran tu vida, no hay que dejar que nadie te quite eso” (Larson, 2019).

Figura 6. Foto de Dan Larson en el artículo para el New York Post (2019)



Fuente: New York Post (2019).

Las pertenencias son elementos centrales de construcción y actuar de las identidades (Fortier, 1999). Estas posesiones culturales representan la sedimentación de codificaciones simbólicas, materializadas a través de objetos, que para nuestra investigación se trata de juguetes coleccionables y memorabilia. En el caso de los coleccionistas de los anteriores, significa que los objetos de diseño adquiridos en

convenciones, grupos de coleccionistas en internet, tiendas, o incluso como regalos de amistades y familiares, se convierten en manifestaciones físicas de su personalidad como aficionados o seguidores de una propiedad intelectual en específico (o varias, según sea el caso). Desde este punto de vista, el consumo y posesión de juguetes y memorabilia por parte de los coleccionistas es indicativo de su compromiso con el especial estilo de vida que tienen las *culturas del gusto* de las particulares subtribus de esta subcultura urbana.

Estos juguetes para coleccionistas indican un determinado estilo de vida y cierto gusto, que se han convertido en los medios para identificar a los aficionados de determinadas propiedades intelectuales sin tener que cruzar palabra y, a su vez, representan los límites físicos de dicho estilo de vida, a través de un proceso de codificación semiológica. Sus colecciones les dan la posibilidad de conectarse con sus narrativas y personajes favoritos en un modo similar a la forma en que, por ejemplo, un aficionado al fútbol se identifica con determinado equipo (ver Figura 7). A través de sus compras y ventas, crean, más que una crítica al consumo, nuevas rutas de intercambio de bienes y servicios, que —para decirlo de cierta forma— conectan lo profano con lo sagrado, la comunidad con el mercado, lo *mainstream* y lo *underground* (Robles-Bastida, 2019).

Figura 7: Coleccionables de anime japonés



Fotografía de los autores (2024).

Es importante puntualizar, como indica Baudrillard (1969), que no son los juguetes y la memorabilia los objetos de consumo como tales, sino que son el objeto de la necesidad y de la satisfacción del sujeto. Y además, señala 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. (Baudrillard, 1969, p. 224)

Desde un punto de vista de diseño de productos, estos coleccionables no se ven afectados por cosas como la obsolescencia programada o percibida, sino que son constantemente revalorizados, apreciados y devaluados de acuerdo con las tendencias y mareas de la cultura popular y de la edad de los coleccionistas. Lo que hoy puede no valer mucho, en una década podrá valer tres veces su precio al ser revalorado cuando la generación que esté económicamente activa en ese futuro quiera recuperar parte de su infancia o revalore el diseño del producto mismo. Estos juguetes coleccionables y memorabilia no son desechados al final de su ciclo de vida, sino que se reintegran a otro ciclo de reuso a través de la reventa, la *customización* y la preservación. En palabras de Rodrigo de Orduña (n.d.), que repite la frase constantemente en sus videos, se vuelve una especie de “arqueología moderna”.

Finalmente, estos productos también incentivan nuevos diseños, inspirados en revitalizaciones de propiedades intelectuales, ya de hace varias décadas, pero producidos con técnicas modernas para el mercado del coleccionista adultos (ver Figura 8), y promoviendo innovaciones tecnológicas y de materiales en estas nuevas versiones.

Figura 8: Nueva versión de una figura de la serie de los Motoratones de Marte



Nota: las figuras originales salieron en los años noventa por Galoop. La empresa Nacelle compró el derecho y volvió a lanzar las figuras con técnicas modernas.
Fotografía de los autores (2024).

CONCLUSIONES

La identidad se concibe como la forma diferenciada en que está conformado un sujeto de manera psicosocial, y está constituida por diversos elementos, los cuales distinguen al sujeto de otros y lo vuelven similar a otros más. La identidad está determinada por el procesamiento cognitivo del cúmulo de vivencias históricas del pasado (inmanente) y del presente (en permanente cambio), además del carácter y personalidad del sujeto. Esta construcción de la identidad es necesaria para el desarrollo humano, en tanto

permite a la persona observarse como ser independiente en su pensar y actuar; no obstante, sus pensamientos y acciones tienden a parecerse a las de “otros”, en tanto de ahí proceden sus influencias identitarias. En ese momento, el ser humano busca la aprobación social, en ocasiones imitando al líder o sujeto más popular del grupo, en otras —dependiendo del tipo de inclinación de gustos e intereses— mediante la socialización con miembros con pensamientos y actitudes similares a las del grupo social elegido.

En la adultez, las identidades sociales o subgrupos en su acción social se significan y resignifican de forma permanente mediante diversos mecanismos, entre los que se encuentra el coleccionismo de juguetes y objetos de memorabilia, no con fines de realizar procesos lúdicos infantiles, sino como interpretaciones alegóricas de sí mismos en el proceso permanente de la construcción social de la identidad. Un objeto pertenece a alguien porque se encuentra en su posesión, es decir, se apropia de dicho objeto por algún medio. Sin embargo, cuando se trata de objetos diseñados para el coleccionismo, se observa un fenómeno de simbiosis entre objeto y sujeto, donde el objeto señala el tipo de pertenencia social y cultural al que forma parte el sujeto. En otras palabras, el diseñador ostenta la capacidad y la habilidad de crear “objetos de culto” para ciertos grupos de personas, favoreciendo la construcción identitaria particular y, por añadidura, la construcción social de grupos y subgrupos.

El diseño entonces, a través de muchas de las características formales y conceptuales de sus objetos (juguetes y memorabilia) permite y promueve la cohesión social en estos grupos. Resulta necesario subrayar la relevancia de la reflexión en torno a la importancia del diseño en este sentido, cuya formación disciplinaria y práctica profesional deben ser comprendidas en su justa dimensión para desarrollar proyectos, haciendo uso de los diversos métodos, tales como el diseño emocional (Victoria y García, 2023) con sus diferentes argumentos teóricos y estrategias de aplicación (nostalgia, ternura, inmersión), la relación entre la función utilitaria y la función simbólica, el lenguaje de los materiales para su selección adecuada, la implicación de la semiótica (el significado desde el referente para la creación de significantes), la postura de la interacción simbólica social desde la relación sistémica compleja de la interacción del usuario con el objeto y viceversa, entre muchos otros.

REFERENCIAS

- Atkinson, M. and Young, K. (2008). *Tribal Play: Subcultural Journeys Through Sport*. JAI Press.
- Baudrillard, J. (1969). *El sistema de los objetos*. Siglo XXI Editores.
- Bourdieu, P. (1977). *Outline of a Theory of Practice*. Cambridge University Press.
- Ellis, K. (2015). *Disability and Popular Culture: Focusing Passion, Creating Community and Expressing Defiance (The Cultural Politics of Media and Popular Culture)*. Ashgate.
- De Orduña, R. (n.d.). *MadHunter Juguetes Antiguos*. [Video] YouTube <https://www.youtube.com/@MadhunterJuguetesAntiguos/featured>
- Fickenscher, L. (2024). Grown-ups surpass preschoolers as the biggest toy consumers: Most important age group. *New York Post*. <https://nypost.com/2024/06/14/business/grown-ups-surpass-preschoolers-as-the-biggest-toy-consumers/>
- Fortier, A.M. (1999). *Re-Membering Places and the Performance of Belonging(s)*. *Performativity & Belonging*, edited by Vikki Bell, 41-64. Sage.
- Hills, M. (2002). *Fan Cultures*. Routledge.
- Hine, C. (2004). *Virtual Ethnography*. Sage.
- Larson, D. (2019). *Is Action Figure Collecting An Embarrassing Hobby?* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=2tH0-fy0N2M>
- Max-Neef, A.M. (1992). *From the Outside Looking. Experiences in Barefoot Economics*. Zed Books.
- Rossie, J. P. (2005). *Toys, play, culture and society. An anthropological approach with reference to North Africa and the Sahara*. Sitrec.
- Robles-Bastida, N. (2019). *Beyond subcultural community: A sociological analysis of Japanese animation fans and fandoms* (Doctoral thesis), University of Calgary, <https://prism.ucalgary.ca>.
- Smith, P. K. (2009). *Children and Play: Understanding Children's Worlds*. Vol. 12. John Wiley & Sons.
- Victoria, R., y M.A. García-Albarrán (2023). *Diseño emocional aplicado. Una guía para proyectos de diseño*. Universidad Autónoma del Estado de México.
- Young, K. & Atkinson, M. (2008). Introduction. *Tribal Play: Subcultural Journeys Through Sport*, edited by Michael Atkinson and Kevin Young, 1-46. JAI Press.

María del Pilar Alejandra Mora Cantellano. Doctora en Ciencias Sociales y Especialidad en Diseño Estratégico de Productos Industriales por la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEMEX). Maestra en Comunicación y Tecnologías Educativas por el Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa. Licenciada en Diseño Industrial por la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Profesora-Investigadora de Tiempo Completo de la Facultad de Arquitectura y Diseño (FAD-UAEMEX). Cuenta con Perfil Prodep. Miembro del Sistema Nacional de Investigadoras e Investigadores (SNI). Responsable y colaboradora en investigaciones Promep y UAEMEX. Responsable de la Red Interinstitucional de Diseño y Desarrollo Social. Miembro del Consejo Consultivo de DI-Integra. Integrante de la Mesa Directiva de la Asociación Mexicana de Ciencias para el Desarrollo Regional. Miembro del Cuerpo Académico de Diseño y Desarrollo Social con registro CA-173 Promep. Líneas de investigación: Diseño para el desarrollo socioterritorial, Innovación social e Interacción con grupos artesanales y pequeños productores, con énfasis en el desarrollo de proyectos de diseño industrial para la innovación en comunidades, profundizando en la interacción con mujeres artesanas mazahuas.

María Gabriela Villar García. Doctora en Ciencias Sociales. Maestra en Estudios para la Paz y el Desarrollo, en la que obtuvo mención honorífica. Licenciada en Diseño Gráfico con Especialidad en Publicidad en la UAEMEX. Profesora-Investigadora de Tiempo Completo de la FAD-UAEMEX. Perteneció al SNI y tiene Perfil Deseable Promep. Línea de investigación: Estudios de la imagen con enfoque de DDH, PEG y Cultura de Paz, así como la construcción social de identidades desde la diversidad cultural para el desarrollo social. Ponente y conferencista en eventos nacionales e internacionales, y coautora de artículos en revistas indexadas, capítulos de libro, memorias en extenso, así como coordinadora de libros. Perteneció al Cuerpo Académico Diseño y Desarrollo Social registrado ante la SEP y es miembro de las Redes de Investigación Nacional de Diseño para el Desarrollo Social y de Vulnerabilidad e Inclusión Social. Es autora del libro *El constructo social de la identidad colectiva mexicana representada a través de texto publicitario de época* (2021).

Ana Aurora Maldonado Reyes. Doctora en Artes por la Universidad de Guanajuato. Maestra en Diseño Industrial por la UNAM. Diseñadora Industrial por la Universidad Autónoma Metropolitana. Miembro del SNI Nivel I de 2012 a la fecha. Perfil Prodep de 2006 a la fecha. Miembro del Cuerpo Académico Diseño y Desarrollo Social de la FAD-UAEMEX. Participa en el claustro de profesores del Doctorado en Diseño, de la Maestría en Diseño y de la Licenciatura en Diseño Industrial de esa misma Facultad. Es docente fundador de la Escuela de Artes Plásticas de la UAEMEX. Línea de investigación: Diseño desde la diversidad cultural para el desarrollo social; específicamente, aborda proyectos de diseño para la generación del conocimiento en estas disciplinas.

Los temas tratados en este libro se identifican como detonadores de reflexiones, aportaciones metodológicas y de aplicación disciplinaria del diseño industrial, gráfico y arquitectónico a las identidades culturales tradicionales y actuales, así como a las expresiones de la diversidad y el patrimonio.

Las propuestas que se presentan en esta obra son innovadoras, además de que generan conocimiento para el desarrollo de los grupos sociales desde enfoques locales, regionales e internacionales; asimismo, conciben soluciones y estrategias que consideran la pluriculturalidad, con base en el reconocimiento de memorias, tecnologías, expresiones y prácticas culturales comunitarias, que coadyuven al desarrollo de las regiones.



**Secretaría de
Identidad y Cultura**