

819

A4-209

M E M O R I A S



Coloquio Vida Cotidiana y Diseño

COLOQUIO
VIDA COTIDIANA
Y DISEÑO

#218800
c.B. 2895385

M E M O R I A S

COLOQUIO VIDA COTIDIANA Y DISEÑO

CONFERENCIA MAGISTRAL

MARÍA TERESA ESQUIVEL HERNÁNDEZ

LA ARQUITECTURA EN LA VIDA COTIDIANA

MARÍA EUGENIA GONZÁLEZ HERNÁNDEZ

ORLANDO ISAAC IPIÑA GARCÍA

MARÍA DEL PILAR TONDA MAGALLÓN

EL DISEÑO GRÁFICO EN LA VIDA COTIDIANA

VERÓNICA ARROYO PEDROZA

MANUEL DE LA CERA ALONSO Y PARADA

JORGE ORTIZ LEROUX

PABLO DANIEL LÓPEZ ÁLVAREZ

MARÍA TERESA OLALDE RAMOS

NORMA PATIÑO NAVARRO

CUAUHTÉMOC SALGADO BARRERA

IARENE TOVAR ROMERO

DOLORES VIDALES GIOVANNETTI

EL DISEÑO INDUSTRIAL EN LA VIDA COTIDIANA

DANIELA ESPARZA AGUILAR

JORGE RODRÍGUEZ MARTÍNEZ

VÍCTOR MIGUEL BÁRCENAS SÁNCHEZ

COMPILADORES: ÁNGELES HERNÁNDEZ PRADO Y JORGE ORTIZ SEGURA

ILUSTRACIONES: PABLO DANIEL LÓPEZ ÁLVAREZ

UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA
METROPOLITANA
Azcapótzaleo
Casa abierta al tiempo

2895385

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

DR. JOSÉ LEMA LABADIE
RECTOR GENERAL
DR. JAVIER MELGOZA VALDIVIA
SECRETARIO GENERAL

JAM
NA2542
A5
C6.1B

UNIDAD AZCAPOTZALCO
DR. ADRIÁN DE GARAY SÁNCHEZ
RECTOR DE LA UNIDAD
DRA. SYLVIE TURPIN MARION
SECRETARIA DE LA UNIDAD
M.A.V. PALOMA IBÁÑEZ VILLALOBOS
DIRECTORA DE LA DIVISIÓN
DE CIENCIAS Y ARTES PARA EL DISEÑO
M.D.I. LUIS CARLOS HERRERA
SECRETARIO ACADÉMICO DE LA DIVISIÓN
DE CIENCIAS Y ARTES PARA EL DISEÑO
MTRA. LUISA MARTÍNEZ LEAL
JEFA DEL DEPARTAMENTO DE EVALUACIÓN
DEL DISEÑO EN EL TIEMPO



COLOQUIO VIDA COTIDIANA Y DISEÑO,
ES UNA PUBLICACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE EVALUACIÓN DE LA
DIVISIÓN DE CIENCIAS Y ARTES PARA EL DISEÑO.
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA – AZCAPÓTZALCO,
AV. SAN PABLO No. 180, COL. REYNOSA TAMAULIPAS,
AZCAPÓTZALCO, C.P. 02200, MÉXICO D.F.
TEL.: (55) 5318-90-00

ISBN 978-970-31-1019-3

EDITORES RESPONSABLES: ÁNGELES HERNÁNDEZ Y JORGE ORTIZ
DERECHOS RESERVADOS ©
IMPRESO EN MÉXICO. PRINTED IN MEXICO
MÉXICO, D.F., SEPTIEMBRE 2008
PRIMERA EDICIÓN 2008 (500 EJEMPLARES)
IMPRESIÓN: TECNIGRAF

COORDINACIÓN DE LA EDICIÓN / ÁNGELES HERNÁNDEZ Y JORGE ORTIZ
CORRECCIÓN DE ESTILO / GABRIEL CRUZ MAYORGA
DISEÑO EDITORIAL / RODRIGO FERNÁNDEZ
ILUSTRACIONES / PABLO DANIEL LÓPEZ ÁLVAREZ

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	7
CONFERENCIA MAGISTRAL	
EL DISEÑO, LA VIDA COTIDIANA Y EL ESPACIO HABITACIONAL MARÍA TERESA ESQUIVEL HERNÁNDEZ	13
LA ARQUITECTURA EN LA VIDA COTIDIANA	
MODO DE VIDA URBANO CONTRA MODO DE VIDA RURAL Y EL USO DE LOS ESPACIOS ABIERTOS MARÍA EUGENIA GONZÁLEZ HERNÁNDEZ	29
ANÁLISIS, PROPUESTA Y TRANSFORMACIÓN DE UNA VIVIENDA IRREGULAR EN ECATEPEC ORLANDO ISAAC IPIÑA GARCÍA	38
LA VIDA COTIDIANA EN LA ESPAÑA MUSULMANA MARÍA DEL PILAR TONDA MAGALLÓN	52
EL DISEÑO GRÁFICO EN LA VIDA COTIDIANA	
LA ATENCIÓN EN LA PERCEPCIÓN DE LA VIDA COTIDIANA VERÓNICA ARROYO PEDROZA	77
DISEÑOS PARA ROMPER LA MONOTONÍA MANUEL DE LA CERA ALONSO Y PARADA	82
EL <i>COLLAGE</i> Y LOS MOVIMIENTOS SOCIALES EN LA REVISTA <i>LA GUILLCTINA</i> JORGE ORTIZ LEROUX	98
FOTOGRAFÍA DE LO COTIDIANO. LA POÉTICA DE LO URBANO COMO TEMÁTICA DE REFLEXIÓN VISUAL PABLO DANIEL LÓPEZ ÁLVAREZ	110

RÓTULOS EN LA CIUDAD, MARCANDO SU PROPIO ESTILO 122
MARÍA TERESA OLALDE RAMOS

EL CUERPO Y SUS EXTENSIONES EN LA VIDA COTIDIANA 142
NORMA PATIÑO NAVARRO

EL TRANSITAR POR LOS ESPACIOS DISEÑADOS 160
CUAUHTÉMOC SALGADO BARRERA

LOS ENVASES EN LA VIDA COTIDIANA 175
IARENE TOVAR ROMERO

LA COTIDIANIDAD EN LOS ENVASES 192
MARÍA DOLORES VIDALES GIOVANNETTI

EL DISEÑO INDUSTRIAL EN LA VIDA COTIDIANA

EL CASO DE LA COOPERATIVA *MUJERES PARA HOY* 207
DANIELA ESPARZA AGUILAR

EVOLUCIÓN DE LOS PRODUCTOS JAPONESES 220
Y SU PRESENCIA EN NUESTRA VIDA COTIDIANA Y DISEÑO
JORGE RODRÍGUEZ MARTÍNEZ

EL DISEÑO COMO CIENCIA, TECNOLOGÍA Y ARTE 240
VÍCTOR MIGUEL BÁRCENAS SÁNCHEZ

INTRODUCCIÓN

Los días 21, 22 y 23 de noviembre de 2007 en las instalaciones de la UAM Azcapotzalco se llevó a cabo el Coloquio que anualmente ha venido realizando el Departamento de Evaluación del Diseño. La organización de dicha actividad requirió del apoyo y trabajo de muchas personas, por lo que queremos iniciar estas memorias con una serie de agradecimientos:

En primer lugar a la Maestra Luisa Martínez Leal Jefa del Departamento de Evaluación por todo el apoyo brindado, a María Teresa Esquivel por su ponencia magistral que inauguró los trabajos, a Martín Clave Almeida por su conferencia el último día de los trabajos, a Pablo Daniel López Álvarez por el uso de sus fotografías para ilustrar las memorias, a Gabriel Cruz Mayorga por la revisión minuciosa de los manuscritos y a Rodrigo Fernández por el diseño editorial del libro.

Del Coloquio quisiéramos destacar varias cosas:

- **La convocatoria**, ya que se presentaron 34 participantes que incluyeron a docentes de los cuatro Departamentos de CyAD, así como tres estudiantes del Posgrado de nuestra División.
- **La temática**, que se caracterizó por la diversidad, ya que incluyó investigaciones variadas que iban desde utensilios para comer hasta las librerías y vecindades en el siglo XIX, pasando por el diseño japonés, empaques y embalajes, cooperativas y la España Musulmana.
- **El interés de los investigadores**. El Coloquio se ha convertido en uno de los pocos espacios donde podemos conocer los temas que nos motivan a trabajar a los profesores de la División.
- **Tipo de investigación**, además de la temática de investigación; fue posible darnos cuenta de las preguntas que nos hacemos al investigar y sobre todo las herramientas teóricas y metodológicas con las que trabajamos.
- **La madurez**. El evento se convirtió en una vitrina donde pudimos ver el producto de lo que hacemos cuando decimos que investigamos.

Así estas memorias se convierten en un documento de lo hasta aquí expresado.

Cuando los organizadores del Coloquio decidimos que la temática de 2007 se relacionara con la vida cotidiana se debió a que dicho concepto está modificando la manera en que los científicos sociales se acercan a la realidad. Pero, ¿qué es la vida cotidiana? María Teresa Esquivel la define como: “el ámbito donde llevamos a cabo la mayor parte de nuestra existencia, es la extensa zona de la vida práctica que se ha construido a través

de rutinas, hábitos y rituales, lo que la presenta segura y predicable y por ello su existencia no es cuestionada”.

Con base en lo anterior, las memorias que ponemos a su consideración, se dividen en varios apartados; en primer lugar, la Conferencia Magistral de la Dra. María Teresa Esquivel, egresada de nuestro posgrado y especialista en la vida cotidiana con la conferencia: El diseño, la vida cotidiana y el espacio habitacional.

El primer apartado, es dedicado a *La arquitectura en la vida cotidiana*, María Eugenia González hace una comparación entre el contraste que existe entre el modo de vida urbano y la sociedad rural; Orlando Ipiña analiza, la propuesta y transformación de una vivienda rural en el municipio de Ecatepec; Pilar Tonda Magallón cierra el primer apartado llevándonos a la vida cotidiana en la España musulmana.

El segundo apartado: *El diseño gráfico en la vida cotidiana*, Verónica Arroyo nos diserta sobre la relación que existe entre la percepción y la atención, así como los procesos selectivos de distribución y de mantenimiento; Manuel de la Cera analiza la enorme influencia del diseño gráfico en nuestra vida de todos los días; Jorge Ortiz Leroux, activista relevante en la izquierda mexicana y en la revista La Guillotina, relata la enorme influencia de los collages en la edición de la revista en mención; Pablo Daniel López gracias a un trabajo minucioso nos demuestra la importancia de la fotografía en lo cotidiano, titulado a su trabajo: la poética de lo urbano como temática de la reflexión visual; Teresa Olalde, apoyada en su cámara fotográfica, analiza como los rótulos en la ciudad han marcado todo un estilo; Norma Patiño reconocida fotógrafa, analiza la relación entre las extensiones del cuerpo humano y la fotografía; Cuauhtémoc Salgado narra pormenorizadamente un viaje a Jalapa y San Cristóbal de Las Casas; Iarene Tovar, estudiante del doctorado en nuestro posgrado, hace un análisis de la importancia de los envases en la vida cotidiana y finalmente, Dolores Vidales, una experta nacional en empaques y embalajes nos comenta la importancia de la cotidianidad en los envases.

El último apartado: *El diseño industrial en la vida cotidiana*, Daniela Esparza que acaba de obtener la Maestría en la Línea de Estudios Urbanos en nuestro posgrado, hace un análisis cuidadoso del funcionamiento de la cooperativa textil: Mujeres Para Hoy; Jorge Rodríguez nos refiere a la presencia de productos japoneses, tanto en nuestra vida cotidiana como el diseño y por último, para cerrar Víctor Bárcenas hace una reflexión sobre la relación que existe entre la vida cotidiana y el diseño.

Interesa señalar el estrecho vínculo entre vida cotidiana y diseño, consideramos que es una tarea pendiente para nuestra División, desde el diseño industrial investigar el tipo de mobiliario existente en viviendas de interés social de 36 metros cuadrados, los utensilios para la cocina o el comer, la historia de los vehículos de transporte desde la bicicleta hasta

el automóvil. En el diseño gráfico la historia de la fotografía, el cartel o los gráficos en libros. Finalmente para la arquitectura, el equipamiento urbano y la historia de los conjuntos habitacionales, desde el Benito Juárez, hasta los nuevos conjuntos habitacionales como el de San Buenaventura a la salida de la carretera a Puebla.

Por último, quisiéramos agradecer a los ponentes que entregaron sus ponencias en tiempo y forma.

Coordinadores del Coloquio:

María de los Ángeles Hernández

Jorge Ortiz Segura



Conferencia magistral

EL DISEÑO
LA VIDA COTIDIANA
Y EL ESPACIO HABITACIONAL





El diseño, la vida cotidiana y el espacio habitacional

MARÍA TERESA ESQUIVEL HERNÁNDEZ

*El ser humano crea según dos modalidades distintas:
una de ellas espontánea, natural, ciega, inconsciente;
la otra, de forma intencionada, reflexionada, racional.
Hoy, el problema fundamental de todos los campos
consiste en permitir al segundo modo de creación
alcanzar al primero y superarlo*
(H. Lefebvre, De lo rural a lo urbano, 1978:174)

Este trabajo es una reflexión en torno a la vinculación que existe entre el diseño y la vida cotidiana, dos conceptos cuya relación es incuestionable y sin embargo, en la práctica se encuentran muchas veces disociados. Para estudiar esta relación hemos partido de un ámbito fundamental tanto del diseño como de la vida cotidiana: *el espacio habitacional*. De esta manera, iniciamos el análisis planteando una pregunta central:

¿Qué es la vida cotidiana?

Los sociólogos hemos definido la *vida cotidiana* como aquel ámbito en donde las personas llevamos a cabo la mayor parte de nuestra existencia, que hemos construido a través de rutinas, hábitos y rituales, por lo que nos parece segura y predecible y su existencia pocas veces la cuestionamos. No obstante, la trascendencia del análisis de la vida cotidiana radica en que a partir, precisamente de nuestras prácticas y experiencias diarias *vamos conformando nuestra visión del mundo, y con ello la forma en que nos simbolizamos, nos percibimos y nos construimos como sujetos sociales*. De este modo, el mundo de la vida cotidiana nos proporciona un marco cognitivo y normativo que nos permite organizar y orientar nuestras actividades diarias.

La existencia cotidiana, el trabajo, la escuela, la vida doméstica, el tiempo libre, los recorridos de todos los días por el barrio o la colonia, constituyen elementos que tienen la certeza de la repetición, la fiabilidad de la permanencia; en ellos no hay reflexión, simplemente suceden. Alfred Schütz¹ lo apuntó de esta manera: la interacción cotidiana es el eje de la

¹ Alfred Schütz, principal teórico relacionado con la sociología fenomenológica, convierte el estudio de la vida cotidiana en un tema legítimo de reflexión sociológica.

vida social; los motivos, las emociones y los propósitos que las personas tienen, determinan no sólo lo que piensan sino también lo que hacen y más aún, la manera como lo hacen.²

La Sociología de la Vida Cotidiana tiene como propósito rescatar el modo en que las personas otorgan y mantienen significados de las situaciones y prácticas concretas, es decir, su objetivo es reivindicar el punto de vista del actor en la vida ordinaria y reconocer su papel como constructor de la realidad.

La vida cotidiana y las prácticas que ésta conlleva requieren un “lugar” en donde expresarse, por ello el *espacio habitacional* constituye uno de sus principales referentes.

¿Qué es el diseño?

El diseño es una actividad que aparece cuando las personas imaginan cómo pueden ser los objetos que requieren en su vida cotidiana (utensilios, muebles, herramientas, vehículos, construcciones, etcétera) antes de ser elaborados o construidos.

El campo del diseño es amplio y dentro de él, el *diseño arquitectónico* tiene como función imaginar y anticipar los espacios habitables para el hombre. Esta prefiguración anticipa la edificación del objeto arquitectónico. En muchos casos la actividad de diseño es realizada por profesionales, asumiéndose que estos especialistas son quienes saben lo que debe hacerse con las edificaciones y con los espacios urbanos, en nuestro caso, los habitacionales.

Con el auge del Movimiento Moderno a mediados del siglo XX, los arquitectos generaron diversas propuestas de espacios habitacionales buscando soluciones ideales, genéricas y prototípicas que sirvieran al conjunto de la población. Fue entonces cuando, como respuesta al crecimiento demográfico y para enfrentar la demanda masiva de vivienda, se diseñaron los grandes conjuntos habitacionales.³ A través de esta solución arquitectónica se podía aumentar la densidad de ocupación del suelo urbano, pues se basaba en la vivienda en altura o departamento, pero además permitía concentrar y proporcionar servicios y equipamiento, disminuir los tiempos de construcción y los costos de cada vivienda.

² Para Schütz, un medio ambiente se convierte en parte del mundo cotidiano propio cuando uno toma sentido de él, utilizando un estilo cognoscitivo llamado “actitud natural”.

³ Claude Lamure señala que “Antaño, la vivienda del príncipe, del burgués y del campesino se construía en colaboración con su futuro ocupante. Hoy en día el obrero, el empleado, el cuadro, viven a menudo en un alojamiento de serie, del cual el constructor desconoce la población que debe alojar” (Lamure, 1980:3), esto es, la vivienda en serie ha agudizado la separación entre usuario y diseñador abriendo una brecha infranqueable que continúa en nuestros días y que ha generado una diversidad de problemáticas sociales.



Imagen 1. Le Corbusier, Visión de París

Los primeros conjuntos habitacionales se edificaron con base en una perspectiva funcionalista y racional de las condiciones básicas de habitabilidad. Su diseño descansó en una interpretación estadística de las necesidades y de los comportamientos humanos, debiéndose ajustar los deseos de las personas a los “términos medios” así obtenidos (Pezeu-Massabuau, 1988: 150).

Y si bien tuvieron un impacto internacional, entre los problemas que enfrentó este hábitat colectivo fue el olvido de la complejidad social de la población y las distintas condiciones y requerimientos de habitabilidad. La producción de vivienda en serie dio como resultado conjuntos habitacionales monótonos y uniformes, los cuales, al poco tiempo de ser habitados, empezaron a generar fuertes problemáticas sociales y en consecuencia, su paulatino deterioro, desprestigio y rechazo social. Ante estos conflictos, países como Francia y Estados Unidos llevaron a cabo audaces proyectos de rediseño y reconstrucción de conjuntos enteros: algunos fueron recortados, otros incluso fueron demolidos.⁴

Esta práctica habitacional constituye una muestra clara del distanciamiento que progresivamente se fue generando entre el diseño arquitectónico y la realidad, o en otras palabras entre arquitectos-diseñadores y usuarios.

A partir de esta experiencia, algunos teóricos han planteado formas alternas de aproximarse al diseño arquitectónico. Por ejemplo, el austriaco Christopher Alexander⁵ sostenía que el diseño debía responder a las necesidades de los usuarios. En su libro *Lenguaje de patrones* publicado en 1977, define al patrón de diseño como “una descripción de un problema

⁴ Un clásico ejemplo es el conjunto Pruitt-Igoe construido a comienzos de los años cincuenta en St. Louis, Missouri, EUA, integrado por 33 edificios de 11 niveles con un total de 2,700 departamentos. Al poco tiempo de habitarse, el conjunto fue presa de la delincuencia y de fuertes problemáticas sociales, por lo que para 1970 sólo estaba ocupado el 50% de los departamentos. Las autoridades decidieron demoler el conjunto ante la imposibilidad de dar solución a los graves conflictos que lo aquejaban. Para 1976, el conjunto ya había sido demolido en su totalidad (Gottdiener, 1994, *The New Urban Sociology* en Villavicencio *et al.*, 2006).

⁵ Los libros más conocidos de Christopher Alexander son *El modo intemporal de construir* (1979), *Un lenguaje de patrones* (1977) y *Urbanismo y participación: el caso de la Universidad de Oregón* (1975).

que ocurre una y otra vez en nuestro entorno, así como la solución a ese problema, de tal modo que se pueda aplicar esta solución un millón de veces, sin hacer lo mismo dos veces” (Alexander, 1977: 9). Para Alexander el lenguaje de patrones puede ayudar a entender los objetos no como objetos en sí, sino como elementos de interacción humana: “Los patrones nunca pueden *diseñarse o construirse* de un solo golpe, sino mediante un paciente crecimiento, pieza a pieza, programado de tal modo que cada acto individual contribuya siempre a crear o generar esos patrones globales mayores que, lenta y firmemente, crearán a lo largo de los años una comunidad dotada de esos patrones globales” (op. cit. pág. 31).

En otro texto, *El modo intemporal de construir* (1979) Christopher Alexander reconoce que en la manera de construir basada en la tradición, no se hace necesaria la presencia de arquitectos o planificadores para conseguir dar forma a un lugar hermoso, sino que se trata de un proceso que se deriva de la vida misma (*nosotros añadiríamos de la vida cotidiana*), del instinto humano, de la capacidad de cualquier persona para imaginar el lugar ideal para una actividad cualquiera: “Un edificio o una ciudad sólo estarán vivos en la medida en que sean gobernados por el ‘modo intemporal’ (...) Se trata de un proceso que *extrae el orden sólo de nosotros mismos*; no puede alcanzarse: ocurrirá espontáneamente, si se lo permitimos” (Alexander, 1979: 11, cursivas añadidas).

El alojamiento de masas también fue fuertemente criticado por el holandés Nicholas J. Habraken quien planteaba que estos grandes conjuntos excluían a la población en la toma de decisiones sobre su vivienda, reduciendo ésta al nivel de un artículo de consumo y al habitante, al de un consumidor. De ahí que la vivienda se vuelva, según este autor, un objeto incapaz de adaptarse al proceso de habitar. La propuesta de Habraken se basa en dos supuestos en apariencia contradictorios: el primero se refiere a que el usuario debe ser capaz de tomar decisiones sobre su propia vivienda, es decir, modificarla y adaptarla a sus necesidades cambiantes; el segundo plantea que resulta más factible producir industrialmente los componentes de la vivienda, que la vivienda entera. Es en este sentido que concibe al soporte como un edificio hecho para contener un número determinado de unidades de vivienda, que puedan ser individualmente adaptadas a las necesidades cambiantes y a los deseos de los usuarios en el transcurso del tiempo. Así, el soporte estaría en la esfera de decisión comunitaria, mientras que el diseño de cada vivienda particular, en la esfera de decisión individual y familiar. El complemento del soporte serían las unidades separables, producidas industrialmente, y que ofrecerían al habitante la posibilidad de cambiar la distribución, la dimensión y la apariencia de los espacios de su vivienda.

Otro pensador que plantea la importancia de incorporar la perspectiva de la vida cotidiana en el diseño es el francés Henry Lefebvre. Para él son precisamente las personas que habitan, los que construyen el sentido y orden del espacio urbano. Su principal tesis es que el problema urbano está íntimamente vinculado con la vida cotidiana porque es en la utilización cotidiana del espacio donde se reproducen las relaciones sociales capitalistas. Para Lefebvre, el hábitat hace del habitar una práctica alienante puesto que descuida las verdaderas necesidades humanas; ya que la vivienda no se construye según las necesidades de sus moradores, sino que persigue fines de racionalidad económica.



Imagen 2. Conjunto El Rosario, Azcapotzalco

En su opinión, lo significativo de la vida cotidiana es que en el espacio privado se esbozan las creaciones humanas, los estilos y formas de vida que enlazan gustos y lenguajes con la cultura.

Algo común en las reflexiones de estos autores es el *rescate de la perspectiva del usuario en el diseño y edificación de su espacio habitacional*, el reconocer que es en la vida cotidiana en donde se manifiestan de manera clara las necesidades de habitabilidad, de la mano con los gustos, aspiraciones, ideologías y cultura de las personas.

A pesar de estas reflexiones y propuestas, sigue vigente la idea de que es el *arquitecto especialista*, desde su particular punto de vista, quien interpreta las demandas y los requerimientos de habitabilidad de otros, es quien sabe diseñar los espacios de manera correcta y adecuada, por lo que las decisiones individuales y colectivas de la población futura usuaria de las viviendas tienen poca cabida en este proceso.

En países como el nuestro, la concepción urbano-arquitectónica del modernismo sigue vigente, la vivienda social continúa produciéndose bajo esos criterios funcionalistas, a pesar de los problemas de habitabilidad y de gran deterioro que la mayoría de los conjuntos habitacionales actualmente presentan. Sin embargo, ante la falta de recursos y la gran demanda insatisfecha de vivienda en nuestro país, una solución como la de demoler o incluso rediseñar edificios ya construidos, no constituye una solución viable como lo es para países desarrollados.

¿Cómo se produce el espacio habitacional en las ciudades mexicanas?

La gran mayoría del territorio de la ciudad está conformado por espacio habitacional, el cual se caracteriza por su heterogeneidad y segregación. La población mayoritaria (que es la de menores recursos) ha resuelto sus necesidades de vivienda, básicamente a través de dos maneras:

1. *La autoproducción o urbanización popular* (informal)
2. *La vivienda de interés social* (formal)

1. *La urbanización popular (autoproducción, autogestión o autoconstrucción)*, es la solución habitacional más socorrida en nuestro país⁶ y se caracteriza por implicar un proceso largo pero constante de consolidación: "...utiliza materiales y procedimientos constructivos elementales, sin asistencia técnica ni apoyo financiero, sin permisos oficiales de usos del suelo ni bajo el cumplimiento de los reglamentos de construcción, y sin tener acceso de conexión a redes de infraestructura, que por estar alejados de la mancha urbana consolidada aún es inexistente" (Bazant, 2003: 13). De ahí su carácter informal.

Estas viviendas son diseñadas por los propios usuarios quienes las van adaptando a los ritmos que marca la dinámica económica y demográfica de su familia. Se trata de viviendas, en su inicio, con muchas carencias, ya que no sólo están construidas con materiales precarios, sino que son deficitarias en cuanto a servicios y equipamiento. Las familias edifican en un principio un pequeño cuarto en un lote y progresivamente van consolidando y ampliando la vivienda. Jan Bazant define a esta vivienda como *proceso*, como un hábitat familiar dinámico, muy individual o "personalizado" y siempre respondiendo a las condiciones particulares de cada familia de bajos ingresos (Bazant, 2003: 29).⁷

En esta larga evolución que acompaña la consolidación de la vivienda, los usuarios generalmente van utilizando materiales de mejor calidad, e incorporan nuevos espacios que ellos mismos diseñan y que en consecuencia dan como resultado construcciones con fuertes deficiencias de iluminación, orientación, ventilación y seguridad estructural (Imagen 3).

⁶ De acuerdo con estimaciones del Sistema de Información Geográfica del OCIM, las colonias populares absorben el mayor volumen de población y el mayor uso del suelo habitacional en la Zona Metropolitana de la Ciudad de México. En 1990, el 51.5% de la población metropolitana (casi 8 millones de personas), habitaba en colonias populares, para el 2000, aumenta a 9.2 millones, manteniéndose constante su peso en el total metropolitano. Sistema de Información Geográfica para la Planeación y la Investigación Urbana OCIM-SIG. Banco de datos. Maestría en Planeación y Políticas Metropolitanas. Universidad Autónoma Metropolitana, Azcapotzalco.

⁷ De acuerdo con estimaciones del Sistema de Información Geográfica del OCIM, las colonias populares absorben el mayor volumen de población y el mayor uso del suelo habitacional en la Zona Metropolitana de la Ciudad de México. En 1990, el 51.5% de la población metropolitana (casi 8 millones de personas), habitaba en colonias populares, para el 2000, aumenta a 9.2 millones, manteniéndose constante su peso en el total metropolitano. Sistema de Información Geográfica para la Planeación y la Investigación Urbana OCIM-SIG. Banco de datos. Maestría en Planeación y Políticas Metropolitanas. Universidad Autónoma Metropolitana, Azcapotzalco.



Imagen 3. Col. San Fernando, Huixquilucan

A pesar de ser prácticamente la única solución habitacional para la gran mayoría de la población mexicana de escasos recursos, este tipo de vivienda es muy cara porque la gente adquiere los materiales al menudeo y porque hay un gran desperdicio de éstos.⁸

2. En el otro extremo está la *vivienda pública*, que en México tiene una larga historia. Una diferencia fundamental con la autoproducción habitacional es que no es progresiva (salvo algunos programas puntuales); en su mayoría se trata de viviendas terminadas y con servicios completos. Es decir, equipos de arquitectos intervienen en su diseño, los que bajo una serie de normas y reglamentos, buscan garantizar la habitabilidad de la población.

El primer gran conjunto habitacional de gran escala construido en la Ciudad de México fue el Centro Urbano Presidente Alemán (CUPA), considerado la *supermanzana*⁹ residencial precursora en América Latina, fue inaugurado el 2 de septiembre de 1949 en la colonia del Valle. Inspirado en las ideas del arquitecto suizo francés Le Corbusier,¹⁰ padre del movimiento moderno en arquitectura, Mario Pani inicia la construcción del multifamiliar en 1947. En el proyecto,¹¹ Pani adopta un sistema urbanístico-arquitectónico de edificios altos, distribuidos de manera de dejar una superficie considerable de terreno libre para utilizarse en jardines, un centro escolar, locales para comercios, lavandería, guardería infantil, dispensario médico, todo ello bajo el concepto de *una ciudad dentro de la ciudad*.

⁸ "...no obstante sus limitaciones, [estas viviendas] han estado, están y probablemente estarán presentes en décadas por venir, como espacio habitable en el proceso de evolución social y económica familiar de un vasto sector de nuestra población" (Bazant, 2003: 15).

⁹ A partir de este momento se originó el concepto de *supermanzana*: terreno de grandes dimensiones donde el peatón está protegido del automóvil.

¹⁰ Su nombre completo fue Charles Edouard Jeanneret-Gris (1887-1965).

¹¹ En un principio la unidad iba a albergar sólo 200 viviendas, sin embargo Pani logró convencer a la Dirección de Pensiones Civiles y de Retiro (actualmente ISSSTE) construir en el 25% del terreno, edificios de 13 pisos dando un total de 1080 departamentos y dejar libre el 75% restante para áreas verdes.

El arduo trabajo del arquitecto Mario Pani se tradujo en la construcción de varios multifamiliares,¹² dos más de grandes dimensiones que se fueron convirtiendo en testigos imponentes de la modernidad: el Centro Urbano Presidente Juárez (1950-1952) desaparecido en 1985 y, una década después la unidad habitacional Nonoalco-Tlatelolco (1962-1964) parcialmente dañado en 1985 y con un total original de 11,916 viviendas.

Los primeros conjuntos de la Ciudad de México se construyeron bajo el concepto de vivienda de alquiler destinada a la población asalariada del sector privado, a las fuerzas armadas o a la burocracia estatal. Para la década de los setenta, con la creación de los fondos solidarios de vivienda (Infonavit, Fovissste, Fovimi)¹³ se da un gran impulso a la construcción de vivienda social; los conjuntos de esta época se caracterizaron por incluir tanto departamentos como vivienda unifamiliar, por su localización periférica, por alcanzar grandes dimensiones y contar con un importante equipamiento así como áreas de uso social. Si bien estos conjuntos continuaron ofreciéndose como habitación de interés social, un cambio fundamental que se dio fue el que la vivienda empezó a ser ofrecida a los beneficiarios en *propiedad*, situación que incidió definitivamente en la modalidad de acceso y uso de la vivienda y de los espacios colectivos vinculados a ésta.¹⁴



Imagen 4. El Rosario, Azcapotzalco

¹² Otros conjuntos urbanos construidos por Mario Pani pero de menores dimensiones fueron: La Unidad Modelo (1950), la Unidad Vecinal 1 del IMSS (1956), la Unidad Vecinal 2 del IMSS (en Tlalnepantla, Edo. de México, 1958), la Unidad John F. Kennedy (1963-1964) y la Unidad Lindavista-Vallejo (1965-1966).

¹³ Infonavit es el Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores; Fovissste es el Fondo para la Vivienda del ISSSTE; Fovimi es el Fondo de la Vivienda para los Militares.

¹⁴ Los principales conjuntos de estos años fueron financiados por el Infonavit y destacan el Conjunto Iztacalco con 5,200 viviendas; El Rosario, construido en varias etapas y alcanzando un total de 15,976 viviendas; y el conjunto Los Culhuacanes con 19,788 viviendas (Villavicencio, *et al.*, 2006).

Dos décadas después, la vivienda pública reduce sus dimensiones, se empieza a ofrecer en propiedad y se continúa atendiendo a población asalariada y burócratas. A partir de la década de los ochenta, se crean fideicomisos y fondos de vivienda para atender la demanda de la población que no podía acceder a las opciones hasta entonces creadas. Las viviendas de esta época se caracterizan por ser pequeñas, de mala calidad y por ofrecerse en propiedad (Villavicencio, *et al.*, 2006) (Imagen 4).

Finalmente a partir de los años noventa, la política habitacional mexicana da un giro importante, las empresas inmobiliarias privadas se convierten en la punta de lanza de esta nueva etapa y el Estado crea las condiciones para facilitar su funcionamiento. Las viviendas producidas por estos consorcios inmobiliarios, a diferencia de las de décadas anteriores, se caracterizan porque si bien conforman grandes conjuntos habitacionales, la gran mayoría no son departamentos, sino viviendas unifamiliares o condominales (dúplex, triples o cuádruples). Estos grandes conjuntos urbanos se localizan en las periferias de las ciudades mexicanas, en donde encuentran mayor disponibilidad de suelo barato, por lo que presentan problemas de localización y accesibilidad. Se trata de viviendas muy pequeñas y los materiales y sistemas constructivos empleados en su fabricación son de cuestionable calidad (Esquivel, 2006) (Imagen 5).



Imagen 5. Conjunto habitacional en Chicoloapan

Es importante señalar que la vivienda pública a lo largo de su historia ha presentado diversas deficiencias, ya sea de espacio, de localización o de calidad de los materiales empleados; y en su diseño, se han utilizado normas y reglamentos que paulatinamente han sacrificado el confort, la privacidad e incluso la seguridad, en la búsqueda de rentabilidad

económica, dejando en último término las necesidades, aspiraciones y cosmovisión de sus futuros habitantes.

Precisamente, las viviendas de interés social se diseñan para una familia promedio (que no existe), desconociendo la gran diversidad de hogares y la dinámica que éstos enfrentan. Se trata de espacios habitacionales rígidos, incapaces de adaptarse a los ritmos tanto económicos como demográficos de sus ocupantes; por ello una vez habitadas, en la medida de lo posible, las viviendas son modificadas. Así, en el caso de los departamentos en edificio, son los de la planta baja los que se extienden sobre los espacios colectivos de los conjuntos. Por su parte, las ampliaciones de las viviendas unifamiliares, generalmente se llevan a cabo sobre los estacionamientos o se edifican uno o dos niveles más, arriesgando la estructura y estabilidad del inmueble.

Las causas por las que las viviendas (ya sean departamentos o casas solas) se modifican, son diversas y van desde el hacerse de más espacio (otra recámara, ampliar la cocina o la sala-comedor), instalar un negocio (comercio o servicio) hasta su transformación para diferenciarse de esa masa anónima en la que viven (cambio de color, modificación de rejas y ventanas, etcétera) (Imagen 6). Así el problema no es sólo espacial, la población se encuentra insatisfecha con sus condiciones de vida, y los problemas de convivencia se agudizan tanto al interior de la vivienda como en el barrio circundante.



Imagen 6. Buenaventura, Ixtapaluca

Justamente, mientras la vivienda autoproducida es diseñada por sus habitantes, dando como resultado construcciones carentes de los mínimos de iluminación, ventilación y adecuación de espacios, la vivienda pública antes de su construcción es diseñada por especialistas

(arquitectos y diseñadores) sin la participación de los usuarios. En ambos casos estamos frente a la producción masiva de viviendas inadecuadas e inseguras, en donde vive la gran mayoría de la población mexicana en condiciones deficientes de habitabilidad.

¿Qué puede hacer el diseñador frente a estos problemas?

Aunque el panorama parece desolador, como arquitectos-diseñadores existen aspectos que se pueden rescatar de estas experiencias, aprender de estos errores para evitar que sigan repitiéndose y con ello garantizar la habitabilidad de las familias mexicanas.

Así, para la actividad previa a la construcción, existe una nueva corriente denominada *diseño participativo*, que propone abordar esta actividad como un diálogo; eso, obviamente implicaría una redefinición del papel del diseño y del diseñador. Esta modalidad implica reconocer y hacer explícitas las diferentes perspectivas de los actores que intervienen en el proceso de toma de decisiones, debatir y construir conjuntamente soluciones de diseño que tomen en cuenta patrones culturales, recursos económicos y posibilidades tecnológicas.

De esta forma se espera que el diseño de los espacios habitacionales integre no sólo lo funcional y lo estético, sino también que les facilite a las personas el desarrollo de su vida cotidiana de manera confortable y segura, que las familias se apropien de su vivienda, se identifiquen con ella y generen sentimientos de arraigo y pertenencia.

El diseño participativo, entonces, tiene como fundamento partir de la perspectiva del futuro usuario, de sus características, de sus costumbres y aspiraciones y en función de esto, proceder a diseñar como actividad previa a la construcción de la vivienda.

Pero... ¿qué hacer con lo ya construido?

Como señalamos antes, en México, a diferencia de los países desarrollados, no es viable la opción de demoler edificios y en general toda vivienda inadecuada, antes bien, sostenemos que es en los espacios ya habitados, que el diseñador debe aprender a “leer” e interpretar lo que ahí acontece. Para el caso de la *autoproducción habitacional*, se trata de rescatar la manera como se ha llevado a cabo el proceso de autoconstrucción y consolidación de la vivienda, los espacios y servicios que tiene y el material utilizado en su construcción. Cuando se trate de *vivienda de interés social*, debemos partir identificando las modificaciones y transformaciones que las personas, en su vida cotidiana han hecho de esos espacios rígidos que se les han asignado (Imagen 7).



Imagen 7. Buenaventura, Ixtapaluca

Pero éste es sólo el principio, esa “lectura” demanda que como investigadores echemos mano de la perspectiva de Vida Cotidiana en el sentido de rescatar el modo en que las personas otorgan y mantienen significados de las situaciones y prácticas concretas, es decir, requerimos reivindicar el punto de vista del habitante y reconocer su papel como constructor de la realidad.

Concretamente, se precisa emprender la búsqueda del sentido que los propios usuarios le dan a su experiencia habitacional, la opinión de las familias sobre la forma en que llevan a cabo su vida diaria en su vivienda, cómo usan los espacios y se apropian de ellos, cómo organizan su cotidianidad en la vivienda y cuáles son sus aspiraciones en materia habitacional. Este acercamiento se puede lograr rescatando las narrativas de los habitantes a través de entrevistas y observando de manera cuidadosa el modo en que se desarrolla la vida diaria en estos espacios.

Conocer las experiencias vividas a través de la vida cotidiana y diseñar en función de ésta le da al objeto diseñado (vivienda) una mayor capacidad de ser apropiado. Es fundamental aprender de estas experiencias para estar en condiciones de elaborar programas de mejoramiento de vivienda, o bien, diseñar nuevos prototipos de vivienda, más dinámicos, y que rescaten la tradición, las costumbres y aspiraciones de las personas, a la vez que permitan a las familias el desarrollo de su vida cotidiana en condiciones de buena calidad.

Finalmente hay que agregar que debemos partir de un concepto amplio e integral de vivienda, es decir, no se puede seguir concibiendo a la vivienda sólo como cuatro paredes y techo, es menester incluir en su concepción la diversidad de actividades cotidianas que ésta debe permitir realizar a la familia en forma cómoda y segura así como tomar en cuenta tanto el entorno urbano que rodea a la vivienda como su localización. Se trata, justamente, de dotar de viviendas integradas en espacios urbanos que permitan a la población construir identidades y generar sentimientos de arraigo y pertenencia con su territorio y sobre todo, vivir formando parte de la ciudad.

Bibliografía

- Alexander Christopher, Sara Ishikawa, Murria Silversterin *et al.* (1977), *Un lenguaje de patrones. Ciudades, edificios y construcciones*, Colección Arquitectura/Perspectivas. Editorial Gustavo Gili, Barcelona.
- , (1979), *El modo intemporal de construir*, Colección Arquitectura/Perspectivas. Editorial Gustavo Gili, Barcelona.
- Ballent, Anahí (1998), “El arte de saber vivir. Modernización del habitar doméstico y cambio urbano, 1940-1970”, en N. García Canclini (coord.), *Cultura y comunicación en la Ciudad de México. Primera parte. Modernidad y multiculturalidad: la ciudad de México a fin de siglo*, UAM-Iztapalapa y Editorial Grijalbo, México.
- Bazant, Jan (2003), *Viviendas progresivas. Construcción de vivienda por familias de bajos ingresos*, Editorial Trillas, México.
- De Certeau, Michel (1999), *La Intervención de lo Cotidiano*, Universidad Iberoamericana.

- DU&P Revista de Diseño Urbano y Paisaje*, Universidad Central de Chile-Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Paisaje, FAUP, Centro de Estudios Arquitectónicos, Urbanísticos y del Paisaje, CEAUP, vol. II, núm. 4.
- Enciso, Erika, “La Plaza de la convivencia comunitaria: ya existía, pero no había sido fundada”, en *Arquitectura y Humanidades*.
- Esquivel, M. (2006), “Conformando un lugar: narrativas desde la periferia metropolitana”. en P. Ramírez Kuri y M. A. Aguilar Díaz (coords.), *Pensar y habitar la ciudad. Afectividad, memoria y significado en el espacio urbano contemporáneo*, Anthropos y UAM-Iztapalapa.
- Habraken, Nicolas, et al. (2000), *El diseño de soportes*, Editorial Gustavo Gili, Barcelona.
- Lamure, Claude (1980), *Adaptación de la vivienda a la vida familiar*, Editores técnicos asociados, Barcelona.
- Lefebvre, Henri (1976), *Espacio y Política*, Península, Barcelona.
- , (1968), *La vida cotidiana en el mundo moderno*, Alianza Editorial, Madrid.
- , (1978), *El Derecho a la Ciudad*, Península, Barcelona.
- Segura Carsi, Héctor, “Diseño y vida cotidiana: una aproximación a la relación entre el espacio y las experiencias vividas”, en *Episteme* núm. 5, año 2, julio-septiembre 2005. <http://www.uvmnet.edu/investigacion/episteme/numero4-05/>
- Ritzer, G. (1996), *Teoría Sociológica Contemporánea*, McGraw-Hill, España.
- Pani, Mario (1952), *Los Multifamiliares de Pensiones*, Editorial Arquitectura, México.
- Pezeu-Massabuau, J. (1988), *La vivienda como espacio social*, Fondo de Cultura Económica, México.
- Schütz, Alfred (1979), *El problema de la realidad social*, Amorrortu, Argentina.
- Schteingart, Martha (1978), *La acción habitacional del Estado en México*, El Colegio de México, México.
- Sistema de Información Geográfica para la Planeación y la Investigación Urbana OCIM-SIG. Banco de datos, Maestría en Planeación y Políticas Metropolitanas, Universidad Autónoma Metropolitana, Azcapotzalco.
- Villavicencio, Judith (coord.) (2006), *Conjuntos y unidades habitacionales en la Ciudad de México: En busca de espacios sociales y de integración barrial*. Red Nacional de Investigación Urbana, Universidad Autónoma Metropolitana-Azcapotzalco, México.

Páginas web

- <http://www.barrriotaller.org.co/debates/disenio%20participativo.doc>
- <http://habitat.aq.upm.es/boletin/n7/abpen.html>
- <http://www.uvmnet.edu/investigacion/episteme/numero4-05/>



MODO DE VIDA URBANO
CONTRA MODO DE VIDA RURAL
Y EL USO DE LOS ESPACIOS ABIERTOS

• • •

ANÁLISIS, PROPUESTA Y TRANSFORMACIÓN
DE UNA VIVIENDA IRREGULAR EN ECATEPEC

• • •

LA VIDA COTIDIANA
EN LA ESPAÑA MUSULMANA

• • •

• • •

Modo de vida urbano contra modo de vida rural y el uso de los espacios abiertos

MARÍA EUGENIA GONZÁLEZ HERNÁNDEZ

Mucho se ha dicho de las relaciones sociales inherentes de la sociedad rural como lo son las relaciones cara a cara, la importancia de los lazos consanguíneos, de la organización de las fiestas patronales y de la estrecha relación con la tierra; esta última característica ha menguado en cuanto a importancia ante la creciente terciarización de las actividades económicas. Estas prácticas que aún se mantienen en los pueblos que forman parte de la ZMVM (Zona Metropolitana del Valle de México), nos permiten observar que su función es reforzar la identidad de sus pobladores.

Para hablar de las diferencias presentadas en estos espacios, el ámbito rural y el urbano, es necesario aclarar los conceptos de ciudad y campo. Retomando el concepto de ciudad de Louis Wirth, uno de los teóricos representativos de la escuela norteamericana, pioneros en los estudios de la sociología urbana, entenderemos a la ciudad como un fenómeno con características propias y excluyentes. Para este autor la ciudad se caracteriza por ser un asentamiento relativamente grande, denso y permanente de individuos socialmente heterogéneos. El número de población, densidad y la heterogeneidad de los habitantes son elementos decisivos para explicar el modo de vida urbano. Estos elementos generan una creciente individualización y autosuficiencia de los pobladores, así como una segregación espacial. Dichos cambios llevan al debilitamiento de antiguas bases de la cohesión social como las relaciones de carácter afectivo, propias de la pequeña comunidad (Wirth, 1988).

El concepto de “modo de vida urbano” es una herramienta útil para hacer la diferencia entre los ámbitos ciudad-campo; aunque actualmente es de corto alcance para explicar los fenómenos sociales, nos sirve para vislumbrar la mezcla de factores que se encuentran en determinado espacio. “Los avances tecnológicos de transporte y comunicaciones que virtualmente han marcado una nueva época de la historia humana, han acentuado el papel de las ciudades como elementos dominantes de nuestra civilización y han extendido enormemente el modo de vida urbano más allá de los confines de la ciudad misma” (Wirth, 1988: 164). El impacto de las innovaciones tecnológicas tienen gran alcance, pues el transporte, los medios de información, las actividades financieras, económicas, industriales; las instalaciones recreativas, educativas, culturales y de salud; los centros de investigación y las instituciones religiosas tienen un alcance más allá de los límites de la ciudad. De tal manera,

estos servicios tienen gran poder de atracción y difusión para quienes viven en localidades que no cuentan con ellos.

Es así como todos estos elementos y su conjunción con las prácticas sociales van permitiendo que se vayan borrando las fronteras entre estos dos ámbitos: campo-ciudad. El modo de vida urbano trae consigo una serie de pautas para desenvolverse en la ciudad, se genera una “personalidad urbana”, es decir, el hombre de la ciudad expresa y desarrolla su personalidad, adquiere una posición y puede practicar la gama de actividades que constituyen su carrera, pero muchas veces el marco organizativo de estas funciones diferenciadas no asegura la consistencia e integridad de las personalidades, ya que diversos intereses están involucrados; este juego de qué se es y lo que se quiere ser puede provocar diversas conductas de anomia, desorganización personal, perturbación mental, suicidios, delincuencia, crimen, corrupción, más recurrentes en la sociedad urbana que en la rural. Es en este espacio en el que se generan nexos de parentesco ficticios y unidades de intereses. Es en la ciudad en donde se presenta una serie de relaciones tenues y segmentadas, sobrepuestas a una base territorial, sin una periferia definida y una división del trabajo que trascienda, en donde mientras mayor sea el número de habitantes menor será el nivel de comunicación y este se dará en un nivel elemental (Wirth, 1988).

Para hablar del concepto de sociedad rural recurriremos a la antropología para rescatar el concepto de sociedad folk realizado por Redfield. “La sociedad folk es una sociedad pequeña, aislada, que ocupa un pequeño territorio; sus miembros viven íntimamente asociados entre sí, comparten características somáticas homogéneas y transmiten sus conocimientos acumulados a través de la tradición oral; no hay división del trabajo entre los hombres del mismo sexo, la única diferenciación se da entre lo que hacen y saben los hombres y lo que saben y hacen las mujeres; tiene una economía autosuficiente y una cultura que constituye un sistema coherente e integrado de formas establecidas para resolver los problemas de la vida cotidiana” (Redfield, 1988, 17).

Este autor habla también de una sociedad folk como esa sociedad rural que está en tránsito hacia una sociedad más compleja, la sociedad urbana. Esta sociedad predominantemente rural se caracteriza por ser antigua, homogénea, aislada y no letrada en su totalidad. De esta manera, la sociedad rural es aquella en que predomina la existencia de relaciones sociales arraigadas por la costumbre y, por lo tanto, permeada por un sistema de ideas y conceptos comunes. Para Redfield, la sociedad folk es una comunidad que está en constante cambio; este cambio se dirige por el ámbito cultural, pues se refiere al contenido e integración de los intereses y los ideales. El autor distingue dos modelos hipotéticos de urbanización: primaria (transformación ortogénica) y secundaria (transformación heterogénica), basados en la inexistencia o existencia de perturbaciones culturales externas que alteren las prácticas culturales originarias de la sociedad folk (Redfield, 1988). En este sentido podemos mencionar que los pueblos de la periferia se encuentran en un proceso, en términos de Redfield, de urbanización secundaria, dado los diversos factores y actores externos con los que tienen contacto los pobladores locales y que, de alguna manera, afectan para bien y/o para mal en cuanto a la satisfacción de necesidades se refiere. Necesidades que tienen que ver con el aprovechamiento de ciertos servicios con los que no se cuenta.

Son diversos los factores que han permitido la expansión de la ciudad sobre el campo. Estos ámbitos que hasta hace poco se explicaban por separado y que se podían diferenciar claramente en la realidad social, hoy nos resulta difícil entenderlos por la diversidad de factores implicados en dicho proceso. Tales factores pueden ser de índole política, económica, sociodemográfica y cultural. Las nuevas relaciones que se generan por los cambios de esta expansión de la ciudad al campo pueden poner, a este último, en una situación de subordinación o como una oportunidad para la transformación hacia una sociedad más compleja.

Estas definiciones son meras herramientas que explican las características distintivas de cada ámbito. Hay que tener en claro que existe cierta polémica en cuanto a los indicadores tomados en cuenta para denominar a lo que es rural o lo que es urbano: densidad de población, usos del suelo, características sociales, características físicas, sector de ocupación de la PEA, equipamientos, introducción de avances tecnológicos en los procesos productivos y en la vida diaria, entre otros. A pesar de ello hacemos uso de estas categorías a manera de tipos ideales, para que a partir de ellos tratemos de explicar los fenómenos presentes en la realidad, un tanto más compleja.

Asimismo, esta subdivisión del espacio mantiene vigente su relación con el grado de desarrollo de la sociedad, estableciendo diferencias entre el espacio rural y urbano de los países industriales, donde el límite cada día es más difuso; mientras que ocurre lo contrario en sociedades con escaso avance tecnológico (ver imagen 1, en el anexo fotográfico, al final del artículo).

Desde fechas recientes se habla de “espacios abiertos”, por contraste con los extensos espacios urbanos. En los espacios abiertos se cuenta la producción agraria, ganadera, forestal; los ambientes de montaña, la biodiversidad de los ecosistemas y los espacios protegidos.

A pesar de la creciente inserción de los pueblos o comunidades agrarias al proceso de urbanización, la gente de éstos lugares mantiene un modo de vida que se resiste al cambio, representados en diversas actividades y concepciones como son: la administración del tiempo, la organización de las fiestas patronales, las relaciones cara a cara, la relación directa con la naturaleza, entre otros. Esto nos permite observar que los cambios que se han presentado en cuanto a usos de suelo y servicios urbanos no se superponen al ámbito cultural de sus habitantes, puesto que este ámbito va más allá de los cambios físicos y estructurales que puedan tener lugar.

La presencia de los pueblos y comunidades agrarias representa para la ZMVM un legado histórico-cultural que permite, de alguna manera, un contacto con la gente y un uso de los espacios abiertos muy peculiar, pues tenemos que estos lugares cuentan con amplios espacios abiertos, áreas verdes en un espacio diferenciado de los otros tipos de poblamiento de carácter urbano, y por lo tanto, estos lugares van a ser un centro de atracción para los habitantes de la ciudad.

Este tipo de vivencia se percibe porque la gente, las costumbres y las características de dichos lugares nos dan la sensación de que no pasa el tiempo, y realmente se disfruta de un lugar con tales características para quienes viven la contaminación y el tráfico de la ciudad.

Para los habitantes de la ciudad romper con lo cotidiano es salir de la casa, el barrio, es hacer un espacio entre las actividades cotidianas, y que representa una oportunidad para reelajarlos. Considerando que la vivienda es el espacio resguardado, adecuado como morada para el ser humano, tanto si se trata de una humilde choza o de una mansión sofisticada, y al margen de su interés arquitectónico, esta siempre ofrece un refugio seguro y es el centro de la vida cotidiana.

Lo anterior permite que los espacios abiertos representen una oportunidad para la convivencia familiar; estamos hablando de lugares como los que cuentan con grandes áreas verdes: la Marquesa y el parque de los Dinamos; los que tienen riqueza histórica: las zonas arqueológicas y los cascos de los pueblos; y los que cuentan con riqueza cultural: observables en la realización de las fiestas patronales y las diversas actividades, en torno a la iglesia del pueblo, los domingos y los días de fiesta (ver imagen 2, en el anexo fotográfico).

Tomando en cuenta que la vida cotidiana, según Schütz, es ese mundo donde las personas actúan con la "actitud normal"; es decir, donde dan por sentado que este mundo existe y no dudan de su realidad, hasta que surgen situaciones problemáticas, podemos decir que esa cotidianidad se rompe cuando modificamos algunas pautas de comportamiento que tienen que ver con la toma de decisiones ante situaciones problemáticas, o al querer realizar una actividad fuera de lo común.

Para el caso de los pueblos que forman parte de la ZMVM, son las celebraciones religiosas asociadas a la religiosidad popular en donde se conjugan las distintas maneras de cómo la población se apropia del territorio, significándolo culturalmente por medio de la organización y realización de la fiesta patronal, las procesiones, las diversas peregrinaciones, la feria, los bailes, etc. La población rompe con el ámbito de la vida cotidiana debido a que las prácticas de sus habitantes trascienden del espacio privado al espacio público (Lara, 2003). Lo anterior lo podemos constatar tan sólo con visitar una iglesia en un día domingo, y observar cómo es utilizado el espacio público en torno a la iglesia y cómo este representa para los feligreses el centro material e imaginario en la construcción de identidades. Hoy podemos identificar un centro simbólico, dentro de los pueblos, que gira en torno a la ubicación a la iglesia, ya que, en el mejor de los casos, podemos encontrar un parque, con su kiosco y sus bancas, en donde los adultos se sientan a platicar cuando termina la misa, mientras los niños juegan.

Debido a la cercanía de diversos desarrollos habitacionales que no cuentan con espacios abiertos que cubran las necesidades de recreación y esparcimiento de las familias, podemos observar que de alguna manera los habitantes de los pueblos se pueden beneficiar en algún momento si se mantiene el contraste de un espacio con tintes rurales, ante un espacio netamente urbano. Esto gracias a que, en algunos casos, estos lugares cuentan con amplios espacios verdes, con lugares acondicionados para comer con mesas y bancos de madera, techos de materiales ligeros y situados entre árboles y flores que embellecen el panorama y lo presentan más rústico y atractivo para las personas que viven en lugares totalmente separados de este modo de vida. Podemos encontrar también los puestos de artesanías, de

productos agrícolas de la región, de los puestos de barbacoa, etc. (ver imagen 3, anexo fotográfico).

Por otra parte, esto representa una forma de reactivar la economía y de evitar la erosión del suelo, en la medida en que se buscan nuevas formas de aprovechar estos espacios y una serie de servicios que tienen que ver con el ecoturismo, y brindar los recursos necesarios para la práctica segura de una serie de actividades que tienen que ver con los deportes de alto riesgo o, simplemente, de recreación al aire libre (ver imagen 4, anexo fotográfico).

A pesar de que los habitantes de estos lugares tienen como referente el modo de vida urbano, estos conservan ciertas actividades, costumbres y espacios que permiten que se mantenga un modo de vida en el que predominan las características de una sociedad tradicional.

El crecimiento de la ciudad y la inserción de los pueblos en ella genera ciertos cambios en los habitantes locales de los pueblos; estos cambios entre la población son generacionales y se dan en: el nivel de escolaridad, la estructura familiar, el acceso a los medios de comunicación, y el sentido de pertenencia a una sociedad. Tales características forman parte de lo que Lourdes Pacheco llama rurbalidad (Pacheco, 2002). Se trata de una apropiación particular de los satisfactores que brinda la ciudad, pero a partir de una carga simbólica en la que se privilegia la relación con la naturaleza. En la medida en que se pueda acudir a estos lugares en donde se puede realizar un agradable día de campo y encender el carbón para asar carnes y verduras, o también acudir a los pequeños establecimientos típicos para saborear deliciosas quesadillas y exquisitos guisados preparados con productos de la región.

Además ofrece otras múltiples alternativas de recreación como la pesca de truchas en las granjas piscícolas, la caminata, el montar a caballo y recorrer las estrechas veredas que se internan entre bosques de pino, oyamel y abeto, así como la renta de cuatrimotos y la práctica de Gotcha.

También se puede disfrutar de la vista que ofrece el volcán Iztaccihuatl, y además de disfrutar enormemente de los paisajes que este coloso eterno ofrece a quienes se atreven a subir a la cima, podemos apreciar la flora y fauna del lugar. La flora se forma de pinos, oyamales, zacatonos y flores silvestres; y entre su fauna hay conejos, ardillas, tusos, coyotes, jabalíes, leopardos, lobos y puercos espín.

Esta reflexión permite que se observe otra forma de entender la relación urbano-rural que se gesta a partir de nuevas relaciones en la que intervienen los intereses económicos, políticos y sociales, dentro de un marco donde se borran las líneas divisorias por medio de la combinación de viejas y nuevas estrategias que involucran relaciones socioeconómicas y culturales de los habitantes del campo y la ciudad.

Anexo fotográfico

IMAGEN 1'

Contraste físico entre campo y ciudad



Imagen de la Ciudad de México



El valle de Oaxaca

IMAGEN 2

Espacios con riqueza histórica



Pirámide de Tenayuca



Kiosco del pueblo de Tepoztlán

¹ Imágenes tomadas de Enciclopedia® Microsoft® Encarta 2001. © 1993-2000 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.

IMAGEN 3

Espacios con riqueza cultural



Procesión



Celebración del día de muertos



Vendedoras de objetos elaborados artesanalmente en los que se incorporan técnicas, diseños y colores muy especiales

IMAGEN 4²

Áreas verdes para recreación



Vista del Iztaccihuatl



Parque Insurgente Miguel Hidalgo y Costilla
“La Marquesa”



Desierto de los Leones



Los Dinamos

² Imágenes tomadas de Internet.

Bibliografía

- Redfield, R. y S. Milton, "The Role of Cities", en *Economic Development and Culture Change*, VIII, núm.1 octubre, en M. Bassols, R. Donoso, A. Massolo y A. Méndez (1988), *Antología de Sociología Urbana*, México, FCPyS/UNAM.
- Wirth, Louis, "El urbanismo como modo de vida", en *The American Journal of Sociology*, vol. 41, julio, en M. Bassols, R. Donoso, A. Massolo y A. Méndez (1988), *Antología de Sociología Urbana*, México, FCPyS/UNAM.
- Lara Cebada, María Cecilia (2003), "Identidad cultural en una zona conurbada de Mérida", en *Ciudades*, núm. 57, enero-marzo, RNIU, Puebla, México, pp. 28-32.
- Pacheco Ladrón de Guevara, Lourdes (2002), "La ruralidad", en *Ciudades*, núm. 54, abril-junio, RNIU, Puebla, México, pp. 55-58.

Otras fuentes

México (estado). Enciclopedia® Microsoft® Encarta 2001. © 1993-2000 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.

www.terra.com.mx/Turismo/articulo/104577

www.mcontreras.df.gob.mx/turismo/ecologia/dinamos.html

dleones@conanp.gob.mx jatvmic3@hotmail.com

<http://www.conanp.gob.mx/mapa.php>

www.edomex.gob.mx/portalgem/tepotzotlan/html/

• • • Análisis, propuesta y transformación de una vivienda irregular en Ecatepec

ORLANDO ISAAC IPIÑA GARCÍA

Introducción

Una de las tantas respuestas que ha tenido la población al problema de acceso a la vivienda, es la apropiación ilegal de terrenos y la autoproducción¹ de su vivienda. Estos hogares en su mayoría se ubican en la periferia de la ciudad, en zonas con problemas de falta de equipamiento, servicios y vialidades de acceso; así como problemas, en el interior de la vivienda, de distribución espacial, diseño estructural y una deficiente ventilación e iluminación.

Las familias que han logrado conseguir los terrenos, ya sea de manera legal o ilegal, invierten con sacrificio parte de su salario en una constante construcción de cuartos que van cubriendo sus necesidades. Al paso del tiempo, existen viviendas con espacios poco confortables que cubrieron las necesidades en un momento en específico, pero hoy forman un posible hacinamiento.

La propuesta del proyecto Ollinchantli es ofrecer una vivienda que se programe en varias etapas, donde en cada etapa se logre dar la calidad de vida que requieran sus habitantes. El proyecto se fundamenta en un análisis socioeconómico de la familia y la aportación del diseño arquitectónico que solucione las necesidades espaciales y de confort, estableciendo como presupuesto los recursos con los que cuenta la familia y contemplando como producto un proyecto integral dividido en varios periodos financieros que estipule el cliente.

Este proyecto se ha puesto en práctica teniendo como caso de estudio del presente trabajo la vivienda de la familia Osorio González. Esta familia permitió aplicar esta propuesta donde se obtuvieron algunos resultados esperados, los cuales permiten sustentar los objetivos principales del proyecto y dan pie a un nuevo análisis logístico y metodológico que permita mejorar el proceso en las propuestas y construcciones del proyecto Ollinchantli.

Las entrevistas realizadas al comenzar el caso de estudio señalan que la familia Osorio González llegó a la colonia Vivienda Venta de Carpio en Ecatepec de Morelos en el año de 1989. Ellos comentan que lograron comprarle el terreno a uno de los “paracaidistas”² que

¹ Proceso donde una persona o familia invierten recursos para la construcción de su vivienda contratando maestros y albañiles, los cuales se encargan del diseño y la construcción.

² Se le conoce coloquialmente como “paracaidista” a la persona que se apropia de un terreno de manera ilegal, donde ellos ubican un terreno vacío y se lo adueñan llegando de manera sorpresiva y construyendo viviendas temporales donde vivirán mientras se arregla el conflicto legal y pelean los servicios.

estableció la colonia. La persona en cuestión realizó el trato ofreciendo como único documento de comprobante de propiedad algunas letras de compra-venta y prometiendo que en un futuro presionarían al gobierno municipal para regularizar los títulos de propiedad.

La familia que llegó a vivir a esta colonia se encuentra constituida por doña Camila González, madre y pieza angular de la casa, vendedora de flores que posteriormente se dedica al apoyo en la limpieza de algunas casas; el Chivo, apodo con el que se conoce a su hijo mayor, Hugo González, recién egresado del politécnico, trabaja en la Central de Abastos como cobrador en las casetas; por último se encuentra Rodrigo, el hijo menor de la señora Camila, quien trabaja en La Costeña como cargador.

Ellos han vivido más de 15 años en una construcción provisional con muros sin traveses y castillos; y con techo de láminas de asbesto y cartón. La vivienda se encuentra dividida en dos habitaciones, la más pequeña es el cuarto de! Chivo y el segundo cuarto tiene función de cocina, comedor y recámara de doña Camila y Rodrigo. De manera independiente y en el fondo del terreno se localiza el baño, el cual tiene techo de cartón y una cortina como puerta.

En el 2005 deciden mejorar su vivienda, pues sus condiciones son favorables ya que tienen ahorrado un pequeño capital; los dos hijos tienen un trabajo estable y también cuentan con el dinero extra de la señora Camila cuando realiza trabajos de limpieza. Las necesidades de la familia sobre el proyecto de construcción de su vivienda se soportan en un fondo de \$50,000 pesos y parte de sus salarios (en promedio logran juntar \$1,000 a la semana para pago del albañil y material); se propone aprovechar el material producto de la demolición. Esta actividad se realizó con la ayuda de los hijos, que para disminuir los gastos de mano de obra demolieron su vivienda.

Después de varias entrevistas con la familia, deciden que el representante será “el Chivo.” Se llega a una primera propuesta la cual debe pasar la autorización de su madre; al explicar las propuestas con los planos la señora no logra visualizar el acomodo de su vivienda y se deben buscar alternativas didácticas para explicar la idea general (maquetas provisionales y perspectivas), la señora aporta varias ideas al diseño con base en sus necesidades y requerimientos.

Se logra llegar a un acuerdo y se modifica la primera propuesta, se entrega un proyecto dividido en tres etapas. Primera etapa, planta baja (donde se realizará una habitación provisional y un baño completo que se modificará al colocar las escaleras), la segunda etapa abarca el segundo piso y la última etapa busca mejorar los espacios exteriores, acabados y fachadas. La propuesta es crear un proyecto base, el cual será replanteado al modificarse las condiciones actuales de la familia y redefinir los espacios a sus nuevas necesidades.

Los resultados de esta investigación, señalan que es necesario redefinir la exposición del proyecto, fundamentada en las características del tipo de cliente. Buscar nuevas presentaciones didácticas y explicativas, del referente “espacio y dimensiones”. Proponer espacios habitables y flexibles y no propuestas totales que generen viviendas parciales al no contar con un capital constante para la construcción. Por último, es indispensable incorporar las necesidades y costumbres del usuario en el diseño arquitectónico de la vivienda, ya que la estética del inmueble obedece al capital cultural del individuo que lo habita y lo crea.

“Ollinchantli”³

Lograr el diseño de la vivienda estética y funcional es la meta del arquitecto que se dedica a construir casa-habitación. Esta búsqueda se fundamenta en varios casos en las corrientes arquitectónicas que guían al proyecto del diseñador; el arquitecto intenta plasmar los elementos constructivos que definen un estilo “propio y vanguardista”. Se ha relegado al cliente a una participación parcial donde su función sólo es para aportar algunos datos, como el número de personas, las características de las habitaciones y el “tipo” de arquitectura que desean ver en su casa.

Este tipo de arquitectura de catálogo obedece solamente a necesidades parciales, donde se antepone el alter ego del arquitecto frente a un análisis sociocultural más profundo donde se busque dar una mejor calidad de vida a sus habitantes. El crear una vivienda en México, es crear el patrimonio de una familia, en donde la mayoría va a vivir ahí por el resto de su vida.

Dentro de nuestras costumbres el arraigo a la tierra es una que compartimos la mayor parte de los mexicanos. Las nuevas familias buscan donde echar raíces, ya sea comprando una casa o departamento por crédito, apropiándose de un terreno y, en el peor de los casos adaptándose en una de las viviendas de los padres. Estas opciones han generado que la familia llegue a una vivienda, donde el espacio se estará transformando constantemente debido a las nuevas condiciones que viven sus habitantes.

Es necesario como arquitecto dejar de ver la vivienda como una “casa-museo”, de espacios diseñados para un objetivo en específico y que es una construcción estática que no permite el cambio. La vivienda es un espacio “vivo y en constante transformación” donde las condiciones y las necesidades de los habitantes se modifican con el paso del tiempo, teniendo que reutilizar espacios existentes dándoles otra función y otro significado.

El proyecto Ollinchantli se fundamenta en tres pasos. El primer paso es analizar las condiciones sociales, económicas y culturales de la familia, esto con el fin de interpretar los signos y significantes espaciales que les refieran confort y habitabilidad a los usuarios; dentro de estos se encuentran las referencias culturales del lugar de donde provienen, valores sociales de estatus económico y la construcción mental de la imagen total de su vivienda terminada.

El segundo paso es dar solución a las necesidades de confort y diseño, tomando en cuenta las características del espacio y el factor económico. Estos puntos son muy importantes, ya que las condiciones del terreno (ubicación, pendientes, asolamiento, orientación, etc.) son el espacio donde se va a diseñar el proyecto final, y el presupuesto es la capacidad con la cual cuenta la familia para poder realizar esta construcción. Si no se contemplan los costos, puede quedar en una obra incompleta o en un proyecto de escritorio.

El tercer y último paso es lograr que el diseño arquitectónico se pueda generar en varias etapas, ofreciendo en cada corte cubrir las necesidades de la familia en cuanto confort y diseño. El objetivo principal es lograr un proyecto guía que le permite al cliente crear su

³ El nombre Ollinchantli (vivienda en movimiento) se crea con la conjunción de dos palabras de origen Náhuatl. Ollin que significa “movimiento” y Chantli que significa “casa o lugar donde habitas”.

casa en diferentes cortes temporales, lo cual es conveniente si no cuenta con el capital para construir toda la vivienda; esta factibilidad de transformación permite al usuario la posibilidad de modificar el proyecto final, esto si han cambiado sus intereses o las condiciones en las que vive actualmente, creando una vivienda que cumpla con las necesidades a futuro de los usuarios.

El proyecto es una propuesta ambiciosa, pero factible. El presente artículo refleja los resultados de la primera intervención que se ha realizado con una familia de Ecatepec de Morelos en el Estado de México, la cual permitió la propuesta utilizando el proyecto Ollinchantli y de la cual se obtuvieron múltiples aportaciones metodológicas y de logística.

Primer paso: el acercamiento con la familia y el predio

El acercamiento metodológico que se llevo a cabo fue en primer término conocer a la familia y el predio. Se realizaron varias entrevistas informales a los habitantes para conocer datos personales, su participación y aportación en la familia, sus necesidades de espacio y preguntarles cómo concebían su casa terminada. El siguiente punto fue conocer el predio para establecer las condiciones en cuanto equipamiento, infraestructura, orientación y ventilación con las que cuenta el terreno.

La familia Osorio González

El acercamiento a la familia y a su historia se logró al utilizar varias técnicas cualitativas, dentro de las cuales se encuentran las entrevistas a profundidad y los relatos de vida.⁴ Esta familia está conformada por tres habitantes principales. La señora Camila González que es la madre y sostén de la vivienda,⁵ se ha dedicado varios años a vender flores y algunas veces ayuda a la limpieza de algunas casas de la zona en donde vive; con estos trabajos ha sostenido a su familia y logró adquirir un terreno en una colonia irregular en Ecatepec de Morelos, donde construyó una vivienda temporal con ayuda de un albañil, familiar de la señora.

Hugo Osorio es el hijo mayor de la familia y en el barrio es conocido por el apodo del “Chivo”. Cuando se realizaron las entrevistas, él acababa de concluir una ingeniería en el Politécnico, tenía 24 años y trabajaba de noche como cobrador en una caseta en la Central de Abastos; este empleo le ha permitido estudiar su carrera durante el día y aportar dinero para la manutención de la familia.

⁴ Estas herramientas cualitativas se aprendieron en los “Seminarios de Metodología” impartidos en el Posgrado en Diseño, por el Maestro Jorge Ortiz y Jorge Morales, en el curso “Técnicas para atrapar la vida cotidiana” de la Dra. María Teresa Esquivel Hernández y en el IV Taller de etnografía urbana “Expresiones e impactos de la globalización en el espacio urbano de la Ciudad de México”, que impartió la Dra. Kathrin Wildner, de la Universidad de Hamburgo y la Universidad de Kartsruhe, Alemania.

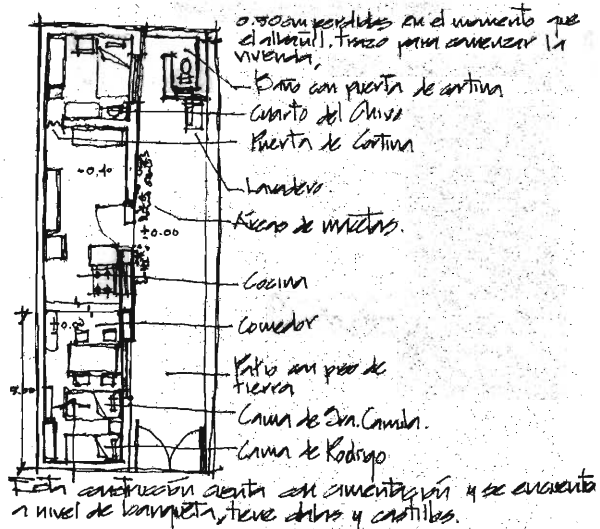
⁵ El padre es el señor Abel Osorio, él trabaja como chofer de microbús, dejó a su familia años atrás y se fue a vivir en la colonia San Juanico; tiene contacto con la señora Camila y sus hijos, pero no aporta dinero para la manutención de ninguno de ellos.

El hijo menor de la Sra. Camila tiene 22 años y se llama Rodrigo Osorio, estudió el primer semestre de preparatoria y se salió para trabajar como estibador en las bodegas de La Costeña. Rodrigo es uno de los principales motivos por los cuales deciden cambiar las condiciones de su vivienda, ya que va a tener un hijo y piensa llevar a vivir a su pareja a la casa de su madre.

Ellos habían vivido hasta el 2005, en una vivienda provisional. La construcción tenía láminas de asbesto en el techo, piso de tierra, muros sin castillos y un baño en la parte exterior de la construcción donde la puerta era un pedazo de sábana (ver plano 1). Debido a las condiciones favorables que vive la familia, pues los tres integrantes cuentan con un trabajo estable e ingresos fijos, deciden mejorar las condiciones de su vivienda, y construyen una serie de cuartos en la planta baja para cubrir sus necesidades.

Un alumno de la UAM que conoce la propuesta Ollinchantli, y es amigo del Chivo, le plática la idea y le propone una reunión para exponer la propuesta. El primer contacto con el cliente es un punto importante para la realización de la oferta; el cliente deposita toda su confianza y dinero en un proyecto en el cual visualiza una vivienda que cubre sus necesidades. El planteamiento de la propuesta llevó varias entrevistas con el Chivo y se llegó a un acuerdo, donde él apoyaba los objetivos del proyecto si Ollinchantli cubría los gastos del diseño y supervisión de la construcción.

Plano 1. Condiciones de la vivienda en el 2005



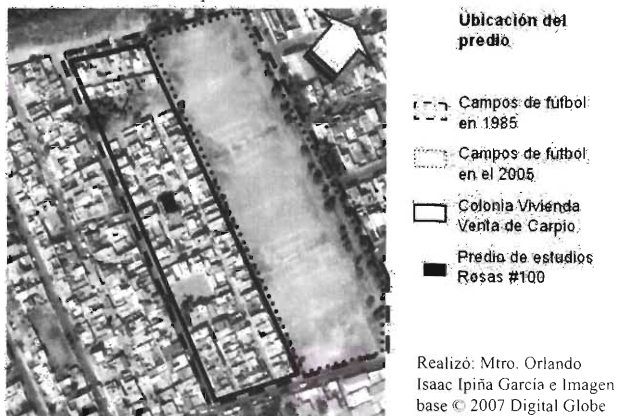
Realizó: Mtro. Orlando Isaac Ipiña García

Antecedentes del predio

El terreno se localiza en la colonia Vivienda Venta de Carpio en el municipio de Ecatepec de Morelos, Estado de México. La colonia se fundó de manera irregular en 1985, cuando un grupo de *paracaidistas* se apropiaron parcialmente de un terreno propiedad de la CFE (Comisión Federal de Electricidad), este terreno tiene una función social que ha permanecido por más de 25 años, donde los habitantes de las colonias aledañas se lo han apropiado como campos de fútbol conocidos como “Los Vikingos”.

Los vecinos de las colonias perimetrales con el apoyo de la asociación de fútbol que administraba estos campos, pidieron al gobierno municipal contener los límites de la apropiación de los paracaidistas. Por lo cual, la colonia se consolidó sólo en la mitad del predio de CFE, respetando el área restante para su uso como campos de fútbol. El grupo que organizó la usurpación del terreno, hizo su propia traza fundamentada en sus necesidades y las jerarquías de los principales líderes, creando callejones, terrenos de diferentes tamaños, calles con dimensiones más pequeñas que las establecidas y sin banquetas (ver plano 2).

Plano 2. Ubicación del predio de estudio



Los colonizadores se organizaron y presionaron al gobierno⁶ para poder obtener los servicios básicos. En los primeros cinco años de su fundación lograron conseguir agua, luz y drenaje; para 1990 obtienen el pavimento, las banquetas y llega el servicio telefónico; por último en 1995 les instalan el alumbrado público. En estas fechas se han logrado consolidar como colonia, pero legalmente son predios irregulares, ya que los dueños no cuentan con

⁶ Las organizaciones no gubernamentales tienen varias formas para presionar al gobierno y lograr sus intereses, como: el cierre de avenidas principales, plantones, marchas y el apoyo proselitista de candidatos durante el periodo de elecciones (acarreados).

escrituras y no pagan el impuesto de predio por ser un espacio irregular. En el caso de la familia González ellos llegan a habitar esta colonia en 1989. Le compran el terreno a uno de los paracaidistas fundadores, y el cual ofreció como único documento de comprobante de propiedad algunas letras de compra-venta y prometiendo que en un futuro presionarían al gobierno municipal para regularizar los títulos de propiedad.

Aportaciones y necesidades de la familia sobre la vivienda

Para la realización del proyecto de la vivienda en Ecatepec de Morelos, la familia Osorio González contaba con la cantidad de \$50,000.00, los cuales serían destinados para comprar los materiales de construcción. Otras aportaciones que se tomaron en cuenta para la construcción de la vivienda, fueron los salarios de los integrantes de la familia, con un monto aproximado de \$9,200.00 mensuales. El capital tenía que dividirse entre los gastos de comida, manutención y pasajes de cada uno de los habitantes, teniendo que “apretar el gasto” para poder destinar la cantidad de \$4,000.00 mensuales de salarios de mano de obra para la construcción de la vivienda.

Al comenzar la construcción de la vivienda se previó el desalojo temporal de la familia, por lo cual fue necesario rentar una vivienda. Se tenía calculado que con el capital invertido para materiales y mano de obra podrían ocupar su vivienda en obra negra, en un tiempo aproximado de 4 meses, los cuales se prolongaron 2 meses más, debido a que la cantidad destinada para la mano de obra disminuyó por el pago de la renta, lo que generó un avance más lento por parte de los trabajadores.

Tomando en cuenta las relaciones sociales y la estructura de ayuda por medio de redes que se da dentro de una colonia, la señora Camila González pudo acceder a una vivienda de dos niveles cerca de su terreno. Esto gracias a los lazos de amistad que tiene con una vecina, la cual aboga con un familiar cercano que tiene una propiedad desocupada; la vecina queda como aval moral de la familia Osorio González y logra conseguirles la casa con una renta mínima de \$1,200.00 al mes.

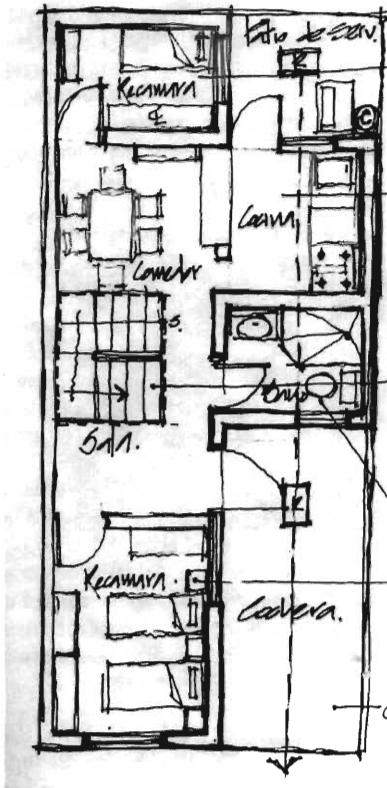
Al contar con el mínimo de recursos es necesario aprovechar parte de la construcción, tratando de recuperar tabiques, láminas, herrería y ventanas de la demolición, de lo cual los hijos de la señora Camila se encargaron. Para ahorrar gastos se propuso reutilizar los tabiques en las plantillas de cimentación, las láminas para la bodega de materiales y la herrería para evitar el acceso al terreno y evitar el posible robo de material.

Para la revisión de las propuestas arquitectónicas la familia Osorio propone a Hugo (el Chivo) como el representante y la persona clave con la que se realizará el diálogo para la distribución de espacio; esta obligación se le da por ser el hijo mayor y la persona con más estudios en la casa. Posteriormente la propuesta pasará a manos de la Sra. Camila para una segunda revisión, según explica Hugo González:

...ya que la casa es para ella y debe ser a su gusto, porque mi hermano y yo algún día nos tendremos que ir a hacer nuestras vidas.

Primera Propuesta

El plano 3 muestra la primera propuesta de distribución arquitectónica, tomando en cuenta los referentes descritos por el representante de la familia. Se buscó ahorrar en instalaciones al dejarlas sobre una sola línea; se reutilizó el único cuarto que tenía cimentación, quedando en esta primera etapa como una recámara doble para los hermanos, y en un futuro si se construye un primer piso se convertirá en la sala de la vivienda. Ya que el espacio destinado para la sala será ocupado por el cubo de las escaleras.



Primera etapa

Recámara individual:

Consta de iluminación y ventilación por el patio de servicio. En el proyecto final podría utilizarse de estudio.

Patio de servicio, cocina y baño sobre la línea de drenaje existente y solo un muro de instalación hidráulica, lo que abate costos.

El **comedor** está ligado con la cocina por medio de una barra, para el contacto entre la señora de la casa y sus invitados.

Escaleras entre sala y comedor para la división de espacios. En esta etapa el cubo de la escalera se utilizará de sala.

Baño completo el cual está ventilado por el espacio de la cochera.

Recámara doble provisional tomando la construcción ya existente, con iluminación y ventilación por la cochera y la calle. En el proyecto final será la sala de la vivienda.

Cochera, prevista para un automóvil.

Realizó: Mtro. Orlando Isaac Ipiña García

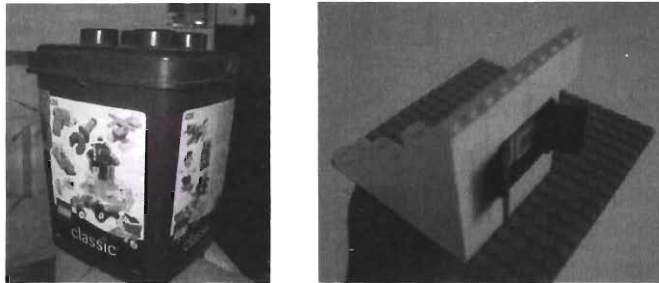
Presentación del Proyecto Arquitectónico

La primera propuesta, como se tenía previsto, se entregó a Hugo González; le gustó la distribución de los espacios en la planta baja y la posibilidad de crecer a futuro sin la restricción de un proyecto establecido. La presentación con la Sra. Camila González fue más difícil, ya que le costaba trabajo percibir su casa solamente observando unos planos; se le explicó la distribución pero no lograba imaginarse su vivienda.

Se realizaron algunas perspectivas, a mano alzada, sobre las escaleras y la cocina de la casa y comenzó el diálogo en cuanto a la distribución de la vivienda, pero las perspectivas al ser imágenes parciales de un todo, no lograban explicar la vivienda como un concepto completo.

Se buscó una tercera propuesta para la exposición del proyecto. Se contempló la posibilidad de realizar una maqueta, pero al ser muy costosa, se propuso un modelo a escala, utilizando las diferentes piezas del juego didáctico “Lego” (ver figura 1 y 2). El Lego resultó ser una propuesta metodológica que permitió explicar la distribución de un espacio arquitectónico, de manera sencilla, rápida y con un bajo costo; fue una herramienta muy útil para explicarles a las personas que no se encuentran habituadas al manejo del espacio y el lenguaje arquitectónico, cómo se conformarían las diferentes habitaciones de la familia.

Figuras 1 y 2. Propuesta metodológica para explicar la distribución arquitectónica



Fotografías del Mtro. Orlando Isaac Ipiña García

Se realizó un modelo a escala de la primera propuesta de distribución arquitectónica de la vivienda con el fin de que la señora Camila la observara. Esto sirvió para esclarecer sus dudas sobre el diseño, y al percibir la propuesta de su vivienda, realizó las siguientes observaciones:

1. La cocina le gustó, porque se encontraba unida al comedor por medio de la barra. Esta propuesta estaba fundamentada en el referente espacial de las viviendas de Oaxaca, lugar de nacimiento de la señora y en donde, explicaba en las entrevistas, la barra servía para que ella sirviera la comida desde la cocina y siguiera conviviendo con sus invitados que se encontraban en el comedor.

2. La señora Camila no quiere el cubo de las escaleras entre la sala y el comedor. El principal punto en contra es que no alcanzaría a ver la televisión desde el comedor, donde acostumbra platicar con sus amistades y preparar la comida.
3. No encuentra suficientes motivos para crear un muro falso que divida el cuarto provisional de la sala. Ella propone simplemente ampliar la sala y colocar las camas, las cuales servirían de sillón durante el día y en la noche sería una gran recámara con televisión.

Dos de las propuestas fueron apoyadas por sus hijos, ya que la casa era de su madre y además es la persona que pasa más tiempo en el lugar. Pero la tercera observación no fue secundada por ellos, pues querían un espacio privado donde existiera una intimidad familiar y no fuera un espacio público durante el día, donde estuvieran al descubierto objetos personales; así que llegaron a un acuerdo donde se comprometían a comprar una nueva televisión para la sala, al acabar de construir la vivienda.

Tomando en cuenta las observaciones antes mencionadas, el siguiente paso fue realizar una segunda propuesta con el fin de cubrir las necesidades espaciales que requería la familia Osorio González.

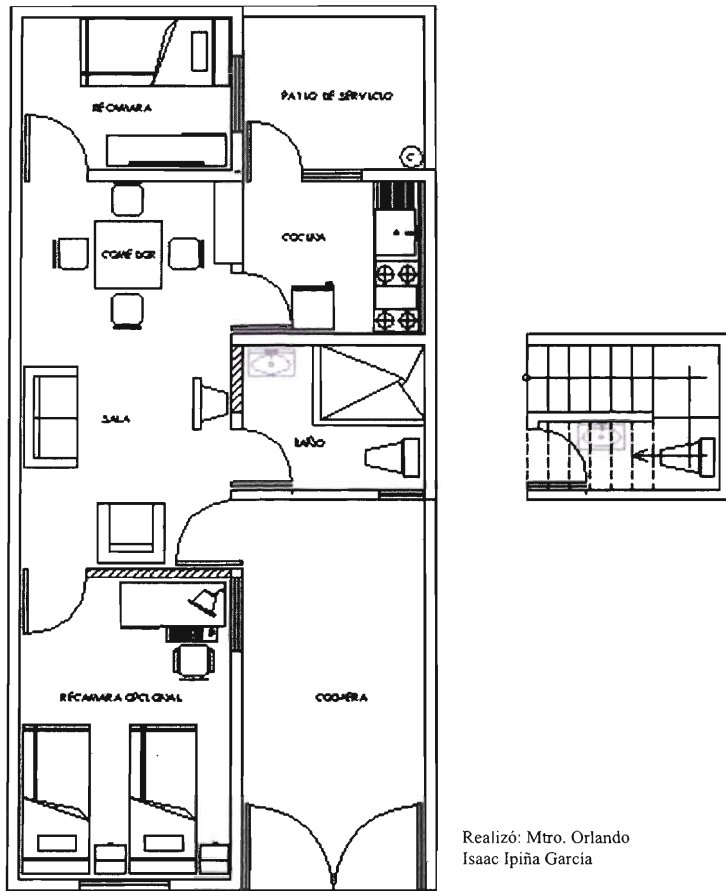
Proyecto final

El proyecto final se logró al modificar la primera propuesta para lograr cubrir las necesidades marcadas por el cliente. Se redujo las dimensiones de la cocina para poder insertar las escaleras a un costado y modificar el baño completo a un medio baño. En una primera etapa no se construyó la escalera, se cerró el espacio para formar un baño completo, a este espacio no se le colocó losa sólida y se propuso un domo o lámina traslúcida, porque en un futuro tendrá como uso ser el cubo de la escalera para el primer piso.

El área de la recámara provisional se divide de la sala-comedor con un muro falso, posteriormente en la etapa final se retirará para ampliar el espacio de la sala-comedor (ver plano 4).

Los límites de la primera etapa fue terminar la cimentación de la vivienda, realizar la construcción de la planta baja con las modificaciones pertinentes para cubrir las necesidades inmediatas de la familia. El presupuesto de la vivienda se planteó para colocar la losa de concreto maciza, las instalaciones hidráulica-sanitaria y eléctrica, y colocar aplanados en muros.

Plano 4. Propuesta final



La familia Osorio González aceptó la última propuesta y se comenzó con la realización del proyecto. La entrega de la primera etapa implicó realizar los planos arquitectónicos, una propuesta estructural y de instalaciones. La idea esencial era que la familia aplicara el proyecto utilizando familiares o conocidos que pudieran realizar los trabajos de construcción para abatir costos en la mano de obra; se propuso realizar algunas visitas para la supervisión de la obra.

Conclusiones del proyecto

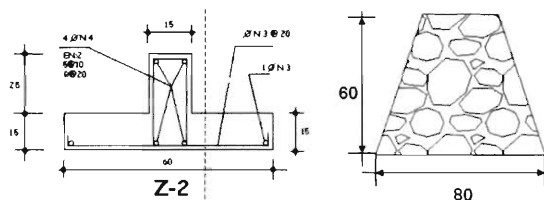
Este caso de estudio sirvió de acercamiento a la postura de la propuesta Ollinchantli, donde el arquitecto examina las necesidades de los usuarios tomando en cuenta los factores económicos, sociales y culturales. Estas necesidades deben definir el tipo de arquitectura y la distribución del espacio, ofreciendo una vivienda digna y habitable que permita estar en constante transformación.

En este primer planteamiento metodológico se encuentran varios puntos de oportunidad que servirán como fundamento para futuras investigaciones y proyectos. Se realizó una nueva forma de interacción entre el arquitecto y el cliente utilizando herramientas de la metodología cualitativa como son las entrevistas fugaces y los relatos de vida. Estas herramientas permitieron mostrar las necesidades de los habitantes para posteriormente diseñar los espacios requeridos. Se tomaron en cuenta su concepción estética y de apropiación, con el fin de ofrecerles una vivienda digna y habitable.

En el proceso metodológico planteado al inicio de las actividades de la investigación, no se previó el seguimiento periódico durante el proceso de construcción. Esta falta de continuidad generó varios problemas económicos y de diseño para la familia Osorio González, ya que se perdió la relación entre el cliente-arquitecto y se creó otra entre el cliente-albañil, donde este último asumió la dirección de la obra, así como la aportación de diferentes procesos constructivos y modificaciones espaciales.

La supervisión periódica de la obra (visitas cada quince días) rompió la liga de comunicación que se había logrado con la señora Camila. El albañil al convivir todos los días con la dueña creó una nueva relación que le permitió realizar nuevas propuestas y apropiarse de la obra. Como parte de las propuestas del albañil fue modificar el tipo de cimentación, ya que él no confiaba en las zapatas de concreto y planteó colocar una cimentación de piedra braza, con dimensiones excesivas para el peso del proyecto (ver figuras 3 y 4). Esta modificación creó un aumento del 40% en el costo de la partida de cimentación, lo que obligó después a la familia a pedir prestado para terminar de construir su vivienda.

Figuras 3 y 4. Izquierda: Propuesta estructural de la cimentación
Derecha: cimentación realizada por el albañil



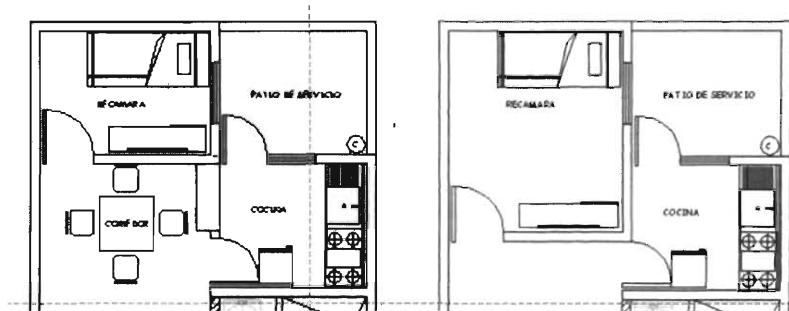
Fuente: Realizó Mtro. Orlando Isaac Ipiña García



2895385

Otra modificación que realizó el albañil fue replantear las dimensiones del cuarto que se localiza en la parte posterior del terreno; este cuarto lo consideraba muy pequeño y convenció a la señora Camila que lo ampliara un metro más. El problema surge cuando el albañil no le explica a la señora que ampliar un espacio significa reducir otro, así que la cocina pierde un metro, lo que llevó a eliminar la barra que unía la cocina con el comedor (ver figuras 5 y 6).

Figuras 5 y 6 Izquierda: Propuesta arquitectónica Ollinchantli
Derecha: Modificaciones realizadas por el albañil



Fuente: Realizó Mtro. Orlando Isaac Ipiña García

Durante este proceso ya no se pudo intervenir en las decisiones de la familia. En un principio por que ya no se contó con el apoyo de la Sra. Camila y después, aunque la familia ya no estuvo de acuerdo con las últimas modificaciones, el albañil amenazó en abandonar la obra si no realizaba su trabajo como él creía pertinente. La familia optó por apoyar al albañil ya que era parte de la colonia, cobraba barato y los esperaba cada quincena para cobrar y no los fines de semana como se acostumbra en obra.

Estos resultados colocan en la mesa de trabajo la búsqueda y replanteamiento de algunos procesos metodológicos que se llevaron a cabo en el primer caso de estudio. Se considera examinar la propuesta inicial de integración con la familia, para en un futuro obtener un mayor acercamiento y peso en las decisiones finales, y por último una mayor supervisión a la hora de llevar a cabo la construcción de la vivienda, lo que permitirá cubrir los presupuestos sugeridos y realizar el proyecto como se estableció en un principio.

Bibliografía

Cappola, Paula (1980), *Análisis y diseño de los espacios que habitamos*, Editorial Concepto, México.

- Esquivel Hernández, María Teresa (2001), *Familia, espacio habitacional y vida cotidiana: los programas públicos de vivienda en la ciudad de México*, Tesis para obtener el grado de Doctor en Diseño, Línea de Estudios Urbanos.
- Geertz, Clifford (1990), *La interpretación de las culturas*, Gedisa, Barcelona
- González, Jorge (1994), "Telenovelas al día. Protocolo de observación etnográfica", en *Más culturas: Ensayo sobre realidades plurales*, México, Conaculta.
- Heller, Agnes (1972), *Historia y vida cotidiana*, Grijalbo, Barcelona.
- Lomnitz, Larissa (1975), *Cómo sobreviven los marginados*, Editorial Siglo XXI, México.
- Mauss, Marcel (1974), *Introducción a la etnografía*, Ediciones Istmo, Madrid.
- Oseas Martínez Teodoro y Mercado M. Elia (1992), *Manual de Investigación urbana*, Trillas, México.
- Schwartz, Howard y Jacobs, Jerry (1984), *Sociología cualitativa*, Trillas, México.
- Wildner, Kathir (1998), "El zócalo de la ciudad de México. Un asentamiento metodológico a la etnografía de una plaza", en *Anuario de Espacios Urbanos. Historia, Cultura, Diseño*, UAM Azcapotzalco, México.
- Wolf, Mauro (1982), *Sociologías de la vida cotidiana*, Ediciones Cátedra, Madrid.
- Yin, Robert (1984), *Case study research. Design and methods*, USA, Sage, Traducción Jorge Ortiz Segura.

• • • La vida cotidiana en la España musulmana

MARÍA DEL PILAR TONDA MAGALLÓN

Introducción

La vida privada de los habitantes de la España musulmana, tanto durante la época del emirato como en la que siguió a la caída del califato hasta la consumación de la reconquista cristiana, no era diferente, salvo en pequeños detalles, de la que llevaban sus contemporáneos del Norte de África y del Oriente mediterráneo. El carácter insular del país, su fisonomía ya europea, la típica multitud heterogénea de su población, apenas consiguieron, a la larga, imprimir en determinados aspectos de la vida privada un sello “regional”, o pudiéramos decir “andaluz”.

Sin embargo, lo que sí se puede afirmar, es que los habitantes de las ciudades de la Península Ibérica jamás dejaron de respetar celosamente las normas que desde sus orígenes supo imponer el Islam a sus adeptos, con el objeto de regular su comportamiento cotidiano dentro del ambiente social y familiar, además de legislar de modo uniforme la mayoría de las respuestas de los ciudadanos frente a cualquier situación, común o imprevista, que rodeaba el desarrollo de su propia vida y la de su familia.

Los andaluces, fueran estos magnates, burgueses o gentes de condición humilde, una vez que se introducían en sus casas, no llevaban un género de vida doméstica distinto del que seguían los ciudadanos de Ifriqiya (Túnez), de Siria o del Irak. Incluso este género de vida, regido estrictamente por la fe religiosa, no fue en absoluto modificado por la vecindad de la España cristiana, sino, por el contrario, influyó sensiblemente en ésta.

En efecto, la sociedad ciudadana de León y Castilla en la alta Edad Media recibió un profundo influjo de su vecina la musulmana, tal vez por haber tomado de la civilización hispano-omeya la noción de los derechos soberanos del jefe de familia y la del secreto de los domicilios herméticamente cerrados, al mismo tiempo que le transmitió la norma de las buenas maneras y le enseñó los refinamientos del adorno, de la indumentaria y del mobiliario.

La conquista musulmana

La España dominada por los visigodos estaba peor gobernada aún que la romana. La debilidad del Estado era tal que bastó un ejército de doce mil hombres, ayudados por la traición, para que los musulmanes dominaran el país a una velocidad asombrosa. A pesar de las circunstancias que favorecieron este éxito tan rápido, como las desavenencias entre los visigodos y la ayuda de los judíos oprimidos por la Iglesia visigoda, no deja de ser un enigma el que España pudiera ser conquistada en menos de tres años. El Islam estuvo dotado de una inaudita fuerza combativa y expansiva.

El gobernador de África había ya extendido el poder islámico hasta las riberas del mar. Solamente se resistía la ciudad de Ceuta, la cual pertenecía todavía al imperio Bizantino, mismo que antes poseía todo el litoral africano. Siendo gobernador de Ceuta el conde don Julián, envió su hija a la corte de Toledo para recibir allí una esmerada educación, a la altura de su linaje. No obstante, la doncella al ser del agrado del rey don Rodrigo, después de seducirla fue forzada por el monarca.¹ Al enterarse de lo acontecido, don Julián en venganza abrió a Muza las puertas de la ciudad, le convenció de intentar la conquista de España y puso a su disposición varios buques.

La batalla definitiva ocurrió el 17 de julio del año 711. Los musulmanes hicieron una gran matanza entre los cristianos. Al parecer don Rodrigo murió, porque no se supo más de él. El país se encontró sin rey cuando más lo necesitaba. Una simple *razzia* se había convertido en una conquista. A excepción de algunas provincias del norte, España fue conquistada sin dificultad.

Los árabes eran muy tolerantes. En materia de religión no violentaban a nadie. Los cristianos contentos con la tolerancia y la equidad de sus conquistadores, preferían su dominación a la de los germanos y durante todo el siglo VIII las rebeliones fueron muy raras. La invasión árabe fue hasta un bien para España, ya que produjo una importante revolución social que hizo desaparecer una gran parte de los males que sufrió el país durante siglos.

La conquista había mejorado la condición de las clases serviles. El islamismo era más favorable a la emancipación de los esclavos que el cristianismo, tal como lo entendían los obispos del reino visigodo. *Mahoma ordenó en nombre del Eterno que se permitiera rescatar a los esclavos*. Emanciparlos era una obra de piedad. Muchas veces el esclavo, después de algunos años de trabajo, era declarado libre, sobre todo si se convertía al islamismo. En efecto, para los esclavos y siervos de los cristianos la conquista les suministró un medio facilísimo de emanciparse, no tenían más que huir y llegando a la propiedad de un musulmán

¹ La historia de la hija del conde don Julián, la bella Florinda, llamada "la Cava", ha sido tema de innumerables historiadores y escritores. Cfr. Modesto Lafuente. *Historia General de España*, Montaner y Simón, Editores, Barcelona, 1887, tomo II, pp. 88 y ss.; Reinhart P. Dozy. *Historia de los musulmanes de España*, Edit. Turner, Madrid, 1988, tomo I, pp. 267 y ss.

pronunciar estas palabras: “No hay más Dios que Dios y Mahoma es su Profeta”, y a partir de entonces eran musulmanes *libertos de Alá*, como decía Mahoma. Un gran número de siervos se liberaron de ese modo, por lo que no hay que asombrarse de la facilidad con que abandonaban el cristianismo.

Marco político y social de la España árabe

Frente al califa de Bagdad y el otro califa fatimí de Egipto y de Ifriqiya (Túnez), el occidente musulmán se convirtió en la sede del califato omeya el cual nada tenía que envidiar al Islam Oriental y a sus lejanos rivales del Irak en poder político y autoridad religiosa, así como en el prestigio internacional y en la majestad de su corte, en el refinamiento de su civilización, en el florecimiento científico, literario y artístico. Lo mismo respecto a la densidad de la población, a la riqueza y animada vida de la capital: Córdoba, equiparable a las grandes ciudades orientales.

Si otras etapas de la historia de al-Andalus fueron más ricas en grandes figuras hispano-musulmanas de las ciencias y de las letras, como el emirato del mismo Abd al-Rahman II, las refinadas cortes de algunos reyes taifas del siglo XI y la dominación almohade del siglo XII, en la que surgiría un filósofo de la magnitud de Averroes, el siglo X es, en casi toda su extensión, la Edad de Oro del Islam español, como potencia política, reconocida por los Estados hispanocristianos, así como por la Europa que se iniciaba al norte de los Pirineos y por el Imperio Bizantino, mismos que con frecuencia buscaban la amistad del califa a través del envío de embajadores. Por otra parte, ninguna ciudad española medieval llegó nunca, ni en su época de mayor florecimiento, a un desarrollo urbano y a una vida tan civilizada como la alcanzada por el califa Abd al-Rahman III y por su hijo al-Hakam II, en rudo contraste con la oscura y lánguida vida de las poblaciones de la España cristiana y de toda la Europa occidental.²

Durante el califato de al-Hakam II el soberano ordenó hacer el empadronamiento de todos los pueblos de al-Andalus, y gracias a esta labor se deben las siguientes noticias estadísticas de la población y riqueza que alcanzaba entonces la España musulmana. Se contaban seis grandes ciudades, capitales de capitanías, otras ochenta de abundante población, trescientas de tercera clase, las aldeas, lugares y torres eran innumerables, ya que solamente en las tierras que riega el Guadalquivir había doce mil. En Córdoba se contaban seiscientos mil casas, seiscientos mezquitas, cincuenta hospitales, ochenta escuelas públicas y seiscientos baños para el pueblo. Las rentas del Estado subían anualmente a doce millones de monedas en oro.

² Luis G. de Valdeavellano. *Historia de España. De los orígenes a la baja Edad Media*, Manuales de la Revista de Occidente, Madrid, 1952, tomo I, p. 631.

Fue envidiable la prosperidad de la España árabe de aquel tiempo y lo grande que puede hacer a un Estado un gobernante ilustrado y virtuoso que tiene la fortuna de suceder a otro igual de docto, filósofo e ilustrado. Sería interminable nombrar todas las obras literarias y artísticas, así como las industriales y de comodidad pública que se debieron al ilustre califa al-Hakam II. La segunda ampliación de la mezquita de Córdoba es una de sus grandes empresas, ejemplo de un arte llegado a su apogeo, expresión del elevado nivel de civilización alcanzado en la Córdoba contemporánea. La España islamizada fue el país más rico, más culto y más populoso de Europa. En ella tuvo una participación decisiva el desenvolvimiento del arte, de la filosofía, de la ciencia, de la poesía y de la cultura medieval.

Adaptación de los habitantes al dominio musulmán

La mayoría de los cristianos de Córdoba, los más ilustrados, estaban satisfechos con el dominio musulmán: no se les perseguía y se les permitía el libre ejercicio de su religión. Muchos de ellos servían en el ejército y otros tenían empleos bien remunerados en la corte o en los palacios de los grandes señores árabes. Imitaban todo lo que veían hacer a sus amos, algunos incluso mantenían un harén.

Desde el segundo emirato de al-Andalus, bajo Hixem I, se había prohibido el uso de la lengua latina, por consiguiente los hijos de los cristianos se vieron obligados a asistir a las escuelas arábicas. Esta medida motivó que la población se fuese arabizando cada vez más. Al olvido del latín, se fue sumando la creciente adopción de costumbres árabes. Los cristianos se habían familiarizado con la escritura árabe: hablaban, escribían y leían en ésta lengua. La cercanía de la aristocracia y burguesía musulmanas habían influido en su género de vida, disfrutando de una buena situación social y cultural. Por último, los matrimonios con cristianas convertidas al Islam fueron siendo cada vez más frecuentes, de manera que el temido acercamiento a la religión musulmana era inminente, presentándose en muchas ocasiones casos de apostasía. Los cristianos de Córdoba se acomodaban muy bien a la dominación extranjera.

Doctrina de la guerra santa

En el siglo X, dentro del mundo musulmán de Occidente, la Península Ibérica era la tierra de guerra santa por excelencia, la *dar al-chihad*, en la que todo musulmán podía combatir “en el camino de Allah” contra los infieles y buscar en el campo de batalla la insigne muerte del “guerrero por la fe” que le aseguraría más allá su salvación eterna. Los textos de los cristianos antiguos son un reflejo de ideas y emociones islámicas, la manera de sentir de los españoles es inseparable de la musulmana. Para convencerse de ello se puede leer cualquier escritor musulmán que hable de las guerras del infiel, en las que se describe que los combatientes luchan para satisfacer a Dios, los guerreros pelean para obedecer a Dios y cualquiera que perezca en la guerra santa *muere mártir*. Numerosas crónicas y documentos históricos que hablan de las batallas que se realizaron durante la etapa hispanomusulmana muestran que el concepto de *guerra santa* había penetrado en los españoles...“Gran

número de los más importantes almohades, de los jefes andaluces y de otras personas que murieron *como mártires* en esta expedición...”³

En el Corán,⁴ está explícita la recompensa: *el perdón y la misericordia* a los que combaten con celo en la guerra, que es exactamente lo mismo que dicen los textos cristianos. En las cimas de la cultura española durante los siglos XIII y XIV se daba a la guerra un sentido paralelo al de los musulmanes. Esa creencia, de absoluta inspiración islámica, se percibe intensamente en las palabras del arzobispo don Rodrigo, de Alfonso el Sabio y de su sobrino don Juan Manuel. El paralelismo imitativo iniciado en el siglo IX se prolonga en las Órdenes militares y en su acogida a la doctrina de la guerra santa. El hecho de que dichas órdenes hubieran adquirido un sentido de enlace con el Islam conduce a un aspecto más profundo de este fenómeno que es: la adopción por parte de los cristianos, de la idea y la emoción de la guerra santa como puerta de acceso a la eterna gloria del Paraíso (concepto esencialmente islámico).

También está escrito en el Corán⁵ que: *no hay violencia en la religión*. Dice así: *...y combate a los no creyentes hasta que cese la persecución; y la religión sea sólo para Allah; pero si desisten, entonces no debe haber hostilidad...* El Corán, consecuencia del sincretismo religioso era ya un monumento de tolerancia, puesto que fundía las creencias islámicas con las del judaísmo y el cristianismo, religiones que aceptaron los musulmanes por estar “basadas en El Libro” (la Biblia), lo mismo que el propio Islam. La idea del sufismo (ascética y mística musulmanas) de que todos los caminos llevan a Dios estaba ya asimilado en el libro sagrado, el Corán, fundado a su vez en que nada es sustancial ni seguro fuera de la esencia divina. La indiferencia hacia la realidad sustancial de las cosas se percibe en pensamientos como el que dice: *...los caminos que llevan a Dios son tan numerosos como las almas de los hombres...*

Esta postura básica de tolerancia se fortificó durante la expansión del Islam, ya que pueblos de creencias muy diversas se sometieron a su dominio político. Al musulmán no le sorprenden las proximidades y las convivencias extrañas. Judíos y cristianos convivían en Córdoba, revueltos con esclavos, que traficantes venecianos y judíos hacían llegar a España. Hasta finales del siglo XI, salvo violencias aisladas, los musulmanes dejaron en paz dentro de sus ciudades a quienes no perturbaban sus leyes. Durante los primeros quinientos años de la dominación musulmana prevaleció en la Península la tolerancia islámica.

En la legislación de las *Partidas* de Alfonso el Sabio conviven jurídicamente las tres religiones y se percibe la emoción de querencia hacia el musulmán cuando se leen frases

³ Batalla dada por lo almohades contra los portugueses frente a Santarem en 1184. Américo Castro, *La realidad histórica de España*, Editorial Porrúa, México, 1954, p. 218.

⁴ Mahoma, *El Corán* (versión literal e íntegra), Aguilar Ediciones, Madrid, 1951. Azora IV, 97-98.

⁵ *Ibidem*. Azora II, 189.

como ésta: *En la oración no se olvide nuestra alma de los infieles, que son nuestra carne y sangre, siendo en especie y forma semejantes a nosotros...*⁶ Todavía en el siglo XIV eran mencionados los españoles como fieles a las tres religiones y no como habitantes de diferentes regiones, o como un conjunto de distintas clases sociales. La convivencia entre las creencias cristiano-islámica-judía y la comunicación espiritual entre ellas hizo posible que Alfonso el Sabio fundara en el Corán su doctrina de la tolerancia, sin sentir que esto fuera ofensa para la Iglesia, hacia la cual siempre expresó su fidelidad.

Las razas

Pero más difícil que asegurar la convivencia pacífica de las tres comunidades religiosas, fue neutralizar las tensiones entre las distintas razas que constituyeron un motivo de preocupación para los gobernantes árabes. A la población indígena, mezcla de íberos y romanos, se unía la minoría germánica de los visigodos, antigua nobleza que supo conservar ciertos privilegios bajo el dominio musulmán. Los judíos eran particularmente numerosos en España. A éstos se unían los árabes y los bereberes, por no mencionar a los enredados elementos introducidos por el comercio de esclavos.

Se desconoce el número de árabes que emigraron a al-Andalus a lo largo de su dominación, sin embargo no pasaron de ser una minoría escasa, aunque fueron particularmente fuertes al organizarse como nobleza gobernante. Aunque se sentían orgullosos de pertenecer a determinadas tribus no vacilaron en casarse con mujeres indígenas. Consecuencia de ello fue que la sangre árabe quedó muy pronto diluida, pero siguió apareciendo como rasgo dominante una y otra vez hasta nuestros días, de modo que el puro tipo árabe no llegó nunca a desaparecer. En este fenómeno se involucra el hecho de que la lengua y la cultura eran árabes: *una cultura que abarca a todo el hombre, favorece siempre el desarrollo de determinados tipos, que se distinguen tanto física como psíquicamente.*⁷

Los bereberes eran en su mayoría originarios de las montañas del Rif y del Atlas Central y se asentaron sobre todo en las altiplanicies y en las montañas. Probablemente no fueron más numerosos que los árabes, pero más tarde sí llegaron a serlo, ya que los soberanos árabes traían constantemente tropas berberiscas del norte de África. La preponderancia de los bereberes se refleja en el hecho de que los españoles llamaban a todos los musulmanes *moros*, palabra que se deriva del romano *mauri* o *maurisci*, nombre que se le dio a todos los bereberes del Atlas y tomado indirectamente del griego tardío *mauroi*, “negros”, o del fenicio *mauharin*, “occidentales”.

Los judíos no se mezclaban, pero frecuentemente se convertían al Islam, y así resultaron ser un elemento más de la gran mezcla de razas hispanoárabe. Estaba prohibido tener esclavos que fueran hijos de musulmanes, por lo que éstos se importaron generalmente de países

⁶ Américo Castro, *op. cit.*, p. 219.

⁷ Burckhardt, Titus, *La civilización hispano-árabe*, Alianza Editorial, Madrid, 1985, p. 40.

“paganos”. La misma palabra “esclavo” indica que la mayor parte de los esclavos occidentales procedían de países eslavos. El nombre árabe era *saqaliba*.

No todos los *saqaliba* eran eslavos de raza, algunos eran prisioneros de guerra del norte de España o habían sido traídos de Italia por piratas. Los “eslavos” libertos eran la gente más ambiciosa del país. Los traficantes de esclavos eran en su mayoría judíos, llevaban a España prisioneros de guerra hechos por los alemanes en Rusia o por los bizantinos en los países del Danubio, a través de Alemania y Francia, o bien por el Mediterráneo. Estos esclavos eran muy buscados como sirvientes y guardia personal del soberano.

La esclavitud dentro de la civilización islámica era muy diferente de la esclavitud romana o de la americana del siglo XIX. En el Islam el esclavo podía acudir al juez si su dueño lo trataba mal y conseguir su libertad. El origen de la esclavitud era consecuencia del cautiverio de guerra: un prisionero que no pudiera redimirse mediante el pago de un rescate seguía siendo propiedad del vencedor hasta que se rescatara por medio de su trabajo o fuera liberado por su señor.

Los nuevos señores musulmanes se unieron enseguida con mujeres hispanas, éstos además de practicar la poligamia se unían con cuantas esclavas les placía y esas esclavas procedían generalmente de los reinos del norte, cuanto más elevada era la posición del noble musulmán de pura estirpe árabe, mayor era la cantidad de sangre hispana que, a través de concubinas gallegas, catalanas o vasconas, se iba infiltrando cada día en su descendencia. Los califas eran en muchas ocasiones rubios, como sus madres gallegas o vasconas. En efecto, los emires de Córdoba tuvieron una debilidad notoria por las rubias.

La ciudad

La traza de las ciudades hispano-árabes no era diferente de las demás ciudades musulmanas pertenecientes a la Edad Media. El núcleo central era el mercado que se situaba alrededor o cerca de la mezquita mayor, al que se llegaba por una densa red de callejuelas estrechas (ver fig.1) ocupadas por una secuencia de tiendas y de talleres. Algunas calles de mayor anchura conectaban las puertas de la ciudad con el mercado, aunque estas avenidas no eran más anchas de lo necesario, es decir, el que pudieran cruzarse dos bestias de carga, mulas o burros, avanzando en sentido contrario.

Los barrios residenciales se extendían desde el mercado hasta las murallas y no seguían orden alguno, se unían unas viviendas a otras conforme se iban construyendo; los caminos que conducían a cada portal se reducían a pasadizos estrechos y angulosos. Las casas estaban abiertas a patios interiores que a veces se ampliaban con jardines rodeados de muros. Por lo general, salvo algunas excepciones históricas y particulares, la ciudad islámica carecía de aquellos trazos heredados del urbanismo romano que caracterizaron al cristianismo medieval, es decir, el cruce de dos calles axiales orientadas hacia los puntos cardinales

(*decumanus* y *cardo*) y una plaza pública al centro que servía como mercado y donde se celebraban actos oficiales.

Lo típicamente musulmán es la presencia de un mercado protegido por un santuario, alrededor del cual se agrupan las viviendas con la libertad de un campamento beduino, es decir, según la voluntad de las familias y de los individuos. En la construcción de las viviendas cerrada al exterior se refleja la forma de la vida islámica que se desarrolla en el interior, hacia adentro.



Fig. 1. Callejuela de Córdoba con arco árabe

El soberano raras veces residía en el interior de la ciudad residencial y mercantil, puesto que seguían la costumbre oriental: su palacio, cuarteles, cuadras y jardines se situaban fuera de las murallas de la ciudad. Si bien dentro de la ciudad se levantaba un palacio real (*al-qasr*, palabra árabe de donde deriva “alcázar”) el séquito y las tropas estaban separados de la comunidad urbana, como fue el caso de Almanzor que instaló incluso la administración pública fuera de las murallas de Córdoba, de esta manera cualquier disturbio popular era más fácil de controlar.

En Córdoba, las calles principales que conducían hasta las puertas del mercado, eran excepcionalmente anchas y se iluminaban de noche con antorchas, en ellas circulaban constantemente mulas, burros cargados y jinetes. A los lados de estas calles estaban las alhóndigas

(llamadas *funduq* en España y el Maghreb), en cuya planta baja tenían establos para los animales y en los pisos superiores habitaciones para los huéspedes. También contaban con almacenes para determinados géneros que eran importados o exportados en cantidades importantes (ver fig. 2).

En dirección a los barrios residenciales, después de pasar por el mercado y las callejuelas de los artesanos, se encontraban plazoletas con fuentes y sombras de parrales. También se abrían puertas de pequeñas mezquitas en las que siempre se acogía a cualquier persona trasladándola a un mundo de contemplación y de paz. En estos santuarios había escuelas de niños, muy numerosas en la antigua Córdoba. El califa al-Hakam II mantenía numerosas escuelas en las cuales los hijos de las personas sin recursos económicos recibían enseñanza, alimentos y vestido.

En cada barrio, se vendían los productos alimenticios de uso diario como carne, verduras, fruta, aceite, azúcar y especias. Además se vendían guisos ya preparados, vendedores de asados y confitería. En una esquina se encontraba el horno público, donde todos los habitantes acudían para cocer el pan amasado en casa (como todavía puede verse en las medinas de Marruecos). También había grupos de músicos que aguardaban ser contratados para alguna fiesta.

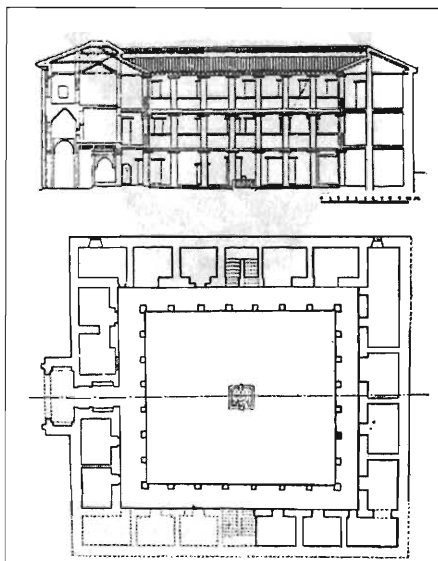


Fig. 2. Granada. Alhondiga (funduq) "El Corral del Carbón"

Viviendas. Organización espacial

La casa hispanomusulmana de las ciudades superpobladas del sur de la Península, presentaban la misma disposición que las actuales marroquíes, sobre todo las de Fez. Por fuera no se distinguían unas de otras, lo mismo si daban a una callejuela que a un callejón sin salida.

Plantas. El esquema en planta presenta invariablemente un patio central, porticado o no, con distribución de estancias a su alrededor, al que se accede mediante un zaguán desde el exterior (ver fig. 3).

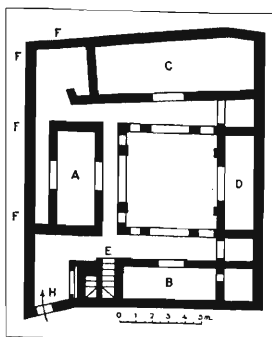


Fig. 3. Plano de una casa típicamente árabe en Fez. Planta baja: A,B,C y D habitaciones alrededor del patio que está rodeado de corredores. E: escalera que sube a la planta superior, cuya distribución es semejante a la planta baja, con balcones encima de los corredores. H: entrada.

F: calleja. Las viviendas de la época omeya eran, por lo general, de un solo piso

Lo mismo las salas de recibimiento que las habitaciones corrientes, por la noche servían para que en ellas durmiesen los diversos miembros de la familia y la servidumbre. Con esta finalidad tenían todas, en cada uno de sus extremos, una especie de plataforma ligeramente más alta, limitada en el techo por una cumbreira de la que pendía una cortina. Estas partes de las habitaciones recibían el nombre de *qubba* (en español *alcoba*, de donde viene el francés *alcôve*)⁸ (ver fig. 4 y 5).

Fachadas. La fachada constituye para la vivienda urbana la imagen externa del habitante. Era un muro de varios metros de alto, sin ventanas y con un simple enlucido de argamasa. Las viviendas más puramente hispanomusulmanas desarrollaban importantes fachadas hacia el interior y no exteriorizaban a la calle ningún elemento semántico, mientras que en el interior estos organismos enmarcaban las puertas con arcos, normalmente angrelados o en algunos casos vanos con celosía en la parte superior.

* Julio Navarro Palazón, *Casas y palacios de al-Andalus. Siglos XII y XIII*, Lunverg Editores, Barcelona. 1995.

El zagúan. Constituye el primer espacio interno de la vivienda. Su antecedente suele situarse en el vestibulum de la casa romana, y su papel de recibidor le otorga un carácter semipúblico. En la casa hispanoárabe la puerta de entrada y la de comunicación con el patio estaban en distinto eje, o bien en recodo para evitar la vista directa desde el exterior, protegiendo así la intimidad de los habitantes. La puerta estaba provista de una fuerte cerradura, por lo común de madera y de una barra o travesaño grande.

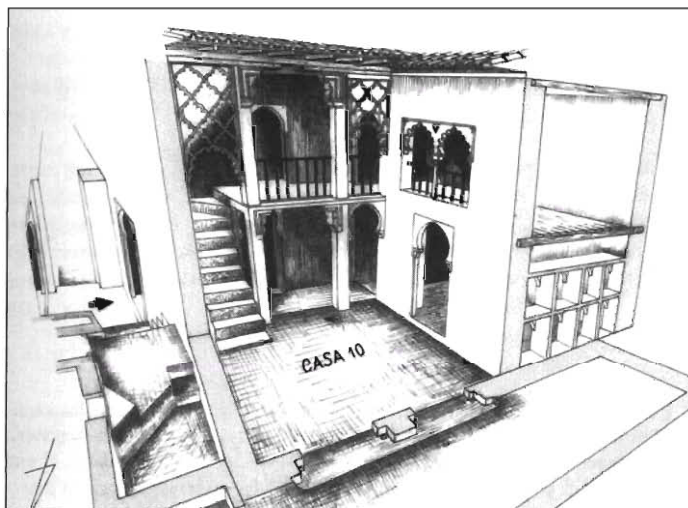


Fig. 4. Reconstrucción hipotética de una casa en Murcia; época almohade

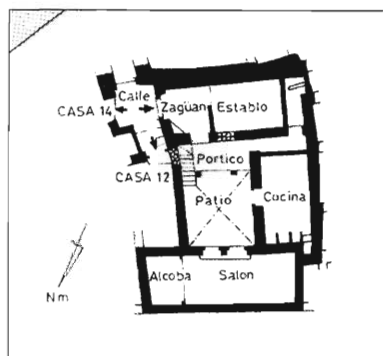


Fig. 5. Planta de la casa anterior en Murcia

Pacios. El patio (*sahn*) como elemento central de la organización arquitectónica no es algo específico de este periodo concreto, nace con la propia historia. La especificidad del espacio porticado se remonta al periodo helenístico y de ahí lo aprovechó y generalizó el diseño romano, transmitiéndolo a la Edad Media (ver figs. 6 y 7).⁹ El patio era de reducidas dimensiones, el suelo era de ladrillo o losas de piedra, rara vez de mármol. En el centro se encontraba una fuente o un pozo y no faltaba la sombra de una parra en las cálidas horas del verano.

Otras características de las casas hispanomusulmanas son las paredes interiores encaladas, revestidas en la parte inferior de azulejos (del árabe *al-zulayy*) multicolores. Cada casa disponía de abundante agua. Varios canalillos distribuían el agua sacada del pozo o del aljibe mediante una rueda de cántaros, mientras se evacuaban las aguas sucias hacia el arroyo que estaba en medio de la calle.¹⁰



Fig. 6. Granada. Casa con patio



Fig. 7. Toledo. Monasterio de Santa Isabel (mitad del siglo XV). Edificios que ha conservado fielmente muchos rasgos propios de la vivienda hispanoárabe: la disposición del patio interior, la forma de las puertas con sus batientes pequeños inscritos dentro de los grandes, las pilas de las fuentes en el interior de las habitaciones (sólo el perfil de las arcadas que dan al patio son de estilo renacentista)

⁹ Ignacio Henares Cuellar y Rafael López Guzmán, *Arquitectura mudéjar granadina*, Granada, 1989, p. 170.

¹⁰ E. Lévi Provençal, *España musulmana*, Espasa-Calpe, Madrid, 1957, p. 268.

La disposición descrita es la de la casa antigua, la cual resulta común en toda la cuenca mediterránea y apenas se modificó después de la reconquista. Pasó mucho tiempo antes de que se pensase en fachadas dispuestas con cierto cuidado arquitectónico y adornadas con ventanas y balcones que diesen directamente a la calle. En efecto, las casas actuales de los barrios antiguos de Córdoba, Sevilla, Granada y otras ciudades andaluzas pequeñas, se abren a la calle para que se vea el patio adornado de flores, detrás de las verjas de hierro forjado.

Baños públicos (*hammam*)

El aseo del cuerpo es una obligación religiosa en el mundo islámico, y también lo son las abluciones rituales que todo musulmán debe hacer antes de cada una de las cinco oraciones cotidianas, así como la costumbre de lavarse las manos o hasta enjuagarse la boca antes y después de cada comida; eran prácticas que en Occidente databan desde los primeros tiempos. Las fundas de los muebles eran asimismo lavadas con frecuencia.

En las casas corrientes, las gentes se lavaban con un jarro y un recipiente; pero en las acomodadas podía haber verdaderas bañeras, que recibían el nombre persa de *abzan*, o bien se empleaban con el mismo fin antiguos sarcófagos de mármol que se llamaban como hoy: *pila*. Excepcionalmente una casa burguesa contaba con una instalación propia de baños de vapor, ya que este lujo estaba reservado a los magnates de la aristocracia. La clase media y baja iban a los baños públicos o *hammam*.¹¹

El *hammam* o “baño moro”, herencia de las termas de la antigüedad clásica, era muy frecuente en la España musulmana (ver fig. 8). No había una ciudad, por poco importante que fuera, que no tuviera varios baños públicos. Según los cronistas, en Córdoba había trescientos, y a finales del siglo X seiscientos. Su funcionamiento era el mismo que en el resto del mundo musulmán, derivado de los baños romanos.

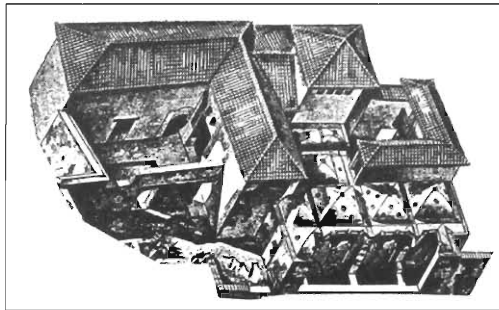


Fig. 8. Perspectiva de un baño turco que se encontraba antiguamente al lado de la mezquita real en la Alhambra

¹¹ L. G. de Valdeavellano, *op. cit.*, p. 684.

Había un personal de masajistas y mozos de baño (*tayyab*) vestidos con un simple paño (*mi'zar*), así como un encargado del guardarropa (*maslaj*), que guardaba la ropa de los bañistas y les vendía la piedra jabonosa (*taff*) para el cabello y alquilaba toallas. Por la tarde cuando el *hammam* estaba prohibido para la clientela masculina, un personal femenino sustituía al de la mañana y de la noche, prestando los mismos servicios a los bañistas.

La disposición de los *hammam* era la misma en todos los sitios. Después de un vestíbulo se llegaba a una primera sala en la que los bañistas se desnudaban, frecuentemente adornada con estatuas antiguas, la cual tenía hileras de perchas. De ella se pasaba a la sala tibia, y de ésta a la estufa, en cuyo centro se encontraba la caldera, cuya agua se mantenía en ebullición mediante un horno dispuesto en el sótano. El suelo de esta estufa era de mármol o de piedra con surcos para evacuar el agua. En los muros había unos poyos de fábrica (*mastaba*) sobre los que los mozos de baño daban masajes a los clientes llenando la pila con cuantos cubos (*kub*) de agua hirviendo fueran necesarios. La iluminación y la ventilación provenían de una serie de ventanas altas situadas en torno a la cúpula que solía cubrir el caldario. Una rueda de cántaros sacaba el agua de un pozo o de un aljibe para mantener en la caldera el nivel adecuado.

El uso del baño moro se prolongaba varias horas y era un motivo de diversión, particularmente para las mujeres, quienes se reunían con sus amigas; incluso merendaban y procuraban deslumbrar a las demás por la belleza y finura de su ropa blanca. Las mismas peinadoras (*mashita*) que se empleaban para las novias en las bodas prestaban su servicio a las bañistas; las depilaban, les daban pomadas, perfumaban el pelo con aceites, y tenían toda clase de ungüentos (*duhn*) para el cuidado de su piel, así como polvos aron para los vestidos.¹²

La vida privada

La vida privada de la población durante el siglo X, lo mismo que en la época del emirato, o después de la caída del califato hasta la reconquista cristiana, no era diferente de la que llevaron sus contemporáneos del Norte de África y del Oriente mediterráneo. *Los habitantes de las ciudades del país jamás dejaron de respetar estrictamente las normas impuestas por el Islam*, mismas que regularían su comportamiento cotidiano en el ambiente social y familiar. Se refuerza la opinión de que una vez dentro de sus casas no llevaban un género de vida doméstica distinto al de los habitantes de Ifriqiya, de Siria o del Irak.¹³

La sociedad musulmana tenía por fundamento la familia. Lo mismo que en Oriente y en el África musulmana, la casa que albergaba la familia en la Edad Media, estaba cerrada al mundo exterior. Dentro de estas casas desde la mañana hasta la noche se movían sin cesar mujeres, niños y gente de condición libre o servil, sobre los cuales el dueño ejercía

¹² E. Lévi-Provencal, *op. cit.*, p. 279.

¹³ C. Sánchez-Albornoz, *Una ciudad hispano-cristiana hace un milenio*, Editorial Nova, Buenos Aires, 1947.

una autoridad sin límites. Cualquiera que fuese su categoría social, el jefe de la familia era señor absoluto de su casa. Su mujer se consideraba su humilde sirviente y le hablaba con respeto.

Los niños veneraban a su padre y no permanecían a su lado más que con su permiso y estaban callados en su presencia. Si el dueño recogía a su madre viuda y anciana, ésta tenía más autoridad que la mujer y frecuentemente llevaba la casa y la cocina. Los hombres de la clase media o pobre de al-Andalus rara vez eran polígamos. Hubieran tenido que ser ricos para permitirse el lujo de tener dos o más esposas, mantenerlas y vestir las. Sin embargo, en ocasiones el dueño de la casa compraba una esclava blanca o negra, la cual se integraba completamente al ambiente familiar, tomaba parte en los trabajos domésticos, ocasionalmente cohabitaba con él e incluso le daba hijos, en cuyo caso se convertía en *umm walad*, lo que le permitía obtener la libertad.

Mujeres, muchachos y niños vivían en la mayor promiscuidad. Desde su edad más tierna, los hijos sabían exactamente de las relaciones conyugales, y cuando llegaban a la pubertad no necesitaban de ninguna iniciación sexual.¹⁴ El dueño hacía las compras del día, que él mismo traía o hacía traer a un mozo. En algunas casas acomodadas contrataban a una doméstica que hacía todo; en documentos conservados se especifican uno por uno los trabajos que tenía que realizar.

En la aristocracia hispanomusulmana, como en el mundo islámico, todo estaba a la escala de la fortuna del dueño. Podía darse el caso de mantener varias esposas, numerosas esclavas blancas y negras, además de un personal de eunucos al mando de un mayordomo. En los palacios califales existía una directora de la domesticidad femenina, llamada *qahramana*, de la que dependían las camareras, las cocineras y las ayas (*rashida*).

Dentro de las habitaciones bien cerradas los días transcurrían en monótono ritmo saturados de las actividades de limpiar la casa, del deseo de complacer al dueño y de los ejercicios piadosos.¹⁵ Solamente se aguardaba con impaciencia la llegada de las fiestas canónicas para justificar una salida familiar al aire libre. El resto del tiempo era para dedicarlo a las visitas semanales que se hacían a los cementerios; y para evadirse de la vida cotidiana la mujer “bien guardada” pasaba una o dos tardes al mes en el *hammam* (o baño público).

En el interior de su propia casa, la mujer cordobesa refinada dedicaba todos los días muchas horas a asearse y componerse, pues la favorita del momento debía esperar adornada de sus mejores galas la vuelta del dueño de la casa. Disponía de una serie de cepillos y de peines

¹⁴ Ibn Hamz de Córdoba, *El collar de la paloma. Tratado sobre el amor y los amantes*, Alianza Editorial, Madrid, 1993.

¹⁵ C. Sánchez-Albornoz, *España y el Islam*, ver la sección: “La mujer española hace mil años”, Editorial Sudamericana, Buenos Aires, 1943, pp. 83-141.

de marfil o de hueso para alisar sus cabellos, así como cajas y estuches finamente trabajados en los que guardaba sus afeites: el sulfuro de antimonio (*kuhl*) para cejas y pestañas, la pasta depilatoria (*nawra*), y pomos de vidrio o de cristal para los aceites olorosos y las esencias de flores. Las manos y los pies eran objeto de mayores cuidados. Ya en el siglo X las cordobesas masticaban por mucho tiempo goma (*mustaka*) para perfumarse el aliento, y para reavivar el color de labios y encías los frotaban con cortezas de raíz de nogal (*swak*).¹⁶

Las mujeres ricas poseían muchas y suntuosas alhajas y expertos joyeros, casi todos judíos, se encargaban de hacer y pulir los pesados aderezos de oro y plata para sus clientes de la aristocracia o *jassa*. En un principio los diseños de las joyas eran realizados según tradiciones visigodas, por artistas mozárabes, pero poco a poco se fue imponiendo la moda irakí. Collares de perlas y piedras preciosas (*'iqd*), sortijas (*jatam*), pendientes (*qurt*), pulseras macizas (*siwar*; *dumluch*), pesadas ajorcas para los tobillos (*jaljal*), diademas (*tach*), pectorales y broches de filigranas de oro, con rubíes y zafiros incrustados, llenaban las arquetas de marfil de las elegantes damas de la *jassa*. Las alhajas procedentes de Bagdad eran muy apreciadas. Para ciertas fiestas de familia, bodas o circuncisiones, las burguesas podían recurrir a este género de préstamos que hacían mujeres especializadas en ello, el alquiler duraba siete días, según una fórmula del contrato.

Para cortarse la barba y el pelo los andaluces recurrían a los barberos (*hachcham*) que iban a domicilio, se instalaban bajo una tienda, o en los zaguanes de los *hammams*. Por mucho tiempo la vieja moda había sido llevar una porción de cabellos que les caían sobre las sienes, por encima de las orejas. También en la manera de cortarse el pelo influyó Ziryab de modo decisivo (el célebre personaje persa, músico de exquisito gusto procedente de Bagdad que residía en la corte de Abd-al Rahmán II), pero la progresiva generalización del uso del turbante motivó más tarde el que los musulmanes españoles se rasurasen por completo la cabeza, como es todavía norma en el Maghreb.

Las mujeres estudiosas

Sin embargo, al despuntar en al-Andalus la afición por el estudio se registran los nombres de algunas mujeres hispanomusulmanas que formaron parte de la literatura. Hijas de literatos y filósofos pasaron a realizar estudios superiores que se daban en el califato hispanoárabe por iniciativa de los particulares.

Dentro de este grupo de estudiosas hispanomusulmanas una cultivó las ciencias religiosas, las tradiciones y la jurisprudencia, y mereció la categoría de alfaquí, propio de los varones sabios que llegaron a saber todo lo relativo a la teología moral. Otra estudió medicina y ejerció como médico en Córdoba. Muchas ayudaron a su padre en la enseñanza de los niños. Varias se dedicaron a la literatura y llegaron a ocupar puestos importantes en la secretaría

¹⁶ Lévi-Provencal, *op. cit.*, p. 279.

de los califas, como la insigne Lobna. De fama imperecedera fue Fátima, de la que se dice que siendo muy vieja escribía todavía libros con elegancia.

En Córdoba existieron afamadas poetisas. Se citan: la hija del poeta Abulhosain, contemporánea de Abd al-Rahmán II; Aixa ben Áhmed, fue bibliófila, que no había quien la aventajara en elocuencia y discreción, ni en belleza y buenas costumbres, vivió en tiempos de Almanzor. También Cádiga, que cantaba con dulcísima voz los versos que ella misma componía. Maryem, que enseñaba en Sevilla literatura a las doncellas de las familias principales y de cuya escuela salieron muchas alumnas.¹⁷ La célebre Ualada, hija del califa Almostafí que presenció la ruina y destrucción del califato cordobés en el siglo XI. Las poesías de Aixa y de Ualada están a la altura de los más célebres poetas en corrección prosódica, en fluidez de dición y en riqueza de imágenes. Aunque cultivaron varios géneros literarios, en ninguno sobresalieron tanto como en el satírico y en el erótico o amatorio. Con gran libertad Ualada no se detuvo ante las obscenidades más procaces cultivando el género amatorio, en el que poseía una experiencia compleja.

A estas destacadas mujeres hay que agregar un centenar de copistas en Córdoba. Sólo en el palacio del califa había más de seis mil mujeres, aunque éste conjunto presentaba una excepción en medio de un mundo femenino ignorante y de vida sexual casi exclusiva. Es significativo que el único género literario en que sobresalieron las poetisas hispanomusulmanas fue el erótico.

Dos figuras femeninas destacan en la historia de los califas españoles: Tarub, favorita de abd al-Rahmán II, y Aurora, esclava de al-Hakam II. Estas figuras de mujer encarnaron a una sociedad en que las mujeres fueron ante todo y sobre todo hembras. Sólo en calidad de tales fueron estimadas por sus contemporáneos las mujeres hispanomusulmanas del siglo X, y sólo en este aspecto sexual influyeron las mujeres de los harems y de los hogares andaluces en la vida diaria de la sociedad en que vivían.

Si se da crédito a algunos textos poéticos, tal vez la mujer andaluza disfrutó de una relativa libertad de movimientos, por lo menos en la clase media. No hay duda de que estaba protegida por la ley ante los malos tratos o crueldad de su esposo y de que, en caso de repudio, se le aseguraba una pensión, garantías que son comunes en todo el mundo islámico. Si posteriormente la condición de la andaluza de las ciudades mejoró un poco, se debió, primero, a la progresiva desaparición de la poligamia, también seguramente a la influencia de las cortes bereberes del siglo XI y luego a la de los almorávides, entre los cuales la mujer ocupó un lugar preeminente, tanto en el ambiente familiar como en la organización social, quizá por oscuras supervivencias de un régimen de matriarcado.¹⁸

¹⁷ Modesto Lafuente, *op. cit.*, tomo II, p. 350.

¹⁸ Lévi-Provencal, *op. cit.*, pp. 258 y ss.

Normas legales. Los hijos de concubinas y esclavas son mirados como legítimos en el Islam para la sucesión en igualdad a los hijos de las mujeres libres y legítimas. Sólo son declarados bastardos los hijos de mujeres públicas y de padre desconocido. El adulterio se castiga de muerte, pero debe ser probado por cuatro testigos de vista. El testimonio de dos mujeres equivale al de un hombre. En las sucesiones los hijos reciben el doble parte que las hijas. Al delito de robo se impone la amputación de la mano del que lo ha cometido. Se castiga de muerte el homicidio voluntario, pero se admite transigir pagando un tanto de indemnización a la familia del difunto. El Corán prescribe la ley del talión para los homicidas y las injurias personales. Se observa que la legislación civil del Corán es más completa que la criminal.

Los nacimientos. Eran frecuentes en las casas ricas, donde varias esposas y concubinas esclavas (*chariya*) se repartían los favores del jefe de familia. Los partos eran atendidos por comadronas (*qabila*) y en casos complicados se acudía a mujeres médicas (*tayiba*), especializadas en ginecología y que eran muy caras. Frecuentemente el niño era amamantado por una nodriza en la casa paterna, pero a veces era confiado hasta el destete a una mujer que se lo llevaba al campo.

La circuncisión de los niños. Se hacía a los siete años, era motivo de una reunión familiar, y el padre invitaba a sus amigos a un banquete para festejar este feliz acontecimiento. Siguiendo la costumbre de Oriente, dentro de la aristocracia andaluza se reunía a muchachos de la misma edad y del mismo nivel social o inferior, para hacerlos circuncidar a la vez que el hijo del jefe de familia, el cual pagaba todos los gastos y ofrecía un suntuoso banquete.

El concepto del amor en la mística hispanomusulmana

El Islam otorgó mucha importancia a la relación hombre y mujer. *El matrimonio es la mitad de la religión* dice Mahoma, quien dio ejemplo de máxima bondad e indulgencia hacia las mujeres. El prejuicio según el cual el Islam menosprecia a la mujer, tiene su origen en un malentendido. El islamismo no menosprecia a la mujer, sólo distingue rigurosamente los dos sexos, adjudicando su rango a cada uno de los dos. Desde el punto de vista islámico, la mujer como ser humano, dotado de una alma inmortal, no es inferior al hombre; de otra manera no podrían existir en el Islam mujeres veneradas y consideradas santas. Sin embargo, se considera que como hembra queda sujeta al hombre, que debe obedecerle, no porque éste haya de ser necesariamente mejor que ella, sino porque la naturaleza femenina encuentra su realización en la obediencia, lo mismo que el hombre tiene que hacerse cargo del deber de mandar. La naturaleza humana está por encima de los sexos, pero el hombre se realiza por medio de su hombría y la mujer por medio de su feminidad. Congruente con esta manera de pensar, el Islam separa decididamente el mundo de las mujeres del mundo de los hombres. A la mujer le pertenece la casa, en ella el hombre es un huésped.

No hay nada más ajeno al concepto islámico del amor sexual que el “compañerismo” entre hombre y mujer. Según esta idea, por muy próxima que la mujer estuviera del hombre (y en cierto sentido las doctrinas musulmanas pensaban que estaba tan cercana a él como su propia alma) seguiría siendo para el hombre, en lo más profundo de su feminidad, algo lejano y misterioso. Sin este misterio no hubiera sido posible que surgiera el culto a la mujer, ni la poesía trovadoresca, ni sublimación espiritual alguna relacionada con el amor a la mujer.

El menosprecio de la mujer, o más bien su descuido espiritual, es un fenómeno que se da en la vida urbana decadente de los países islámicos, siempre va unido a la tiranía de las hembras dentro del marco de la familia. Mientras que en el mundo nómada y guerrero, donde los dos sexos aparecen como polos opuestos, el hombre siempre tiende a admirar a la mujer, mientras que la mujer espera que el hombre se muestre como señor.

No obstante, para que el amor tome forma de arte amatorio, no basta con la actitud varonil del guerrero; hace falta también un estilo de vida refinado, mucho tacto y una marcada sensibilidad para lo bello. Esta actitud se manifiesta en la obra de un famoso hombre de estudios hispanoárabe: Ibn Hamz de Córdoba. Este personaje, siendo hijo de un ministro en la corte omeya su juventud coincidió con la caída del califato. Creció desde niño rodeado de los besuqueos de las mujeres del harén, donde precozmente conoció todo lo relativo a las experiencias amorosas. Después se retiró de la política y se dedicó a las ciencias y a la poesía. Se le atribuyen 400 obras entre las que destaca su libro sobre el amor y los amantes que lleva el título de *El collar de la paloma*¹⁹ al que ya nos hemos referido anteriormente.

En este libro desarrolla Ibn Hamz una filosofía del amor con influencias de Platón semejante a la que había sido expuesta por el autor persa: Abu Dawud de Ispahán. Según ésta doctrina, la atracción mutua de dos seres humanos, si es de naturaleza duradera, pone de manifiesto una afinidad electiva en las almas que existe desde la eternidad. Esta idea se encuentra arraigada en el Islam y se relaciona con lo que dijo el Profeta referente a que las almas están unidas desde su origen y en la tierra sólo reconocen su afinidad.

Probablemente el concepto más profundo del amor mutuo entre el hombre y la mujer se encuentra en el famoso místico andaluz Muhyi-I-Fin Ibn al-Arabi, quien nació en 1164, cien años después del fallecimiento de Ibn Hamz. Su metafísica del amor es importante en este contexto y ello en primer lugar porque permite ver desde el punto de vista islámico que el amor sexual es susceptible de la más alta espiritualización. Su modo de contemplar las cosas deriva de premisas islámicas, particularmente del ejemplo de Mahoma; pues la relación de éste con las mujeres, que puede parecer a los ojos de un cristiano un rasgo mundano, para un musulmán tiene un sentido completamente diferente, incluso contrario, que es: la santificación del amor sexual.

¹⁹ Ibn Hamz de Córdoba, *op. cit.*, pp. 181 y ss.

En su libro *Engarces de la sabiduría* afirma Ibn al-Arabi²⁰ que el hombre ama a la mujer porque es para él semejante a la visión de su esencia más íntima. Eva procede de Adán, es decir, el hombre, en su esencia atemporal, posee tanto la naturaleza femenina como la masculina, y ambas pertenecen a su totalidad adámica que ha sido creada a “imagen y semejanza de Dios”. Consecuentemente, la mujer es para el hombre como un espejo de sí mismo, ya que le da a conocer aquella parte de su propia esencia que le está oculta.

Por una parte, la mujer se encuentra más alejada del origen divino que el hombre ya que ha sido creada después que él y por su naturaleza le contempla desde una posición inferior, pero por otra parte, en el espejo que es para él la esencia de la mujer, se le manifiesta al hombre aquello que es superior a él. Por el hecho de recordar la mujer al hombre su esencia original salida de Dios, ella es para él espejo de Dios. Este es el sentido más elevado del amor de la mujer. La mujer entonces brota del amor de Dios hacia su propia imagen en el hombre.

El hombre espiritualmente perfecto, dice Ibn al-Arabi, no ama a la mujer por mera pasión, la ama porque ve en ella la imagen de Dios. No es posible contemplar a Dios en sí, en su esencia que supera todas las formas y todas las manifestaciones, ello sólo se consigue de un modo indirecto, a través de un símbolo; y el símbolo más perfecto de Dios es el hombre en su integridad con Adán. El hombre entonces encuentra su integridad en la mujer, ella es para él el símbolo más perfecto de Dios.

Continúa Ibn al-Arabi diciendo que en la esencia del amor va implícito el que busque la unión con el objeto amado de manera: espiritual, psíquica y física. No obstante, la unión sexual es la más completa en el plano físico. Es un símbolo de la desaparición de antagonismos dentro de la unidad divina, tenga o no conciencia de ello el hombre que la realiza. En una serie de poemas amorosos que escribió el mismo autor, la amada aparece simultáneamente como mujer terrena y también como símbolo de la sabiduría divina.

La instrucción elemental

El padre de familia que vivía en la ciudad tenía mucho interés en que sus hijos, varones o hembras, recibieran desde la más tierna infancia una instrucción elemental. Las escuelas, muy rudimentarias, estaban sometidas a la vigilancia del almotacén (*almuhtasáb*) de la ciudad. El maestro (*mu'addib* o *mu'allim*) reunía a un número reducido de alumnos a los cuales, mediante un salario, enseñaba el Corán, junto con los primeros elementos gramaticales. Era costumbre obligada el dar una gratificación al maestro de escuela en cada una de las fiestas canónicas, y otra, más importante, cuando *el niño terminaba de aprenderse el Corán entero de memoria* (ver fig 9).²¹

²⁰ Titus Burckhardt, *op. cit.*, p. 122. Cfr. Miguel Asín Palacios, *Estudios del sufismo a través de las obras de Abenarabi de Murcia*, Ediciones Hiparión, Madrid, 1981, pp. 240 y ss.

²¹ E. Lévi-Provençal, *op. cit.*, p. 265.

El material escolar era ya el mismo que se puede ver hoy en día en las escuelas marroquíes: tabletas de madera. Desde la calle, como ocurre hoy en Fez, se oía la monótona voz, mil veces repetida, del texto coránico que el niño debía grabar en su memoria. Además, poco a poco, se iniciaba en las reglas de la morfología y de la sintaxis, utilizando manuales elementales. Al llegar a la adolescencia, podía entrar como aprendiz de un oficio en cualquier taller, o bien abordaba enseñanzas más elevadas y seguía en la mezquita mayor los cursos de los maestros más prestigiados, que le iniciaban en el fiqh malikí (jurisprudencia extraída del Corán) y en la literatura.



Fig. 9. Niños recitando el Corán en una escuela del Maghreb

Conclusiones

Todos los acontecimientos que conforman la conquista musulmana de España están empañados de historias de amor desde sus inicios. La hermosa Florinda, la Cava, hija del conde don Julián, ha llevado en sus espaldas la carga de la conquista islámica de España según los historiadores españoles.

A lo largo del emirato y califato árabes el papel de las mujeres parece haber sido puramente sexual, tanto en el desempeñado por las esposas, como por el de las esclavas, aunque hay que entender que el amor sexual tiene un sentido mucho más profundo dentro de las doctrinas musulmanas. Por otra parte, las mujeres dedicaron su vida al hogar atendiendo todas ellas con gran esmero al señor de la casa, a la familia y a los hijos.

El concebir a la mujer hispanomusulmana como víctima de una vida de reclusión es un malentendido, la mujer como ser humano obedece a esta precisa cultura y como tal su vida acotada dentro de la familia no es de ninguna manera una coacción ni una imposición. Desde el punto de vista islámico la naturaleza está por encima de los sexos y la mujer no se considera inferior al hombre, al contrario, en el misticismo musulmán la mujer es un espejo de sí mismo que le da a conocer una parte de su propia esencia, más aún, se le manifiesta

como superior a él. Por el hecho de recordar la mujer al hombre su esencia original salida de Dios, ella es para él el espejo de Dios. El hombre encuentra su integridad en la mujer.

En este contexto, corroborado por los grandes pensadores islámicos, el amor sexual es susceptible de la más alta espiritualización. Remitiéndose al ejemplo de El Profeta, cuyo ejemplo fue de máxima bondad e indulgencia hacia las mujeres y que para un cristiano pudiera tener tintes mundanos, para un musulmán es no sólo diferente, sino incluso contrario, a saber: la santificación del amor sexual.

Aunque fueron una minoría, muchas mujeres destacaron en el terreno intelectual, como estudiosas de alta calidad, tanto en la poesía como significativamente en el género amatorio y erótico. Su influencia en la política fue determinante en el caso de Tarub y Aurora. La primera, favorita de abd al-Rahmán II, con la intención de que subiera al poder su hijo Abdallá, hijo suyo y de abd al-Rahmán II, intentó envenenar a éste de quien había sido tan amada, propósito que no se logró por la lealtad del médico que había preparado el veneno. Aurora, enamorada de Abí Amir, que fue después el famoso Almanzor, engañó al califa al-Hakam II que la adoraba ciegamente, consintiendo en que se secuestrara durante años a su hijo Hixem II; debido a su pasión pasó el califato de su hijo como una sombra mientras su amante gobernaba el imperio como un verdadero soberano. El resultado de su amor adúltero fue el hundimiento del califato hispanomusulmán al terminar la dictadura de Almanzor.

Estas historias de amor, el papel del arte amatorio de las mujeres hispanomusulmanas y la integración a su naturaleza como seres humanos, todo ello está estrechamente unido a una religión fundamentada en el libro sagrado, el Corán, cuyas páginas son constantes reflejos de un profundo amor a Dios y al prójimo.

Bibliografía

- Burckhardt, Titus, *La civilización hispano-árabe*, Alianza Editorial, Madrid, 1985.
- Castro, Américo, *La realidad histórica de España*, Editorial Porrúa, México, 1954.
- Dozy, Reinhart P., *Historia de los musulmanes en España*, Editorial Turner, Madrid, 1988.
- Lafuente, Modesto, *Historia General de España*, Montaner y Simón editores, Barcelona, 1887.
- Lévi-Provencal, E., *España musulmana*, Espasa-Calpe, Madrid, 1957.
- Henares Cuellar y Rafael López Guzmán, *Arquitectura mudéjar granadina*, Granada, 1989.
- Ibn Hamz de Córdoba. *El collar de la paloma. Tratado sobre el amor y los amantes*, Alianza Editorial, Madrid, 1993.
- , *Los caracteres y la conducta. Tratado de moral práctica*, Traducción de Miguel Asín, Imprenta Ibérica, Madrid, 1961.

- Navarro Palazón, Julio, *Casa y palacios de Al-Andalus. Siglos XII y XIII*, Lunwerg editores, Barcelona, 1995.
- Sánchez de Albornoz, Claudio, *La España musulmana. Según los autores islamitas y cristianos medievales*, Espasa-Calpe, Madrid, 1973.
- _____, *Una ciudad hispano-cristiana hace un milenio*, Editorial Nova, Buenos Aires, 1947.
- _____, *España y el Islam*, Editorial Sudamericana, Buenos Aires, 1943.
- Tonda Magallón, María del Pilar, *Movimientos cristianos de rebeldía en la España musulmana*. AM. Revista de la Facultad de Arquitectura-UNAM, 1997.
- Valdeavellano, Luis G., *Historia de España*, Manuales de la Revista de Occidente, Madrid, 1952.



El diseño gráfico en la vida cotidiana

LA ATENCIÓN EN LA PERCEPCIÓN DE LA VIDA COTIDIANA

• • •

DISEÑOS PARA ROMPER LA MONOTONÍA

• • •

EL *COLLAGE* Y LOS MOVIMIENTOS SOCIALES
EN LA REVISTA *LA GUILLOTINA*

• • •

FOTOGRAFÍA DE LO COTIDIANO.
LA POÉTICA DE LO URBANO
COMO TEMÁTICA DE REFLEXIÓN VISUAL

• • •

RÓTULOS EN LA CIUDAD, MARCANDO SU PROPIO ESTILO

• • •

EL CUERPO Y SUS EXTENSIONES
EN LA VIDA COTIDIANA

• • •

EL TRANSITAR POR LOS ESPACIOS DISEÑADOS

• • •

LOS ENVASES EN LA VIDA COTIDIANA

• • •

LA COTIDIANIDAD EN LOS ENVASES

• • •

● ● ● La atención en la percepción de la vida cotidiana

VERÓNICA ARROYO PEDROZA

Los seres humanos nos adaptamos continuamente al medio ambiente mediante las conductas y actividades mentales que desarrollamos. Ello se consigue gracias a la actuación conjunta e interactiva de diversos mecanismos, operaciones y procesos cognitivos, denominando a estos como las funciones mentales que poseen los seres racionales: atención, memoria, percepción, motricidad, lenguaje, son algunos de ellos.

De los temas a los que he dedicado parte de mi investigación de posgrado y que me interesan como docente del diseño por su interrelación, son la Percepción y con especial énfasis la Atención: ¿cómo atendemos los humanos?, ¿qué mecanismos neuronales se desencadenan cuando lo hacemos?, ¿qué procesos cognitivos se relacionan con estos?, ¿cuál es el punto de partida de la percepción?, son algunas de las interrogantes que me planteo.

En esta exposición me concretaré a hablar de la importancia de la atención como parte del proceso perceptual.

De toda la información disponible, en el medio externo e interno, sólo puede ser procesada una pequeña fracción en un tiempo dado. Para enfocar la conciencia sobre la parte relevante se postulan mecanismos que además inhiban la intrusión de estímulos distractores. Este conjunto de procesos neurológicos es llamado atención. (Mesulam, 1985).

Desde el momento en que los mecanismos atencionales se ponen en marcha, la actividad atencional pasa por tres momentos: **inicio, mantenimiento, y cese**.

La fase de inicio, también llamada de captación de la atención, tiene lugar cuando se producen ciertos cambios en la estimulación ambiental o bien cuando comenzamos una tarea. En el primero de los casos, las propias características de los objetos (color, tamaño, novedad)¹ captan involuntariamente nuestra atención, y la manifestación conductual más

¹ Los estímulos más novedosos o inusuales atraen más la atención que los familiares. Pero ésta relación no siempre es tan sencilla, puesto que la concepción de hasta qué un objeto es novedoso para un individuo depende, evidentemente, de la experiencia previa de dicho sujeto; en todo caso hay que considerar la novedad y la complejidad en términos de interacción entre el estímulo y el receptor. He aquí la importancia de personalizar los estímulos por medio del diseño gráfico según el caso, atencional, social, económico, de género, etc.

típica suele ser la **orientación de los receptores sensoriales** a la fuente de estimulación; (orientar el cuerpo, interrumpir otras acciones que se ejecutaban, aumentar el tamaño de la pupila, subir el ritmo cardiaco, etc.). En el segundo caso, cuando comenzamos una tarea, según el tipo de habilidades y/o destrezas que demande la tarea, se activarán unas u otras estrategias atencionales.

La Respuesta de Orientación, RO. Ha sido considerado como una de las propiedades más importantes de la atención y directamente implicado con la percepción. La mayoría de los modelos atencionales que han estudiado la RO destacan su carácter exploratorio, selectivo y no pasivo. Sokolov (1963), por ejemplo, afirma que su función básica es la de aumentar la sensibilidad de los receptores sensoriales, permitiendo así al organismo ser más receptivo a los cambios ambientales detectados y concentrarse en aquellos que son más relevantes.

Mantenimiento o permanencia. Para poder procesar la información que se nos presenta o para poder desarrollar eficazmente una tarea la atención ha de permanecer focalizada durante cierto tiempo. Se considera que el mantenimiento de la atención comienza cuando han transcurrido de 4 a 5 segundos desde que se inicia la fase de captación. La duración de este periodo de tiempo es, por supuesto, variable. Ahora bien, cuando el periodo de tiempo es considerablemente amplio, entonces hablamos de atención sostenida.

Cese de la atención. Finalmente, por mucho tiempo que mantengamos nuestra atención en una información o en una actividad, llega un momento en el que desaparece la atención prestada a un objeto, o cuando dejamos de concentrarnos en la tarea que estábamos desempeñando. A nivel perceptivo una de las manifestaciones más claras de cese de la atención tiene lugar cuando los objetos se presentan en el ambiente de forma repetida. En estos casos, la sensibilidad neural del organismo disminuye, y se manifiesta una falta de interés para seguir prestando atención a un objeto. A nivel de respuesta, si la tarea ha sido excesivamente larga y hemos mantenido la atención mucho tiempo, uno de los efectos más críticos es la sensación de cansancio y fatiga. Si además, la tarea era monótona, la sensación de fatiga va acompañada de la de aburrimiento.

En términos generales podemos afirmar que cuando los procesos atencionales se ponen en marcha somos más receptivos a los sucesos del ambiente y desempeñamos más eficazmente una gran cantidad de tareas, aunque esto exija de nuestro esfuerzo.

¿Cuáles son estos procesos o mecanismos de funcionamiento? Los procesos implicados pueden ser de tres tipos:

1. **Los procesos selectivos**, que se activan cuando el ambiente nos exige dar respuesta a un solo estímulo o tarea en presencia de otros estímulos o tareas variadas y diversas. Por ejemplo, nos centramos en lo que dice el conferencista en turno y no en la conversación que paralelamente tiene lugar en el pasillo.

2. **Los procesos de distribución** que se ponen en marcha cuando el ambiente nos exige atender a varias cosas a la vez y no como en el caso anterior, centramos en un único aspecto del ambiente. Uno de los casos más ejemplificadores de esta situación es la actividad de manejar: mientras manejamos hablamos con nuestro acompañante, miramos por el espejo retrovisor para comprobar si alguien quiere rebasarnos, tenemos que controlar el movimiento de los pedales y del volante, etc.

3. **Los procesos de mantenimiento** o sostenimiento de la atención, que se produce en cuanto tenemos que concentrarnos en una tarea durante periodos de tiempo relativamente amplios. Un ejemplo típico en el que el sujeto ha de estar atento durante mucho tiempo es el de la lectura o el estudio.

Desde este punto de vista, vamos a definir la atención como el mecanismo implicado directamente en la activación y el funcionamiento de los procesos y/u operaciones de selección, distribución y mantenimiento de la actividad psicológica.

Para que estos mecanismos atencionales se pongan en marcha, se desarrollen adecuadamente y estén sometidos al control del individuo, es necesario que utilicemos determinados pasos y/o procedimientos que reciben el nombre de **estrategias atencionales**.²

Con respecto a los procesos cognitivos, el que más estrechamente se ha vinculado con la atención ha sido la percepción. La atención se ha concebido en muchas ocasiones como una propiedad o atributo de la percepción gracias al cual seleccionamos más eficazmente la información que es relevante para el organismo. Esta propiedad selectiva de la percepción produce dos efectos principales:

- 1) Qué se perciban los objetos con mayor claridad. Esta fue la postura generalmente adoptada por la psicología científica de finales del siglo XIX, y aún hoy día persisten en buena parte de modelos teóricos, sobre todo en el ámbito de la **atención visual**.
- 2) Qué la experiencia perceptiva no se presente de forma desorganizada sino que, al excluir y seleccionar datos, éstos se organicen en términos de fondos y figura.

En tiempos pasados era común que a la inteligencia se le atribuyera la capacidad de atención. Hoy por el contrario la postura general afirma que la atención puede ser conceptualizada como un componente estructural de la inteligencia. Por ejemplo la capacidad con la que una persona reorienta su atención y la capacidad de atender a más de un estímulo se consideran componentes importantes de la inteligencia.

² Es importante tener esto en cuenta, no sólo porque se pueden modificar y mejorar con la práctica, sino porque posiblemente podamos desarrollar estrategias encaminadas a mejorar el funcionamiento de distintos mecanismos de atención, los factores que la mediatizan, así como la forma de controlarla.

Por esto:

1) Los procesos atencionales no sólo seleccionan la información perceptual entrante, sino que **también intervienen en el procesamiento activo de esta.**

2) Atención e inteligencia se definen en términos de habilidad para manejar una gran cantidad de información; (Carr,1984), por ejemplo, afirma que la atención es un proceso ejecutivo implicado en la selección de metas, la planificación de las secuencias de las operaciones necesarias para alcanzar dichas metas y en la ejecución de esas secuencias.

Se considera que esta idea es importante de señalar porque el estrecho vínculo que, desde el inicio de la psicología científica, ha existido entre atención y percepción, ha hecho que la primera haya sido estudiada sobre todo en las primeras fases del procesamiento, es decir, en el momento de análisis de la información. **Pero habrá que insistir en la idea de que la atención actúa a lo largo de todas las etapas del procesamiento.**

Conclusiones

Así entonces, la atención será un mecanismo vertical que articula los distintos procesos psicológicos y que ejerce una función de control sobre ellos. (Tudela, 1992; Roselló y Mir, 1996; Ruiz-Vargas y Botella, 1987). Las funciones específicas más importantes de dicho mecanismo serían las siguientes:

- 1) Ser más receptivos a los sucesos del ambiente.
- 2) Llevar a cabo un adecuado análisis de la realidad.
- 3) Facilitar la activación y el funcionamiento de otros procesos psicológicos, en especial la percepción.
- 4) Ejecutar eficazmente las tareas, sobre todo aquellas que exigen esfuerzo.

Bibliografía

- García Sevilla, Julia (1997), *Psicología de la atención*, Editorial Síntesis, Madrid.
- Sokolov, E.N. (1960), "Neuronal Models and orienting reflex", en M.A. Brazier (ed.), *The central nervous system and behavior*, Nueva York, J. Macy, pp. 187-212.
- _____ (1963), *Perception and Conditions Reflex*, Nueva York, Pergamon.
- Tudela, P. (1992), "Atención", en J.L. Fernández-Trespalacios y P. Tudela (coords.), *Atención y Percepción*, vol. 3, pp. 119-163, en J. Mayor y J.L. Pinillos (eds.), *Tratado de psicología general*, Madrid, Alhambra.
- Roselló, J. (1996), *Psicología de la atención. Introducción al estudio del mecanismo atencional*, Madrid, Pirámide.
- Ruiz-Vargas, J.M. y J. Botella (1987), "Atención", en J.M. Ruiz Vargas (dir.), *Esquizofrenia: Un enfoque Cognitivo*, Madrid, Alianza.

Carr, T.H. (1984), "Attention, skill and intelligence: Some speculaions on extreme individual difference in human performance", en P.H. Brooks, R. Sperber Ch. Mc. Cauley (eds.), *Learning and cognition in mentally retarded*, Hillsadle, N. J., Erlbaum

Fuentes en línea

<http://es.wikipedia.org/wiki/Portada> en

http://es.wikipedia.org/wiki/Proceso_cognitivo

Consultadas el 25 de febrero de 2007.

Mesulam MM. (1985), *Principles of Behavioral neurology*, FA Davis Co. Philadelphia. En

<http://neurologia.rediris.es/congreso-1/conferencias/neuropsicologia-2-3.html>

Allegri F. Ricardo. *Atención y negligencia: bases neurológicas, evaluación y trastornos*, Primer Congreso Virtual Iberoamericano de neurología (1998).

Consultadas el 12 de junio de 2007.



Diseños para romper la monotonía

MANUEL DE LA CERA ALONSO Y PARADA

La perplejidad de los aduaneros

En 1927 el famoso fotógrafo norteamericano Edward Steichen compró en París la escultura “*El Pájaro*” creación del artista rumano Constantin Brancusi. Al embarcarla hacia Estados Unidos, Steichen la registró como una obra de arte con lo cual, en virtud de la normatividad vigente en aquella época, supuestamente debía quedar eximida de pagar cualquier tipo de arancel.

Sin embargo, cuando “El Pájaro” fue inspeccionado al llegar a puerto, los aduaneros determinaron clasificar a ese raro objeto dentro de la categoría de los *utensilios de cocina y los enseres hospitalarios!*

Steichen se vio en la obligación de gastar 600 dólares para poder introducir esta pieza a su país ya en ese momento, no logró convencer a nadie, de que aquel objeto era una obra artística y no un producto del diseño industrial.

Los criterios estéticos imperantes entre el personal de aduanas de aquel entonces, anclados en la noción platónica de la “mimesis” les impedían apreciar las novedosas cualidades artísticas de esa escultura. (1)

En la perspectiva cultural de estos rudimentarios funcionarios, ese estilizado pedazo de metal no alcanzaban a representar a un ave, puesto que en ella no aparecían ningunas alas, tampoco algunas plumas o al menos la forma de una cabeza que fuese similar a la de un pajarraco.

El objeto en cuestión al estar desprovisto de cualquier rasgo icónico realista, debía ser por lo tanto algún extraño instrumento cuya utilidad a pesar de no estar muy clara, seguramente pertenecía al mundo de la tecnología y de alguna incierta manera tenía que insertarse, de acuerdo con la opinión de aquellos aduaneros, en el sistema de los objetos de uso cotidiano.

¿Qué los indujo a considerarla como un utensilio de cocina o un instrumento para hospitales? No lo sabemos con exactitud. Lo que es evidente es que jamás percibieron ni interpretaron esta obra como lo que pretendía ser.

La citada escultura, apreciada hoy en día bajo los términos de la concepción modernista del arte, condensa en su estructura formal la esencia misma de todo pájaro, es decir, *el vuelo*.

“El Pájaro” captura metafóricamente el instante preciso en que el ave despega y queda suspendida en el aire. La obra del escultor rumano evoca mediante la transfiguración de

la materia, en este caso el bronce, una bella alegoría de la libertad y el movimiento, y es una referencia obligada para el análisis de las obras plásticas más importantes producidas durante el siglo XX.

La anécdota de los vericuetos que tuvo que sortear “El Pájaro” de Brancusi para ingresar a Estados Unidos para quedar al fin en manos de su propietario inicial, el anteriormente mencionado maestro Steichen, nos lleva a ligarla de manera directa con una vieja discusión en el terreno de la cultura.

¿Cómo determinamos que algo es arte y cuándo no lo es? ¿Puede el diseño alcanzar el rango del arte?

Mucho se ha escrito al respecto a lo largo de la historia. El problema ha generado teorías diversas que se expresan básicamente a través de dos visiones o enfoques distintos.

Por una parte encontramos la visión formalista del arte que suele confrontarse con la visión funcionalista del diseño.(2)

La antigua interrogante de si la forma precede a la función, o de si la función puede adoptar cualquier forma, sigue vigente en nuestro tiempo, pero desde luego, a partir del auge y la expansión de la tecnología a nivel global, el tema ha ido adquiriendo nuevos matices que hacen más apasionante aun, éste añejo debate.

En la vida cotidiana, encontramos a diario una infinidad de ejemplos que nos permiten constatar que la funcionalidad en el diseño tiende a diluirse con relativa frecuencia en aras de buscar artefactos con niveles de mayor vistosidad decorativa para así generar productos destinados a alimentar al sistema de las modas. Los diseños proyectados con tales propósitos son los que suelen alterar la monotonía de la cotidianidad, aunque en muchas ocasiones se caiga en la manía de desarrollar estilos sobrecargados y ociosamente *sobrediseñados* que convierten a muchos objetos y mensajes gráficos en elementos muy poco prácticos.

La vida cotidiana es un tema que durante los últimos años ha cobrado relevancia en el ámbito de la historia, la antropología y la sociología. La disciplina del diseño no puede escapar a esta situación. Como actividad está involucrado de manera intrínseca en la reconstrucción de un momento histórico determinado. Es así como a partir de las vasijas y elementos ornamentales se puede esclarecer costumbres y rituales en culturas prehistóricas, por ejemplo. Este trabajo pretende evidenciar la actividad cotidiana de crear y manufacturar objetos, es decir de diseñar, y no sólo la relación de los objetos con la sociedad. Primero se hará un acercamiento a definiciones del diseño para evidenciar la acción de diseñar y el desarrollo de la técnica como aspectos fundamentales para desarrollar productos en la actualidad. Luego se analizará el caso de una pequeña unidad productiva textil, la cooperativa Mujeres Para Hoy. Con un par de ejemplos se intentará demostrar cómo en lo cotidiano se realizan dichas prácticas de diseño.

La moda Swatch

Pensemos en el caso de la marca Swatch. Ciertamente la particularidad de estos relojes reside en la fusión del diseño gráfico y el arte que se integra en cada una de las múltiples coloridas carátulas que esta empresa ha fabricado a lo largo de ya algunas décadas.

Siendo muy ortodoxos podríamos determinar que un reloj que impide leer la hora con comodidad y eficiencia está mal diseñado. Esto ocurre sin duda con muchos de los diseños de Swatch. ¿Por qué entonces han tenido tal grado de aceptación?

Estimo que una parte del éxito y la popularidad de estos relojes emana de sus peculiares diseños que alteran la monotonía rompiendo el esquema tradicional de la función que estos aparatos en teoría deben tener, para dotarlos de un carácter especial que busca la seducción del consumidor a través de promover una respuesta emocional deliberadamente individualizada, al imprimirle una alta dosis estética y de impacto visual a sus productos. La compañía Swatch, al idear esta estrategia creativa con el concurso de los diseñadores industriales, gráficos y los pintores que intervinieron en este proyecto, revitalizaron la industria relojera suiza que se encontraba acosada por la competencia japonesa, y propiciaron un fenómeno espectacular en su ramo. Al optimizar y bajar los costos de producción los ingenieros de esta empresa dieron a Suiza la oportunidad de ofrecer relojes agradables y relativamente económicos para el resto del mundo.

Es verdad que la idea de Nicholas G. Hayek de contar con un reloj desechable fue una aportación mercadotécnica que subvirtió el concepto tradicional que teníamos de este artefacto como un objeto más perdurable. Arrojada por la fascinación persuasiva de los llamativos diseños de las carátulas y las empuñaduras, la reacción positiva que se produjo entre los consumidores, favoreció la rápida comercialización de este instrumento de uso tan cotidiano e indispensable en las sociedades modernas.

Los relojes Swatch se compran no tan sólo por su eficacia funcional, sino sobre todo por el magnético atractivo de ciertos diseños que han llegado a convertirse en objetos de colección para los usuarios más sofisticados que los valoran como objetos para ser contemplados como auténticas obras de arte.



En este caso concreto, la experiencia de la belleza prevalece sobre el criterio de funcionalidad y pone en entredicho los postulados que durante milenios orientaron el sentido que todo buen diseño anhela tener.

Hace dos mil años el arquitecto romano Vitrubio había estipulado en su extenso Tratado de la arquitectura los principios esenciales que toda construcción debía tener, a saber, “**Firmitas**” (dureza o firmeza), “**Utilitas**” (practicidad, y comodidad) y “**Venustas**” (belleza y delectación). (3)

Por extensión histórica de esta antigua concepción teórica, no podemos ignorar que el diseño involucra inextricablemente estos tres elementos que se correlacionan de manera diversa en los diferentes géneros en los que la disciplina se expresa, estando siempre presentes en su devenir y desarrollo.

La durabilidad, la funcionalidad y la belleza de los productos del diseño se integran a la vida cotidiana gracias a que el trabajo de los diseñadores unifica los componentes de la resistencia de los materiales ligándolos con los del uso, sin descuidar el aspecto estético que refuerza la posible belleza de los objetos diseñados a través del estilo.

Las preguntas que inevitablemente se derivan de lo anteriormente expresado, bordean como es obvio suponer las fronteras conceptuales de la polémica que antes esboqué en este mismo escrito. ¿Qué tipo de combinación con estas cualidades genera un buen producto de diseño? ¿Cuánto hay que trabajar en el aspecto formal y cuánto en el funcional para lograr un objeto idóneo de diseño?

No hay por supuesto una respuesta unívoca al respecto.

Jorge Frascara identifica la existencia de cuatro tipos de diseños.

El diseño realizado para apoyar a la vida, el diseño hecho para facilitar la vida, el diseño pensado para mejorar la calidad de la vida y por último lo que él llama el “diseño inconsecuente”.

En el primer caso el diseño que *apoya a la vida* se hace para promover y garantizar la salud y la seguridad, a nivel industrial, vial, higiénico, etc.

Las tareas emprendidas por el diseño *para facilitar la vida* nos ayudan a hacer mejor ciertas actividades, al propiciar que las realicemos con mayor rapidez, comodidad y eficiencia. Algunos ejemplos de este tipo de diseño son los instructivos gráficos, los sistemas de señalización, las herramientas y el mobiliario, ya sea urbano o de interiores.

A su vez el diseño que pretende *mejorar la calidad de vida* según Frascara se centra en los valores que nutren la dimensión humana como son las cualidades espirituales, los valores culturales, el humor, el placer y ciertamente también la belleza y el despertar de la conciencia.

El diseño “*inconsecuente*” de acuerdo con este mismo autor, es el que se hace con un sentido netamente comercial para apoyar al corporativismo y aunque es útil para la economía de mercado, en términos generales tiene consecuencias e impactos relativamente pequeños en el conjunto de la sociedad. (4)

Los productos de diseño por definición pertenecen a la cotidianidad; para comprender y explicar mejor su inserción en ella, es útil emplear estas cuatro perspectivas o categorías de análisis sugeridas por Frascara, las cuales suelen presentarse conjugadas simultánea o alternadamente en muchos objetos que poseen las propiedades de cada una de ellas.

En otro de sus libros este mismo investigador plantea que el buen diseño es aquel que de cierta manera se vuelve invisible para el usuario, ya que por su discreta eficacia se integra de manera casi natural al conjunto de sus hábitos y costumbres dentro del sistema de objetos en el cual se despliega. Notamos con molestia la trascendencia de la ausencia del buen diseño cuando las cosas no funcionan adecuadamente y dificultan o afectan nuestras rutinas cotidianas. (5)

Durante el siglo XX surgieron muchos diseños cuyo peculiar estilo me parece que no se apega a estas muy válidas consideraciones de Jorge Frascara que acabo de mencionar.

Se trata de objetos que desde mi punto de vista fueron hechos a partir de proyectos ideados con la clara intención de romper la monotonía en la que solemos caer los seres humanos. Por lo general la peculiar forma de este tipo de diseños adopta estilos cuya singularidad roza los extremos de lo estrambótico o lo francamente estrepitoso. El plano del contenido implícito en ellos surge de una concepción propia de la era postindustrial, el cual adquiere una relevancia singular al momento de transformarlos en unidades tangibles en las que el plano del contenido explícito revela la fascinación lúdica y hedonista de sus creadores.

La torre Eiffel irrumpe en la escena mundial

Un icono referencial a través del cual podemos iniciar una breve exploración de este tipo de diseños es la famosísima torre Eiffel.

Enclavada en la hermosa ciudad de París, a orillas del río Sena, este monumento histórico concebido por el ingeniero Gustave Eiffel en 1887, con la colaboración de los ingenieros Koechlin y Noguier, se incorporó al programa oficial de la Exposición Universal de 1889.

El diseño de la torre de “trescientos metros de altura“ (La Tour de Trois Cents Mètres), causó estupor e indignación a un numeroso grupo de artistas entre los que se encontraban algunos que pasarían a la posteridad por sus aportaciones estéticas como el músico Charles Gounod, los escritores Guy de Maupussant y Alejandro Dumas hijo, quienes junto con la firma de otros muchos nombres menos conocidos suscribieron un desplegado que apareció publicado en 1887 en el periódico “Les Temps”, con el título “*Protesta de los artistas contra la Torre del señor Eiffel*”. Estos artistas hacían eco de la furia que la enorme estructura de acero había generado entre amplios sectores de la ciudadanía que la veía con desprecio por detentar una forma desnuda que rompía por completo con la monotonía urbana a la que estaban habituados.

Entre las razones que se esgrimían en la protesta de marras estaban éstas:

en nombre del gusto francés, que ha sido depreciado, y en nombre del arte y la historia franceses, que se han visto amenazados, contra la erección, en pleno corazón de nuestra capital, de la inútil y monstruosa torre Eiffel, que la maledicencia popular, a menudo marcada por el sentido común y el espíritu de justicia ya ha bautizado con el nombre de la “torre de Babel”. (...) ¿Es que la ciudad de París va a seguir asociándose de este modo a los delirios extravagantes y mercantiles de un fabricante de máquinas y afearse y deshonorarse de forma irreparable? Porque la torre Eiffel, que ni siquiera querría para sí la comercial América es, no lo duden, la deshonra de París.

Otros panfletos igualmente insidiosos en contra de la torre aparecieron firmados por personalidades como el poeta Paul Verlaine quien la describió como un “*esqueleto de atalaya*”, o Karl Huysmans quien no titubeó al calificarla como “*ese repugnante poste de rejas, ese enrejado infundibuliforme*”

Cuando en la actualidad leemos estas diatribas tendemos a sonreír, pero en su momento constituyeron una enorme presión pública que buscaba afanosamente la remoción de la polémica torre del paisaje urbano de París. El ingeniero Eiffel tuvo que argumentar con gran ímpetu a favor de su innovador diseño apelando a las evidentes virtudes tecnológicas que su propuesta representaban para la ingeniería y las ciencias francesas.

Afortunadamente, con el transcurso de los años el proyecto del señor Eiffel se consolidó en el gusto colectivo de la mayoría de los franceses y del resto del mundo, y a la postre se convirtió en el símbolo por excelencia de la ciudad de París.

Esta torre conjuga una serie de elementos que marcaron en varios sentidos la pauta a seguir durante el siglo pasado para muchos otros proyectos, tales como la innovación técnica y formal con que fue concebida, la exigencia en materia de calidad, la buena gestión de los contratos, la organización ejemplar de la producción y un financiamiento audaz y eficiente. Todo lo cual consagró a Gustave Eiffel como el ingeniero más famoso del mundo pero sobre todo como *el inventor de un nuevo mundo*. (6)



Resulta curioso apreciar como el siglo XX se inició, en términos de diseño, con las secuelas de una acalorada polémica que despreciaba la fealdad de una monumental obra de arte y cerró con la construcción en 1997 del último gran icono arquitectónico del siglo pasado, el Museo Guggenheim de Bilbao, obra concebida por el talento del canadiense Frank Gehry.

Este museo al contrario de lo ocurrido con la Torre Eiffel, se vio beneficiado desde su inauguración por la aprobación popular. A pesar de que el éxito del proyecto se comprueba, al menos en términos estadísticos, simplemente al constatar el número gigantesco de turistas que cada año visitan este excepcional edificio, Gehry no ha estado exento de críticas derivadas sobre todo de las objeciones planteadas por parte de especialistas muy exigentes que ven en su proyecto y en general en el método de trabajo de este arquitecto, la costosa y ostentosa materialización de la caprichosa egolatría de su creador y destacan las numerosas fallas funcionales que de acuerdo con ellos presenta el programa arquitectónico de este fantástico inmueble finisecular.

Es innegable que algunas de las críticas enderezadas en contra de Gehry son válidas en especial las que recoge el Deyan Sudjic en su primordial libro “The Edifice Complex”, en el cual se desmenuza con argumentos muy provocativos y robustos, el papel que la arquitectura juega dentro de las estructuras del poder. (7)

Con todo, el Museo Guggenheim de Bilbao será considerado en el futuro sin duda alguna como uno de los logros más representativos del espíritu de esa faceta de la posmodernidad que prefiere sacrificar la funcionalidad a cambio de conseguir una espectacularidad formalista que se transforma en signo icónico y se convierte en representación simbólica del poder económico y político del statu quo.

Los paralelos entre estos dos iconos revolucionarios del diseño del siglo XX son varios.

Ambos proyectos rompieron los parámetros estilísticos convencionales a través del manejo de formas innovadoras y espectaculares. Las dos fueron erigidas con materiales manejados con criterios vanguardistas como son el acero, además del titanio y el cristal en el caso del Museo Guggenheim.

Las dos obras implicaron esquemas de financiamiento eficientes y una organización óptima de todo el proyecto con altos estándares de calidad en su ejecución.

En los dos casos sus autores arriesgaron al abordar el manejo del lenguaje formal de sus diseños con la finalidad de cristalizar su talento y capacidades imaginativas a través de cuajar obras inéditas en la historia de la arquitectura.

Ambas edificaciones se han convertido en los símbolos de lo vanguardista y son efigies de sus respectivas ciudades.

Los dos son diseños que quebraron con gran eficacia la monotonía del entorno urbano en donde fueron construidas, y dada su evidente espectacularidad son imanes de atracción que despiertan la admiración de millones de personas de todo el planeta.

Ambas creaciones revolucionaron en su momento las pautas estéticas y se significaron como dignos representantes de la atmósfera cultural de sus correspondientes periodos históricos. Al final, los dos proyectos triunfaron por encima de las adversidades y las circunstancias que se oponían a ellas y obtuvieron el éxito buscado, convirtiéndose en legados indudables para el género humano.



El presente escrito no pretende ser una minuciosa antología de todos los diseños que durante el siglo XX y a principios del XXI han roto con la monotonía. El espacio que se me ha asignado en esta publicación no alcanzaría para abarcarlos a todos.

De cualquier manera, quiero resaltar algunos ejemplos destacados en el terreno del diseño industrial y también en el de la comunicación gráfica, ya que en mi opinión se ajustan a esta misma dinámica de la alteración de lo monótono.

Una rápida visita al *Push Pin Studio*

Si algo caracteriza al trabajo surgido del *Push Pin Studio* es su clara vocación de libertad expresiva que representa la antítesis de la monotonía y la frialdad en el terreno del diseño gráfico contemporáneo.

Los cofundadores principales de este exitoso despacho estadounidense fueron dos avezados neoyorquinos, Seymour Chwast y Milton Glaser, quienes durante su juventud se conocieron cuando asistían a la escuela de diseño y arquitectura “Cooper Union” de Manhattan, lugar de donde por cierto también egresaron en diversas etapas Herb Lubalin, Eva Hesse, Daniel Liebeskind, John Hedjuk y Check Hoberman, entre otras personalidades que han dejado su impronta en el mundo del arte, la arquitectura y el diseño modernos.

Mientras que Chwast cultivaba un especial gusto por la cultura popular de su país y probaba suerte en algunas revistas donde no tuvo mucho éxito, Glaser hacía estudios de grabado en Italia con el maestro Giorgio Morandi.

La experiencia europea puso al recién graduado Glaser en contacto con las vanguardias artísticas, especialmente con la obra de Pablo Picasso y con la pintura renacentista italiana, de la cual es un ferviente admirador.

La conjugación de estas dos visiones, una muy refinada y la otra más ordinaria pero no menos relevante, les abrió a estas dos versátiles personalidades, la oportunidad de asimilar los lenguajes del gran arte del pasado, junto con las manifestaciones más vanguardistas y las expresiones vernáculas de su tiempo.

Esa afortunada asimilación, así como el dominio técnico y el gran oficio de ambos diseñadores, los habilitó para desarrollar una creatividad sin límites, manifestada a través del uso de varios estilos gráficos que entraron en sintonía con los códigos que moldearon la atmósfera cultural de aquellos agitados años de la década posterior a la Segunda Guerra Mundial.

La formidable influencia de este centro de experimentación gráfica alcanzó una alta resonancia en la cultura visual norteamericana de los años 50, 60 y 70 del siglo XX, sobre todo porque en él, las barreras entre arte, grabado, dibujo, pintura, acuarela, tipografía, caligrafía y diseño se fusionaron en favor de una comunicación más rica, a veces exagerada en sus formulaciones visuales, pero siempre muy sugerente y persuasiva.

Además de Chwast y Glaser, el Push Pin Studio tuvo entre sus socios a Reynold Ruffins y a Edgard Sorel quienes iniciaron actividades en 1955. En años sucesivos el negocio prosperaría y a él se integrarían un vasto racimo de valiosos diseñadores .

El medio a través del cual Push Pin empezó a darse a conocer entre el público norteamericano fue una pequeño almanaque en que se hacían toda clase de experimentos visuales.

Esta modesta pero ingeniosa publicación aglutinaba en sus páginas, ilustraciones, tipografías y diseños que contrastaban claramente con los lenguajes más racionales, metódicamente estudiados y fríamente calculados de la corriente modernista suiza que dominaba aquellos años.

En ese sentido, el *Push Pin Almanak* impulsó el ingreso de la posmodernidad al ámbito del diseño gráfico norteamericano.

El efecto que causaron en la sensibilidad de Chwast y Glaser, el Art Nouveau, los dibujos chinos, los grabados en madera alemanes, la pintura primitiva americana, la Secesión Vienesa y otras formas de arte, fue el motor que los incitó a desmarcarse del esquemático y riguroso estilo funcionalista suizo que renegaba de todo aquello que a este par de geniales diseñadores más les atraía de esas influencias estéticas antes citadas, es decir, la ornamentación desmesurada, la ilustración narrativa, las ambigüedades visuales, el juego con la intuición y las soluciones conceptuales impregnadas de emoción.

Al respecto Milton Glaser ha comentado lo siguiente:

...This was the early fifties, a time when Swiss modernism and the Westport School of Illustration , most frequently characterized by the work appearing in the Saturday Evening Post, were dominant in our visual culture even though that ideological combination is almost incomprehensible. Another characteristic that defined our work was our integration of design, typography, and illustration into a single practice. We belived strongly that the separation of these disciplines into specialized activities was arbitrary and unproductive. We know, like all emerging generations , that we wanted to discover something of our own. We were children of modernism but turned to the past for inspiration just as the artists of the arts-and- crafts movement had. We were excited by the very idea that we could use anything in the visual history of humankind as influence... (8)

Las fuentes del pasado fueron el prolijo surtidor del cual emanaron las referencias visuales indispensables para que Push Pin nutriese su lenguaje característico y confrontase las constricciones que imperaban en aquella lejana mitad de la década de los años cincuenta.

La audacia con la que acometieron esta posición estética y comunicativa, les permitió construir un ensamblaje visual que transmutó los rígidos esquemas de aquella época. Nuevamente el diseño encontró una vertiente que transgredía la monotonía mediante formulaciones expresivas llenas de imaginación y talento plasmadas en carteles, libros, revistas, anuncios y toda clase de medios propios del diseño gráfico.

La colaboración profesional entre Seymour Chwast y Milton Glaser duró 20 años, ya que este último decidió formar su propio despacho de diseño a principios de la década de los años setenta.

Chwast continuó dirigiendo el Push Pin Studio, que hasta la fecha ha servido como aparador para el lucimiento del trabajo de una multiplicidad de diseñadores e ilustradores que a lo largo de los años han colaborado en sus tareas.

Elwood H. Smith, Haruo Miyauchi, Hedda Jonson, Richard Mantel, John O'Leary, Barbara Sandler, Bernard Bonhomme, Georg Stavrinou, David Croland y Michael Hostovich se cuentan entre los ilustradores que colaboraron con Push Pin.

Entre los fotógrafos que pasaron por ahí, destacan Sarah Moon, Benno Friedmann y Arnold Rosenberg.

El entusiasmo inicial con el que esta plataforma de la comunicación gráfica inició sus labores no se ha perdido y todavía sigue siendo un catalizador de ideas frescas que frecuentemente nos sorprenden, con la belleza, el ingenio y la carga imaginativa de sus diseños e ilustraciones.

Es notable descubrir el ímpetu con el que el iniciador de este revolucionario esfuerzo de trabajo, Seymour Chwast habla aún en nuestros días:

Four decades after publishing the first Push Pin Monthly Graphic, I am still excited. In fact, this "amateur effort" continues today with a modest occasional journal called the Nose. At this writing, I just finished number 8 and can't wait to start at the next one. (9)



No me detendré a revisar el aporte de otros importantes diseñadores que desarrollaron su labor y dieron relevancia a la primera etapa del posmodernismo gráfico, puesto que este espacio, como antes aclaré, no me lo permite.

La segunda parte del posmodernismo en el diseño gráfico internacional presenta un panorama mucho más difuso, ya que la irrupción de la tecnología digital ha tenido una elevada influencia, tanto en el ejercicio de la profesión como en los lenguajes visuales que en ella se originan. Está claro que el diseño gráfico es el que más se ha beneficiado con estas nuevas tecnologías y paradójicamente, esta misma circunstancia ha tenido al mismo tiempo algunas repercusiones negativas para la profesión sobre las que ahora no me extenderé.

No en balde Rick Poynor ha afirmado que ya no existen más barreras ni reglas en el diseño gráfico actual.(10)

Basta echar una mirada a las aportaciones de personas como April Greiman, David Carson, Peter Saville, Neville Brody, Tibor Kalman, Wolfgang Weingart, Michael Beirut, Edward Fella, Stefan Sagmeister, y en general a todo el entorno del diseño gráfico de más reciente factura, para verificar esta panorámica tan variada. Los diseños de estas personalidades se han hecho célebres en razón de la pluralidad de imaginativas maneras con la que han acometido sus respectivos encargos, en los que los códigos derivados de la era tecnológica han jugado un papel determinante para la configuración de sus específicos estilos personales de trabajo.

Para cerrar este texto, voy a referirme ahora a un par de ejemplos en el campo del diseño industrial, en los cuales las tesis de los diseños que sirven para romper la monotonía de la cotidianidad, encuentra un apuntalamiento evidente.

Philippe Starck, su “inútil” exprimidor y el regreso triunfal del “Pájaro”

En el firmamento de las estrellas contemporáneas del diseño internacional, Philippe Starck ocupa un lugar destacadísimo.

Nacido en 1949, el alguna vez considerado “*enfant terrible*” del diseño francés, saltó a la fama a principios de los años ochenta cuando el presidente Mitterrand lo comisionó para que remodelara parte del mobiliario del Palacio del Eliseo en París.

La carrera de Starck está basada fundamentalmente en el énfasis que pone en el tratamiento del estilo como premisa fundamental para orientar sus soluciones de diseño. Su desinhibido manejo formal le ha granjeado la simpatía de numerosos acólitos que veneran sus artefactos como objetos de culto.

El enfoque conceptual particular en torno a su labor lo ha llevado a señalar lo siguiente:

En cierto sentido, yo pienso que el trabajo de los diseñadores debe orientarse cada vez más en emplear su tiempo para producir signos... y cada vez menos en producir objetos. (11)

Esta reveladora declaración de Philippe Starck ubica claramente su posición dentro del clima social de la cual emana.

La sociedad posmoderna se mueve en función de modas que satisfacen las aspiraciones hedonistas del individualismo contemporáneo. El sociólogo Gilles Lipovetsky es una referencia obligada al abordar estos temas, ya que entre otros autores, se ha encargado de demostrar en sus libros, esa proclividad hacia la búsqueda obsesiva del placer en esta etapa de la historia humana. (12)

No es extraño encontrar una infinidad de diseños que desde esa perspectiva buscan trascender el tedio y le arrebatan dosis de aburrimiento, a la monotonía cotidiana, con sus estilizadas formas que se integran al paisaje diario de las elites que los consumen.

En esa amplia franja de lo “efímero” por la que cruza la sociedad actual, las creaciones de Starck se desenvuelven como peces en el agua.

Uno de los iconos más reconocidos de este diseñador es el célebre exprimidor de limones y naranjas. De acuerdo con su creador ese objeto es sobre todo una simbólica “microescultura” más que un instrumento funcional. El verdadero propósito para el que fue planeado, no fue precisamente para que se emplease para exprimir miles de limones. De hecho si eso ocurriese el material en el que está construido tendería a sufrir una rápida corrosión ocasionada por la acidez de los cítricos. Starck no tiene ningún empacho al resaltar que su inusual exprimidor es sobre todo un artefacto que facilita detonar el pretexto ideal para entablar una conversación con su suegra.



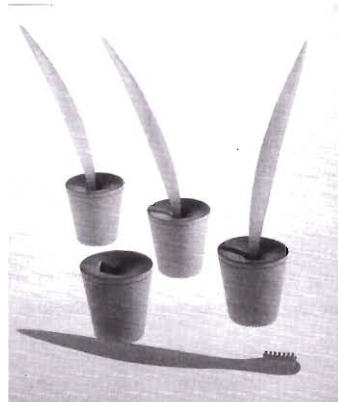
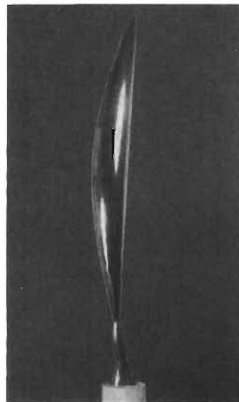
Algunos de los proyectos que dieron fama mundial a este conspicuo personaje del campo del diseño son el Café Costés de París (1984), actualmente ya cerrado; el restaurante Manin de Tokio (1987), y sobre todo el Hotel Royalton de Nueva York (1988).

Al inicio de este trabajo mencioné la perplejidad que la escultura “El Pájaro” de Brancusi ocasionó en unos aduaneros norteamericanos. La vida, todos lo sabemos, da muchas vueltas.

¿Quién iba a pensar que más de 60 años después de aquella anécdota el tema sería retomado por este afamado diseñador industrial?

En efecto, inspirado en esa misma escultura, Philippe Starck diseñó en 1990 un refinado mango para un estilizado cepillo dental promovido por la compañía L’Oreal.

El “Pájaro” regresó con nuevos bríos, reinterpretado por este audaz francés demostrándonos que en efecto, la rústica apreciación de aquellos aduaneros norteamericanos no era tan descabellada después de todo. ¡Una auténtica vuelta de tuerca registrada en la historia del arte y el diseño!



Una cajonera ondulante

Mencionaré otro ejemplo que pone de relieve el valor de alterar la monotonía en el diseño. Se trata del “*Furniture in Irregular Forms 2*” del japonés Shiro Kuramata.

Este diseñador declaró que desde su niñez había adorado los cajones “llenos de juguetes y perinolas y tarjetas de colores... cajones en desorden”. (13)

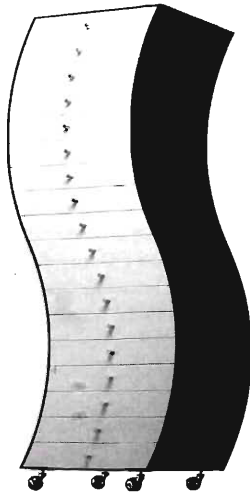
El mueble que creó Kuramata en 1970 es un reflejo nítido del afán por encontrar una salida a las obsesiones emocionales que subyugaban la imaginación de este singular diseñador.

La pieza en cuestión, no es por supuesto, un mueble práctico ni barato. Su precio inicial rondaba los diez mil dólares. Hoy de seguro debe costar muchísimo más dinero.

El impacto visual que genera su ondulante morfología y es de tal magnitud, que difícilmente se borra de nuestra memoria.

El osado objeto concebido por Kuramata tuvo una enorme repercusión en los círculos profesionales del diseño. Por desgracia, este diseñador murió prematuramente a los 57 años de edad, dejando inconclusos una gran cantidad de proyectos.

Su estrambótica cajonera ha pasado a la historia de los muebles como un icono que demuestra una vez más que lo formal, como vía de escape para las emociones más íntimas, fue en el siglo XX una consideración prioritaria para muchas tendencias del diseño, que eclipsaban la estimación indispensable de la funcionalidad de los objetos y los mensajes.



La emoción elevada como categoría de análisis en el diseño

A lo largo de mi texto he procurado recuperar algunos ejemplos notables que sirven para ilustrar la idea de que muchos diseños se hacen con el objetivo esencial de alterar la monotonía de la vida cotidiana, transformándose en medios útiles para canalizar la emoción de los diseñadores y también de los usuarios. Por supuesto, no son los únicos aunque sí son algunos de los más significativos para los efectos de mi argumentación.

Donald A. Norman ha demostrado que el vínculo afectivo que establecemos con los objetos, deriva en primera instancia del aspecto que tengan. (14)

Los objetos o las imágenes agradables a la vista y al tacto, tendrán siempre una mayor posibilidad de hallar empatía y simpatía en el ánimo de los usuarios, independientemente de su funcionalidad original.

La famosa frase de Raymond Loewy de que “*lo feo no vende*” parece corroborarse al momento en que observamos muchas de las pautas que orientaron al diseño del siglo XX, al que hacemos en nuestro siglo.

Naturalmente, cuando la funcionalidad es pésima, podemos suponer que la vistosidad de un diseño de nada servirá. ¿Ocurre eso con los ejemplos que he mencionado a lo largo de mi escrito?

April Greiman resume en estas palabras esta cuestión:

El diseño tiene que seducir, dar forma y, quizás más importante, producir una respuesta emocional. (15)

Dejo la respuesta final a esta intrigante interrogante en manos del amable lector.

Notas

- 1) *The Methodologies of Art* / Laurie Schneider Andersen / Westview Press, USA 1996.
- 2) *Estética y diseño* / Wenceslao Rambla / Ediciones Universidad de Salamanca, 2007.
- 3) *Visula Function* / Paul Mijksenaar / Princeton Architectural Press, N.Y. 1997.
- 4) *Graphic Design History* / Steven Heller y Georgette Ballance, Allworth Press, 2001.
- 5) *Diseño Gráfico para la Gente* / Jorge Frascara / Ediciones Infinito, Buenos Aires, 2004.
- 6) *La Tour de Trois Cents Mètres* / Bertrand Lemoine / Taschen, 2006.
- 7) *The Edifice Complex* / Deyan Sudjic / Penguin Books, USA, 2005.
- 8) *The Push Pin Graphic* / Seymour Chwast / Chronicle Books, San Francisco, 2004.
- 9) *The Push Pin Graphic* / ídem.
- 10) *No más Normas – Diseño Gráfico Posmoderno* / Rick Poynor / GG, México, 1994.
- 11) *Philippe Starck* / Judith Carmel –Arthur / Carlton, Londres, 1999.
- 12) Libros de Gilles Lipovetsky: *El crepúsculo del deber, El imperio de lo efímero, La era del vacío, La tercera mujer, El lujo eterno, Metamorfosis de la cultura liberal*; todos ellos editados por editorial Anagrama de España.

- 13) *100 Diseños - 100 Años* / Mel Byars y Arlette Barré - Despond / McGraw-Hill, México, 2001.
- 14) *El Diseño Emocional* / Donald A. Norman / Paidós, España, 2005.
- 15) *De más cerca y de menos lejos* / Prefacio de Shawn D. Roberts / Index Book, Barcelona, 2007.



El *collage* y los movimientos sociales en la revista *La Guillotina*

JORGE ORTIZ LEROUX

La percepción y apropiación de los movimientos sociales por parte del público está hoy en día permeada por el papel clave que juegan los medios de comunicación masivos como instancias de aleccionamiento y control informativo. Al trabajar con hechos reales, la televisión, como ejemplo emblemático, engaña mediante juicios a conveniencia que parecen emanados de los acontecimientos, pero que en realidad no son más que interpretaciones.

La presentación de los acontecimientos en los medios masivos, sobre todo en su modalidad espectacular televisiva, ha dado lugar a que todo movimiento popular sea juzgado como violencia e ilegalidad, justificando el uso de la fuerza del Estado, incluso del Ejército, para reprimir las manifestaciones públicas. Lejos de reconocer a dichos movimientos como espejo de un contexto descompuesto, incierto, o en todo caso convulsionado, los medios de comunicación dominantes y comerciales se han caracterizado por presentar una versión criminalizada de los hechos, reflejo de una estrategia dominante desde las esferas del Estado.

Ciertamente la sociedad ha aprendido a interpretar de otra manera los juicios mediáticos hacia los acontecimientos sociales. Muchas veces basta con invertir o poner de cabeza el juicio del cronista de la televisión, para entender de mejor modo lo que ocurre. Cuando un político encumbrado acusa a otro por narcotráfico, lo más lógico es pensar que quien acusa tiene una larga cola que le pisen. Lo mismo ocurre con los movimientos sociales: es muy sencillo desprestigiarlos con una bomba mediática expansiva que resuena en las conciencias induciendo miedos y temores, y sobre todo poniendo por delante el chantaje y la amenaza de la represión.

En contraparte a esta forma de comunicar, los espacios alternativos de comunicación, a contrapelo del discurso dominante que enjuicia antes de conocer, buscan aproximarse de otro modo a los procesos sociales: problematizarlos, describir su proceder, mostrar sus modalidades, reconocer las voces de quienes participan desde dentro de los movimientos —y no sólo la voz de los líderes o cabezas principales.

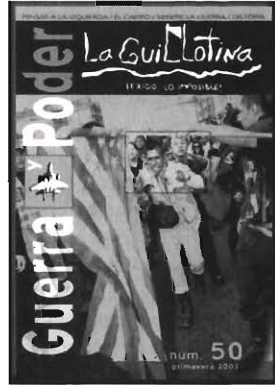
En este contexto, a lo largo de dos décadas y media el proyecto editorial *La Guillotina*, emanado de los ámbitos universitarios, ha explorado a través de su revista trimestral formas de expresión política, cultural y estética de diversos movimientos sociales de nuestro país. La expresión de lo político en los movimientos sociales contemporáneos a nivel local y global ha estado acompañada de manifestaciones de la vida cotidiana ligadas a conductas y comportamientos novedosos, cuando no polémicos, que han sido motivo fundamental en las páginas de este proyecto independiente. En este sentido, lo estético como forma de vida y lo político como práctica de la vida pública se entremezclan en un espacio editorial que recurre a la imagen y a la interpretación de los hechos como forma de externar y generar opinión.

Los trabajos que se presentan aquí son emanados de las páginas de la revista *La Guillotina*. Se valen principalmente del recurso del *collage*, el cual permite el uso de diversas fuentes visuales, sobre todo fotográficas, con el fin de ser reinterpretadas, integradas en una sola imagen y presentadas como parte de la reflexión sobre el acontecer nacional y global.

El recurso del collage intenta precisamente esto. La estrategia clave del collage es el uso de la alegoría. En la alegoría aparecen las persistencias, las duraciones, el transcurrir del tiempo. Procede más en un sentido diacrónico que sincrónico. Nos explica por medio de una figura representativa la densidad de lo histórico, la carga del tiempo que condensa un cúmulo de tendencias y reclamos.

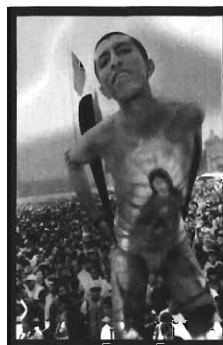


El collage se detiene en el instante, pero lo carga de tiempo, lo lleva a sus posibles extensiones. No es el instante de la inmediatez, de la pragmaticidad o de los intereses inmediatos con que se mueve la política a través de los instrumentos que hoy la dominan, como son los aparatos estatales y los partidos políticos.



Conectado con el instante, el collage vincula a éste con el contexto que rodea a los acontecimientos. Transfiere y entremezcla hechos que aparentemente no tienen relación, buscando en la diversidad y en la variabilidad de elementos componentes, el sentido que lo anima.

Cuando muchas miradas están puestas en un motivo, la estética barroca y abigarrada del collage funciona como una reiteración del reclamo consensado. Aunque nace como técnica plástica, el collage se fundamenta en la fotografía. De ella toma aquello más relevante, que es el poder mirar al mundo como si lo hiciéramos a través de una ventana.



Mirar a través de una ventana pero haciéndolo bajo los límites del marco rectangular que circunscribe lo visto. Frente a la mirada del ojo, en la cual el centro aparece nitido y la periferia difusa, la mirada fotográfica tiene la ventaja de acceder a la profundidad de campo, donde podemos tener todos los planos nitidos.



La precisión y nitidez de los sucesos suelen pasar desapercibidos. Los trayectos oscuros, cotidianos y perdidos del ciudadano de a pie. Los actos más simples y concretos que muestra la calle porque es ahí donde se juega la vida.



Si la fotografía es ya de por sí una fragmentación de la realidad, nuestra realidad inmediata es también una continua superposición de acontecimientos. Sobre esta continuidad de sucesos vamos tejiendo un hilo que intenta dar coherencia a realidades disimilares y contrastantes.



Desde la invención del fotomontaje por John Heartfield y George Grozs en 1916, la estética del montaje se basó en una dialéctica. Esta dialéctica seguramente se hallaba conectada con la propuesta de montaje dialéctico planteada por el cineasta Einsestein: a saber, el choque patético, la contradicción formal y moral entre hechos distantes y la consecuente síntesis que enriquece las partes no en forma aritmética, sino geométrica.

Desde entonces el fotomontaje se halla entre dos posibilidades: una de ellas es la contemplación meditativa de la cosificación, es decir, la pura recreación de la mirada o la espectación superficial de los eventos. La otra es servir como herramienta de propaganda para la agitación de masas, es decir, como arma para la política.



En esta última faceta, el fotomontaje enriquece, por medio de la superposición y el uso de acercamientos extremos e imágenes en perspectiva, los significados aledaños a la imagen explícita.

El nuevo enfoque conceptual propuesto por los creadores del montaje cinematográfico, que inmediatamente fue trasladado al fotomontaje, fue la integración de la información cinemática, la sucesión de eventos, el movimiento de componentes que se dinamizan unos a otros.

EL COLLAGE Y LOS MOVIMIENTOS SOCIALES
EN LA REVISTA *LA GUILLOTINA*



En su faceta digital, el montaje fotográfico permite enfatizar elementos y localizar zonas emotivas con el fin de ligar signos y símbolos, tradiciones y acciones, mitos y reclamos, prácticas religiosas y actos puntuales.



El fotomontaje o collage hace alegorías porque los hechos no pueden ser enteramente comprendidos, sino siempre, una y otra vez, interpretados. Umberto Eco dice que los hechos no son más que interpretaciones, haciendo eco de la mejor tradición hermenéutica.

Pero en la interpretación de los hechos no puede dejar de plantearse un problema ético, que es el de la historia que permite, en su devenir, ver las causas y las circunstancias en que se desenvuelven los acontecimientos.

La alegoría, por ejemplo, procede mediante la representación figurativa y particularmente personificada de conceptos abstractos. La hermandad traicionada en las figuras de Caín y Abel es muestra, en este caso, de la honradez y de la corrupción.



Frutos del mismo árbol, conflicto originario latente, historias de celos, persecución, separación y traición. Historias que también son de muerte, ya sea literal o en su sentido metafórico.

Muchas alegorías provienen de la mitología occidental grecoromana. En esta mitología, las ansias de poder desgastan la imagen hasta la saciedad, hasta hacerla chocar con la ambición. Las medusas son una alegoría de la monstruosidad femenina capaz de petrificar a las gentes con sus dones, su mirada y su cabellera de serpientes vivas.



La seducción y el enamoramiento acompañan la ambición de poder. Las pasiones, o mejor dicho, las bajas pasiones, empequeñecen el arte de la persuasión, que sería el viejo arte de la retórica y de la política, hasta llevarlo a su degradación más extrema.

El hijo del creador de la nación posrevolucionaria, para nosotros el hijo del Tata, volteo la cara a su legado y aprovecha con astucia la recogida de escombros de su reino y de su reinado, ante el aluvión de rupturas que se avecina.



Por su parte, condenado a vagar interminablemente por la tierra, algún Caín tropical se esfuerza en reconocerse entre quienes padecen humillaciones y agravios. Su papel redentor es incansable, sus palabras terrenales no se escuchan por estar prohibidas, sus escrúpulos rebasan incluso sus propias limitaciones, cuantimás las de su entorno.

Mientras, al final del camino, el acto divino se ha consumado. La alegoría del montaje procede como en la más simple de las telenovelas. El bocado al servicio del poder ha cumplido su cometido.

Y a la espera de quedar impune, la clase política aguarda incólume, cínica, lamiéndose sus heridas en el peor de los casos. Sujeto predilecto de la tira cómica y de la viñeta periodística desde que nuestra prensa tiene memoria, la clase política mostrada aquí por medio del fotomontaje, grita a voces: ¿hay alguien que quiera recontar de nuevo esta historia?... Cada quien puede hacer la suya propia.



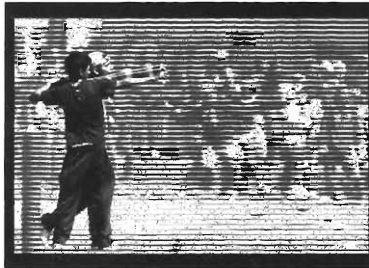
Del otro lado, abajo, la gente agraviada. El montaje escoge sus propios caminos y sus propias técnicas. Pinta sus rostros del registro fotográfico originario y los traslada al entorno público. Remodela las técnicas, construye plantillas emanadas de la realidad más cruda, concita la confluencia de artistas callejeros y pronuncia su voz en las paredes.

En Oaxaca, tierra de creadores, el esténcil es un arma expresiva por mérito propio. Mucho antes del reciente conflicto que cimbró al país entero, las paredes gozaban plétóricas de este tipo de plástica popular oaxaqueña, recreando motivos y circunstancias.



Antes del estallido del conflicto, el tiempo ya anunciaba, acumulados, un sin número de absurdos y motivos suficientes para la acción. En el estado con más cantidad de municipios existentes en el país como lo es Oaxaca, lo cual supone una fuerte tendencia hacia la auto-organización, la multiplicación de descontentos y la suma de negligencias, persecuciones, represión y asesinatos llegó a sus límites con el último gobierno priísta.

Con la conformación de la Asamblea de los Pueblos de Oaxaca, la APPO, que congregó maestros, colonos, estudiantes, intelectuales, artistas, amas de casa, campesinos e indígenas, el territorio se trazó bajo nuevos parámetros. Las calles fueron tomadas bajo la exigencia de destitución del gobernador.



El arte del stencil retomó los acontecimientos. Las paredes lucieron pintadas nuevamente recreando los enfrentamientos en la calle. Los motivos penetraron también en los museos, que abrieron las puertas a la expresión del descontento y del momento vivido. Las técnicas se adaptaron a los lugares.

La crisis de Oaxaca suscitó reflexiones sobre los escenarios de la resistencia. Un documento multimedia que circuló por Internet, basado en buena medida en el montaje fotográfico, abordó la relación entre arquitectura y poder a partir de los procesos constructivos emergentes puestos al día por las barricadas, replanteando las formas de apropiación del espacio urbano.

El clímax del conflicto, con la llegada al estado de la Policía Federal Preventiva sumó una victoria para el pueblo oaxaqueño. La batalla del dos de noviembre logró replegar a más de tres mil policías federales gracias al apoyo que ofrecieron mujeres, vecinos y niños a jóvenes que por miles bajaron de los barrios para enfrentar durante varias horas el intento de la PFP de penetrar en la Universidad Autónoma de Oaxaca.



La defensa de la radio universitaria, un elemento clave de comunicación de la APPO, se extendió hasta donde fue posible. Los medios de difusión, desde la radio, los videos, los carteles, las pintas y graffitis, los stenciles y stickers, constituyeron parte esencial de un movimiento que circuló transversalmente todas las capas de la sociedad oaxaqueña.



El desenlace represivo en Oaxaca es parte de uno más de los absurdos de la historia de este país. La historia de las rebeliones tiene en el caso oaxaqueño un ejemplo audaz de uso de la imagen, en su forma particular de graffiti y estencil. La simbiosis del rostro adusto de Juárez y la boina rebelde encarna una vocación a la vez pacífica y decidida de la lucha por los derechos y por la justicia. En este caso, los elementos se integran de manera sólida y sugerente, reuniendo el tiempo largo y el tiempo cercano, motivos propios y ajenos, figuras tan nobles como duras de roer...



En conclusión, el trabajo del fotomontaje o collage, siempre ligado a lo social o a lo político, permite una interpretación más compleja del mensaje expresado, es decir, posibilita una resimbolización o resignificación del mismo. La recepción y apropiación del diseño es el objetivo central; va más allá del emisor, que aparece como trasmisor de esas huellas. Colores, texturas y formas adquieren su peso en la identificación de propósitos, y reflejan orígenes y cualidades diversas. En este sentido el referente es el motivo más importante del trabajo mostrado, y el trabajo de diseño se apresta en la mayor medida a aproximarse a esas realidades.

• • •

Fotografía de lo cotidiano. La poética de lo urbano como temática de reflexión visual

PABLO DANIEL LÓPEZ ÁLVAREZ



Figura 1. City Nature. Pablo Daniel López, 2008

“Ver imágenes o convertir lo que se ve en una imagen se ha vuelto la tercer naturaleza que habitamos.
La primera es la Tierra, la segunda la ciudad y la tercera las imágenes”.
José Ramírez

Introducción

Puede reconocerse a la posmodernidad desde el punto de vista del pensamiento humano como síntoma y condición presente; afirmarse que existen cambios substanciales en la estética, en el campo del arte y el diseño; que ciertos axiomas se encuentran en constante transformación, y en el encuentro con las realidades palpitantes de la actualidad, recurren a objetos y referentes visuales antes simplemente inadvertidos. Es el caso de la gráfica urbana como parte ineludible de la ciudad.

El presente trabajo forma parte del sustento conceptual de un ensayo fotográfico en progreso, es decir, lo que aquí se presenta son los primeros avances exploratorios de este proyecto, que propone fundamentalmente una problematización en torno de la gráfica urbana ilegal, en su carácter efímero, a través de la reconstrucción de una forma de memoria visual (en parte indicial y en parte construida), de la ciudad de México, adentrándose en terrenos más bien de la reflexión plástica, formulando el término “*ready-made urbano*” como soporte teórico en la captura y posproducción fotográfica digital de lo urbano y la gráfica urbana como material idóneo para la creación visual.¹

De la gráfica urbana: lenguaje de las paredes

Existen escenas más que cotidianas, en nuestro habitual recorrido urbano, que una barda llena de *graffiti*, una señalización vial intervenida por rayones ilegibles y pegotes. El *graffiti* y otras formas de intervención ilegal se apropian de los espacios urbanos tales como paredes, vehículos, puertas y mobiliario urbano, y por medio de técnicas como marcadores permanentes, pintura en aerosol, entre otros. Pero, no todo lo escrito con un aerosol puede ser llamado *graffiti*. A grandes rasgos, pueden distinguirse cuatro grandes vertientes básicas de esta expresión visual, denominada alternativamente gráfica urbana: el *tag*, el *letter graffiti*, el *graffiti pictórico* y el *post-graffiti*.

El *tag* es la modalidad básica de las tendencias del *graffiti*, en la cual se escribe el propio nombre o seudónimo, del *graffitero*, también llamado *writer*, con una firma característica. Esta denominación obedece al término inglés *tag* que significa etiqueta. En este caso, la calidad estética del *graffiti* se basa en las formas y colores propios de cada firma, valorándose también la cantidad y el espacio urbano en donde ésta se plasma. (En la figura 2 se puede apreciar un ejemplo).

¹ Cabe advertir que las cuestiones morales, éticas, legales e ideológicas alrededor del *graffiti*, se consideran fuera del alcance y contexto de los fines de este trabajo de investigación. Ramírez, Josué (2005), “Una nueva cultura de la imagen”, en *Saber Ver*, segunda época, núm. 35, p. 36.



Figura 2. Ejemplo de Tagging. Foto: Pablo Daniel López, 2006

El *letter graffiti* comprende varios estilos que en general describen el trazo de letras con efectos de volumen, combinación de colores y contraste en los rasgos. Entre los estilos más usuales se encuentran: *bubble letters*, *block*, *wild style*, *3d*, *dirty*, entre otros. (En la figura 3 se observa una muestra del estilo *bubble letters*).



Figura 3. Ejemplo de *bubble letters*. Pablo Daniel López, 2006

El *graffiti* pictórico es aquel en el cual se pintan escenas, objetos, personajes e iconos, de formas más o menos figurativas. Es una corriente cercana a la pintura mural, pero practicada en la calle, la mayor de las veces de forma ilegal. Aunque también, se considera dentro del género pictórico cierto tipo de obras de carácter abstracto que no involucran letras de manera predominante.

Por último, dentro del *post-graffiti* se consideran las manifestaciones posteriores a la pinta en el sentido simple; esta tendencia incluye técnicas como la aplicación de aerosol con plantillas de papel y el pegado de carteles y calcomanías llamadas *stickers*.



Figura 4. Ejemplo de post-graffiti. Pablo Daniel López, 2006.

De la influencia expandida: la inevitabilidad del mercado

Es por su creciente abundancia, por su irremediable presencia o más bien por sus atributos estéticos y estilísticos, que actualmente el diseño gráfico está mirando al *graffiti*, y al tema urbano en general, como un género expresivo cercano a determinados nichos de mercado tendientes al público juvenil. Esta tendencia se ve reflejada en campos del diseño como la publicidad, a nivel incluso de marcas comerciales de renombre internacional.

No obstante, dicha influencia de la gráfica y el espacio urbanos, que es notoriamente considerada para la construcción de algunos medios publicitarios, es una muestra de la asimilación que el mercado ha hecho de un elemento por demás ajeno al mercado mismo, como lo es el *graffiti*. En estos casos, el uso de este tipo de imágenes tiene como objetivo dotar a un determinado mensaje de un aire de espontaneidad y desenfado que se busca en la publicidad, orientarla a determinados públicos para obtener una mayor aceptación y apertura a sus productos; lo que se busca en el fondo es una cercanía de la marca con la realidad urbana actual del consumidor.

Queda entonces a debate abierto la integridad de esta asimilación que el diseño² lleva a cabo de la cultura de la calle. Sólo cabría afirmar junto con Arroyo: “Todo cabe en las enormes fauces de una sociedad basada en buena medida en generar necesidades ficticias y acelerar los ciclos de consumo”.³

En la figura 5 se presenta un ejemplo de cómo la técnica del aerosol y la plantilla (esténcil) se utiliza para configurar el logotipo de la marca de calzado Vans, infundiéndole un aire urbano y juvenil acorde con el público al que va dirigido el mensaje.

² Siendo el diseño gráfico mismo la quintaesencia de la “cultura” del consumo.

³ Arroyo, Isidoro, et al. (2001), *Imágenes y cultura: del cerebro a la tecnología*. Madrid, Ediciones del laberinto. p. 124.



Figura 5. VANS. Anuncio de revista *Complot*, año 9, núm. 104, p. 4

En la siguiente imagen, figura 6, se presenta un anuncio de una reconocida marca de vodka en el que se retoma el ambiente del espacio urbano mostrando varios *tags*. En la figura 7, se muestra otro ejemplo para el caso de la marca Mini, en donde se desarrolla un personaje.



Figura 6. Absolut. Anuncio de revista *Complot*, año 9, núm. 104, 4ª de forros



Figura 7. Mini. Anuncio de revista *Chilango*, año 3, núm. 35, p. 5

De la memoria retenida: el documento

El fenómeno del *graffiti* es considerablemente amplio y puede ser abordado desde diferentes facetas, en diversos sentidos. Sirva como ejemplo y antecedente, el libro *Scenes, graffiti in Barcelona*,⁴ el cual aborda el tema del *graffiti* español, específicamente en Barcelona, a través de la captura fotográfica de diversas intervenciones ilegales realizadas en esa ciudad por diversos artistas. Esta publicación se caracteriza por presentar un panorama general de varias escenas del *graffiti*, sin embargo, la tendencia documental de la obra citada se limita a registrar las imágenes existentes. Así, el aporte gráfico se concentra en el diseño editorial el cual retoma ciertos elementos gráficos característicos, que pueden ser identificados como provenientes de la idea del *graffiti*, tales como el *dripping* o salpicaduras de pintura proveniente del aerosol. (Ejemplos en figuras 8 y 9).



Figura 8. Portada. Scholz, Alberto (2003), *Scenes, graffiti in Barcelona*, Barcelona, Index Book

⁴ Scholz, Alberto (2003), *Scenes, graffiti in Barcelona*. Barcelona, Index Book.

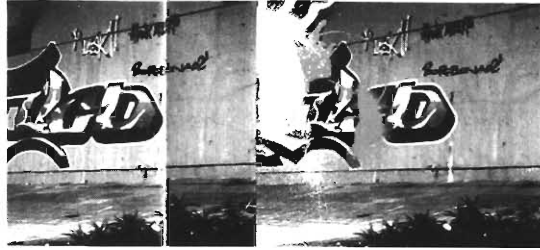


Figura 9. Scholz, Alberto (2003), *Scenes, graffiti in Barcelona*, Barcelona, Index Book, pp. 60-61

Del *ready-made*: Duchamp es inocente

Más allá de la memoria que registra los hechos a través del lente fotográfico del investigador,⁵ existe la posibilidad de construir una memoria que profundice en la recreación y apropiación simbólica de la ciudad, internándose en el área de la producción plástica. Con este fin, se formula el término “*ready-made urbano*” como un enfoque original, en su sentido e implicaciones, propuestas por el autor del presente trabajo.

En principio, el *ready-made* es una categoría artística desarrollada por Marcel Duchamp, en su sentido más puro hace referencia a la utilización de objetos de producción industrial en serie, que al ser seleccionados y presentados por un artista, adquieren la calidad de objetos artísticos. Así, el autor no produce ni configura la obra, sino que selecciona un objeto preexistente, ya hecho, y lo inviste como una pieza de arte. El concepto detrás de este género artístico es la postura de Duchamp de rechazar la idea romántica y el estatus de artista como creador genial y original. De acuerdo con Elger:

Lo interesante para él (Duchamp) es romper con cuanto el público espera tradicionalmente del arte, establecer los límites de las obras para poder ampliarlos radicalmente. Todos sus *ready-mades* plantean una pregunta clave: ¿cuáles son las características y condiciones que hacen de un objeto una obra de arte? (...) La gran innovación introducida por Duchamp fue llamar la atención sobre la importancia del contexto en la obra de arte.⁶

El énfasis en la importancia del contexto es muy significativo, ya que se relaciona con la idea de cómo se transforma la apreciación de un objeto al ser situado en diferentes entornos, por medio de su selección, aislamiento y extracción del contexto original.

⁵ Como en el caso del libro antes citado: *Scenes, graffiti in Barcelona*.

⁶ Elger, Dietmar (2004), *Dadaísmo*, Madrid, Taschen, p. 80.

Una de las obras más representativas del *ready-made* es la obra Fuente (Fountain) presentada por Duchamp en 1917, en la exposición anual de la Society of Independent Artist en Nueva York, en medio de una gran polémica. De la misma forma, Duchamp extiende el concepto de *ready-made* hacia lo que puede llamarse un *ready-made* intervenido. Esto es, se toma un objeto preexistente y se le somete a manipulaciones explícitas. Un ejemplo de esta idea es la polémica L. H. O. O. Q. de 1919. Esta obra consiste en una reproducción a color tamaño postal de la Mona Lisa de Da Vinci (hacia 1503-1506) con bigote y barba masculinos, dibujada con lápiz por Duchamp.

De la poética de lo urbano: la ciudad que no imaginé

La ciudad es un espacio heterogéneo, de confluencia, que históricamente ha facilitado la gestación de innumerables manifestaciones del arte y el diseño, sirviendo como inspiración y materia prima. Puede revelarse como un lugar que trasciende los límites materiales de su extensión territorial y se expande hacia el universo de los imaginarios que la cotidianidad urbana puede concebir.

La ciudad es un objeto al que es posible pensar como consecuencia de complejos procesos de percepción, interpretación y creación inventiva por parte de los entes sociales que la conforman, rebasando el territorio de lo material para adentrarse en el imaginario, o sea, en el campo de la apropiación simbólica. Milanesio afirma:

El concepto de imaginario hace referencia por un lado, a la actividad de invención, de creación, de apropiación, de percepción, de conformación de una visión de la realidad de los actores sociales, y por el otro, a los productos que resultan de esta actividad y que ponen de manifiesto sus particularidades. Leyendas, creencias, historias, mitos, imágenes, pinturas, fotografías, películas, canciones, obras literarias, tradiciones, costumbres, son sólo algunas de las formas en que el imaginario toma cuerpo como actividad y resultado.⁷

Así, este proyecto se enfoca de lleno a la creación de imágenes, que como parte del imaginario urbano proceden de una apropiación simbólica de la imaginería de la ciudad. Se trata de reconquistar la poética intrínseca que el paisaje urbano personifica, en instantes efímeros; aquí es substancial entender que la faz de la ciudad, y por tanto su poética, están sujetos a una metamorfosis constante que se refleja en la volatilidad de las escenas. En parte, de ahí procede la particular estética posible que despliega la urbe a la mirada de la creación plástica. Afirma Lynch:

Observar las ciudades puede causar un placer particular, por corriente que sea la vista (...). En diferentes ocasiones y para diferentes personas, las secuencias se invierten, se interrumpen, son abandonadas, atravesadas. A la ciudad se le ve con diferentes tipos de luces y en todo tipo

⁷ Milanesio, Natalia (2001), "La ciudad como representación. Imaginario urbano y recreación simbólica de la ciudad", en *Anuario de espacios urbanos 2001*, UAM-A, p. 20.

de tiempo. En cada instante hay más de lo que la vista puede ver, más de lo que el oído puede oír, un escenario o panorama que puede ser explorado...⁸

Se trata de observar la ciudad, apropiarse de ella, y después inventarla; encontrar formas creativas en donde la experiencia plástica, más que la imagen desnuda, pueda exteriorizar una visión personal, y al mismo tiempo reconocible, de la ciudad.

Del “ready-made urbano”: más allá de la memoria

Se pueden extraer imágenes fijas del flujo de la vida, pero un cierto tipo de esas instantáneas es intrínsecamente inestable, dirigiendo la conciencia del espectador fuera del encuadre y de vuelta hacia el flujo de la propia vida.

Robert Linsley

El término “ready-made urbano” se compone de dos elementos principales. Por un lado, toma como base la idea del *objet trouvé* “objeto encontrado” que es la esencia del *ready-made*, y que implica la preexistencia de un objeto que es retomado por un autor, diferente al productor primario, y quien le da la valía de objeto de arte, y además puede incluir o no una intervención explícita por parte del autor recuperado. Es en este sentido que el *graffiti*, al estar plasmado en la calle, se convierte en un “objeto” visual propenso a ser “encontrado” e intervenido, extrayéndolo de su medio ambiente de origen, por un autor diferente al que plasmó el *graffiti* original.

Por otro lado, lo urbano implica la atmósfera visual de la ciudad, que es su medio ambiente y escenario.

El término completo refiere a la recuperación visual de la gráfica urbana y su espacio contextual urbano, considerado en calidad de *ready-made* no objetual, por medio de la imagen fotográfica como medio de recuperación, sujeto a un proceso posterior de intervención digital explícita, dando como resultado un producto gráfico enteramente distinto, en su punto de vista y significado, al original.

Ahora bien, por el hecho de tratarse de una recuperación fotográfica, el producto gráfico resultante conservará de inicio unas determinadas características de la fotografía. Tal es el caso de la fotografía como registro de la realidad, pero ampliado en su sentido, al ser sometidas las imágenes primigenias a una serie de manipulaciones digitales posteriores, configurando finalmente una realidad alterna, no registrada, como propuesta visual.

Desde la perspectiva semiótica:

Charles Sanders Pierce distinguía entre icono, índice y símbolo según el tipo de relación entre el signo y su objeto. El icono representa el objeto mediante la semejanza (...); el índice mediante una relación de efecto, de huella o contigüidad física -por ejemplo, unas pisadas indicarían el paso de alguien, o unas sombras-; el símbolo finalmente, por pura arbitrariedad o convención...⁹

⁸ Lynch, Kevin (1960), *La imagen de la ciudad*. Barcelona, Gustavo Gili (3ª edición 2000), p. 9.

⁹ Fontcuberta, Joan (1990). *Fotografía: conceptos y procedimientos. Una propuesta metodológica*, Barcelona, Gustavo Gili, p. 25.

Bajo esta óptica, el “*ready-made urbano*” centra su propuesta en los aspectos icónicos e indiciales del *graffiti* y el espacio urbano, aislado de sus valores simbólicos por medio de una recontextualización ejercida por el autor que recupera estos elementos gráficos de la calle. Esto implica que la imagen terminada, nombrada “*ready-made urbano*”, crea un nuevo proceso de significación al distanciar las cualidades icónicas e indiciales de las propiamente simbólicas de cada imagen.

En este sentido, las características icónicas se hallan en los aspectos formales de un determinado trazo de *graffiti*, recuperado en una toma fotográfica. Tales características son: forma, contorno, tamaño, color. Por otra parte, los signos indiciales de producción se hallan en la técnica empleada: aerosol, plumón, *sticker*, entre otros; la superficie sobre la cual se plasma. Así, se presenta un doble procedimiento semiótico: por una parte, la recuperación de *graffiti* se hace con base en sus valores signícos, localizados en el nivel icónico e indicial; y por otra, la captura fotográfica de un determinado *graffiti* genera, para la fotografía tomada, un valor icónico propio, puesto que se basa en un recorte de la realidad, y también tiene una carga indicial en el sentido del registro de una huella gráfica. Sin embargo, la propuesta específica del “*ready-made urbano*” busca sobrepasar la idea de fidelidad con la realidad, explorando las posibilidades de la imagen como índice.

Al respecto, Fontcuberta sostiene que:

La posición que a priori parece mejor defendible atendiendo a las características procesuales y formativas es la de la fotografía como índice. Según esta concepción, puede darse o no semejanza en la fotografía –puede, por tanto, existir fotografía abstracta–; ésa no constituye la peculiaridad esencial. Lo realmente específico, en cambio, es la presencia del objeto, cuya energía luminosa deja unos trazos...¹⁰

Así, una de las características primordiales del “*ready-made urbano*” es su cualidad de recuperar elementos gráficos, escenas urbanas, que de otra forma serían efímeros a consecuencia de la circunstancia propia del *graffiti*: en las calles es borrado o alterado constantemente debido a factores climáticos o intencionales; está en constante metamorfosis.

De la captura fotográfica: realidad fragmento

La captura se realizó, en su primera etapa, en diferentes recorridos sobre la avenida Santa Lucía (después avenida Tamaulipas), a través de las colonias Colinas del Sur, Piloto, Garcimarrero, Corpus Christi, Pueblo Santa Lucía; de la delegación Álvaro Obregón, en la Ciudad de México, entre los meses de febrero y mayo de 2006.

¹⁰ *Ibid.*, p. 25.

Se consideró la captura de imágenes de graffiti de formas y texturas abstractas, no figurativas, así como de graffiti tipográfico llamado tagging. La selección de los graffiti fotografiados, se realizó en primera instancia por sus propiedades formales, tomando como criterios principales:

- Forma. Se tomaron en cuenta valores de contorno, extensión y estructura.
- Color. Contraste fondo-figura.
- Textura visual.

Por otra parte, se consideró también la superficie sobre la cual estaba plasmado el *graffiti* y de las cuales se tomaron:

- Paredes: ladrillo, aplanado de cemento, piedra.
- Cortina de acero.
- Señales de tránsito.

De las calles recorridas: avances del proyecto

A la fecha, este proyecto ha capturado aproximadamente 100 fotografías de escenas y gráfica urbanas, seleccionadas por su interés y cualidades estéticas, desarrollando además la primera serie de 15 imágenes intervenidas digitalmente con base en el concepto de “*ready-made urbano*”, explorando la idea de superposición de imágenes por medio de transparencias, mezclando dos o más escenas en una sola imagen.

De lo que subyace: en busca de la imagen de mañana

Una vez que nos hemos apropiado de las nuevas tecnologías para la producción de imágenes, es pertinente dar un segundo paso y abordar la complejidad teórico-conceptual implícita en esta apropiación.

Diana Guzmán López

La fotografía como proceso se halla actualmente en pleno encuentro con instrumentos digitales muy poderosos, dando origen a nuevas formas de concebir tanto la captura como la posproducción. Han emergido un sinnúmero de instrumentos que facilitan la captura y la edición de imágenes fotográficas, sin embargo el uso y la transformación de las imágenes sigue el mismo rumbo que el diseño en general.¹¹

Lo que subyace en este proyecto es la intención de encontrar respuestas. El *photoshop* como técnica de generación de imágenes ya no podrá existir por mucho tiempo en la forma en que se concibe actualmente; en general, las imágenes producidas con medios digitales comienzan a tener un semblante más bien similar, los mismos filtros, los mismos efectos de capa... la pregunta que guía este proyecto, en el fondo, es: ¿Qué sigue? ¿Cuál es el siguiente paso?

¹¹ Un síntoma de este hecho es, por ejemplo, el surgimiento de términos de uso común tales como “photoshopazo” el cual hace referencia al retoque o tratamiento de una imagen digital en un popular software de edición, Adobe Photoshop, a través de una serie de operaciones simples y estandarizadas como la aplicación de filtros, entre otros.

Bibliografía

- Elger, Dietmar (2004), *Dadaísmo*, Madrid, Taschen.
- Fontcuberta, Joan (1990), *Fotografía: conceptos y procedimientos. Una propuesta metodológica*, Barcelona, Gustavo Gili.
- Guzmán López, Diana (2005), *Imagen, tecnología y realidad. Nuevas tecnologías y nuevos procesos para la creación de imágenes. Propuesta de un modelo de análisis-síntesis de imágenes de síntesis*, tesis doctoral, México, Universidad Autónoma Metropolitana. Unidad Azcapotzalco.
- Lynch, Kevin (1960), *La imagen de la ciudad*, Barcelona, Gustavo Gili (3ª ed., 2000).
- Scholz, Alberto (2003), *Scenes, graffiti in Barcelona*, Barcelona, Index Book.

Hemerografía

- Absolut (2006), Anuncio publicitario, *Complot*, año 9, núm. 104, 4ª de forros.
- Milanesio, Natalia (2001), "La ciudad como representación. Imaginario urbano y recreación simbólica de la ciudad", en *Anuario de espacios urbanos 2001*, UAM-A, p. 20.
- Mini (2006), *Chilango*, año 3, núm. 35, p. 5.
- Ramírez, Josué (2005), "Una nueva cultura de la imagen", en *Saber Ver*, segunda época, núm. 35, p. 36.
- VANS (2006), Anuncio publicitario, *Complot*, año 9, núm. 104, p. 4.

Fuentes en línea

- Linsley, Robert (2006) *Del "cuadro crítico" al "fragmento móvil"*. [en línea] [último acceso: 20/01/2006] <<http://www.accpa.org/numero1/linsley.htm>>

● ● ●

Rótulos en la ciudad, marcando su propio estilo...

MARÍA TERESA OLALDE RAMOS

La perplejidad de los aduaneros

Experiencia cotidiana en nuestra ciudad es encontrar a nuestro paso la presencia de rótulos y letreros ubicados en todas partes. Los rótulos, letreros, grafismos, imágenes y, en general, los mensajes gráficos, han llegado a convertirse en objetos tan comunes y abundantes en nuestro medio urbano, que han ocasionado que su índice de percepción y apreciación haya disminuido, a pesar de su gran expresividad.

Se ubican en sitios hasta hace poco inimaginables: sobre los edificios, usando el calificativo “sobre” para aludir a rótulos en las azoteas, así como cubriendo o envolviendo al inmueble; en el mobiliario urbano; en los vehículos; y también sobre las personas.

Es la comunicación gráfica visual que nos muestra mensajes con diferentes intenciones: informativas, publicitarias, orientadoras, reglamentarias, etc., está presente a toda hora y en todo lugar y llegamos a aceptarla e integrarla de forma tal que la convertimos en punto de referencia.

En nuestras ciudades hay una selva de rótulos. Hasta el campo empieza a convertirse cada vez más en el feudo del rótulo. (J. Wood en Sims, 1991).

Cualquier recorrido ciudadano nos ofrece una diversidad de rótulos y letreros que han sido planeados, proyectados y diseñados, contrastando con otra gran cantidad de rótulos que han sido improvisados. Ambas prácticas reflejan creatividad e ingenio, pero estos atributos destacan sobre todo en las prácticas improvisadas, gracias a la libertad expresiva que favorece la menor o nula reglamentación, permitiendo manifestaciones propias de nuestra cultura, en donde se valen todo tipo de técnicas y materiales para crear e ingeniar un mensaje para ponerlo en un rótulo, cartel, letrero y, asimismo ubicarlo en un soporte existente o improvisado, *marcando su propio estilo...*

A partir de estas circunstancias, el presente trabajo tiene como objetivo describir y proponer diversas categorías, usos y orígenes de los rótulos urbanos, optando para ello por una de las múltiples posibilidades de análisis que ofrece el tema, es decir, la de hacer referencia a los rótulos únicamente desde la perspectiva del grado de expresión, en cuanto

a la conceptualización de los mismos y su ubicación espacial dentro del espacio urbano; presentando ejemplos relevantes de la improvisación de rótulos y letreros como parte de la cultura de esta ciudad.

Según la Real Academia Española (RAE), la palabra rótulo proviene del latín *rotulus* y se refiere al título de un escrito o de una parte suya; pero también al letrero o inscripción con que se indica o da a conocer el contenido, objeto o destino de algo, o la dirección a que se envía. Asimismo se puede referir a los carteles que se fijan en las calles y otras partes públicas para dar noticia o aviso de algo; entendiéndose como rótulo o letrero a toda expresión gráfica que nos transmite un mensaje.

Buscando antecedentes se puede considerar que, de acuerdo con la necesidad del hombre de comunicar o preservar información, se inicia el desarrollo de los rótulos y letreros a la par del desarrollo de la civilización humana.

Tanto las limitaciones del lenguaje como la falta de la memoria humana y la urgencia de expresión hacen que la palabra hablada no pueda trascender en el tiempo y en el espacio. Hasta la presente edad de la electrónica, las palabras habladas desaparecían sin dejar rastro, ...

El desarrollo de la escritura y el lenguaje visible tuvo sus orígenes en pinturas simples... Usaron dibujos como una manera elemental de registrar y transmitir información. (Meggs, 2000).

Antiguamente los hechos consignados en las inscripciones o grabados, constataban realidades históricas, constituían el conocimiento de su pasado, eran señas de identidad que les relacionaban con la cultura a la que pertenecían. Se sabe que por todo el mundo los hombres han dejado sus huellas gráficas desde la prehistoria con signos y figuras simples grabados o rayados en la roca. El artista paleolítico desarrolló una gran tendencia hacia la simplificación y estilización de las figuras, buscando hacerlas cada vez de manera más simple.

4000 años a. C., los pueblos “escriben”, después de varias decenas de miles de años de emplear varios medios para transmitir y fijar mensajes con ayuda de dibujos, signos, imágenes. Pero la escritura propiamente dicha no existía, aunque existían códigos organizados. Mesopotamia, Egipto y China utilizaban jeroglíficos, pictogramas e ideogramas (Costa, 2003).

La escritura surge como la contraparte visual del lenguaje, cuando las marcas, símbolos, señales o letras dibujadas sobre cualquier superficie son consideradas como la expresión gráfica de la palabra hablada o del pensamiento no hablado. La epigrafía ha ido evolucionando con el tiempo, y es considerada como el instrumento de comunicación por excelencia entre los diferentes y múltiples emisores posibles, por eso siguen realizándose inscripciones sobre edificios públicos, en paredes, en iglesias, en realidad en todo el espacio urbano, para seguir manteniendo el contacto con el mayor público posible.

El desarrollo de la civilización y el progreso social propiciaron el tránsito de la posesión como un hecho, hacia la propiedad como un concepto, al igual que la especialización en el comercio, creando así la necesidad de identificación visual o marcaje, necesaria para la identificación de los objetos y productos en su comercialización. “Se sabe que en la época faraónica, los mercaderes ya realizaban una incipiente promoción de ventas inscribiendo mensajes en piedras, que colocaban en los caminos de acceso a las ciudades.” (Wikipedia).

Mucho más tarde se popularizaron los anuncios pintados. En las ciudades del imperio romano se reservaron espacios para mostrar murales decorados para este propósito; en las ruinas de Pompeya, sin ir más lejos, se han encontrado diversos carteles anunciadores de comercios y rótulos electorales, pintados a mano. Por su parte, en Grecia se mostraban anuncios de los juegos olímpicos colocados en las paredes exteriores del estadio.



Murales en Pompeya (Mundo Antiguo, 2006)

El primer anuncio conocido del cual se tiene registro, data del año 3.000 a.C. Se trata de un cartel encontrado en las ruinas egipcias de la ciudad de Tebas. El anuncio ofrece una recompensa de una moneda de oro a quien capture y devuelva a su amo un esclavo fugado llamado *Shem*.” (Wikipedia).

Pero, a partir de la difusión de uso del papiro y, posteriormente, con el uso del papel, los anuncios gozaron de mayor difusión, ya que a partir de este momento se podían reproducir

y trasladar los mensajes impresos a diferentes lugares. Así que más tarde, con la invención de la imprenta en el siglo XV y la litografía en el siglo XVIII, se dio un gran paso a la divulgación masiva del cartel publicitario.

La idea de presentar imágenes en los anuncios (carteles) se debió a que la mayoría de la población era analfabeta y no sabía leer, de manera que el mensaje se transmitía mediante asociación de ideas al presentar imágenes relativas al negocio o sus productos.

Por medio del diseño de un rótulo podemos expresar, ilustrar, lo que significan las palabras que lo componen, se puede hacer convirtiendo las letras en imagen, o logrando que la letra, la palabra y la imagen sean una sola cosa. Este tipo de diseño es muy eficiente a nivel publicitario, porque el uso del *rótulo-imagen* ayuda a fijar en la memoria del observador el nombre de una marca, producto, empresa, etc. (Monografías)

Con el objeto de hacer uso adecuado de los términos encontramos que para la RAE una rotuladora es: “un instrumento semejante a un bolígrafo o a una estilográfica, que escribe o dibuja con un trazo generalmente más grueso que el habitual, mediante una escobilla o pincel de fieltro”.

Sin embargo, en el mundo de la publicidad el término rotuladora ha ido transformándose de acuerdo con los avances tecnológicos, desde el sencillo pantógrafo, que seguramente alguno de nosotros usó cuando niño, para agrandar dibujos en forma manual a partir de un pequeño patrón; hasta las avanzadas máquinas de impresión y corte preciso que siguen un patrón o dibujo vectorial hecho en computadora, que algunos fabricantes tienden a llamar rotuladoras, siendo así medianamente consistentes con la RAE.

Hasta hace algunos años, el oficio de rotular era considerado casi como una actividad artesanal, dada su manufactura, por lo cual reconocemos la inmensa habilidad que tenían los rotulistas para hacer letras de diferentes tamaños y estilos, constituyéndose en excelentes artistas de imagen. Pero, actualmente, en el argot publicitario *rotular* es recortar, porque hoy contamos con máquinas que *rotulan* y a la vez pueden imprimir y luego rotular lo impreso obteniéndose así calcomanías o piezas con las siluetas muy sofisticadas y con imágenes a todo color.

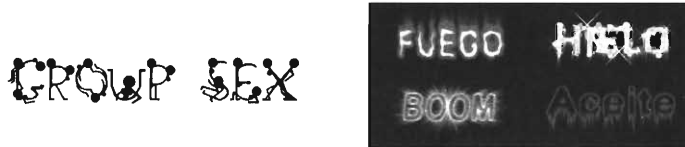
Si se toma en cuenta que prácticamente en todas las civilizaciones existen inscripciones primitivas sobre diferentes soportes: tablillas de arcilla, huesos, piedra, mármol, bronce, se puede suponer que a lo largo de la historia ha habido una evolución hacia nuevos soportes y técnicas, sobre todo en relación con la imprenta, la reproducción fotográfica, o los medios electrónicos y digitales.

Actualmente las nuevas tecnologías permiten el uso de una gran variedad de manifestaciones gráficas, con imágenes y textos que llenan vallas publicitarias, mobiliario urbano multipropósito, transportes públicos de personas y especializados de carga o comerciales, los grandes anuncios espectaculares y en atuendos o accesorios personales, todo con el apoyo de diferentes técnicas de impresión y recorte digital.

Existen diferentes tipos de rótulos que dependen de la variedad de sustrato o material en los que se pintan, recortan o imprimen; y otros de acuerdo con su soporte, tamaño y tecnología utilizada. Se pueden enumerar carteles, cartulinas, lonas vinílicas para exposición

con luz frontal, lonas vinílicas translúcidas para exposición con luz interna, lonas microperforadas, vinilos adhesivos con diferentes acabados, banderolas, pendones, espectaculares, rótulos luminosos con luz neón, con focos y leds, unipolares, etc. Hay algunos pintados a mano en telas y paredes, y otros impresos sobre diferentes superficies, así como distintos objetos improvisados que hacen la función de soporte o del mismo mensaje.

En la creación de un rótulo debe existir un buen equilibrio entre el sentido del mismo y la tipografía con la que se escribe. Una buena combinación entre letra e imagen ayuda a expresar y evocar las emociones y sentimientos, haciendo más explícito el mensaje. Las letras con que se construye un letrero pueden ser consideradas como un medio para influir en lo que se dice y a través de cómo se dice, o sea, crea una condición específica para influir en el “que” a través del “como”.



Efectos tipográficos con Adobe Phothoshop

Para Richard Kindersley, rotulador y escultor contemporáneo dedicado a la rotulación arquitectónica, un rótulo requiere del mismo grado de expresión que la palabra hablada y nos dice que “El diseño de rótulos para la arquitectura contemporánea es insulso y estereotipado. La gran mayoría de edificios que se construyen hoy en día recurre a tipos sans serif, helvética medium.... Puede ser un tipo excelente, pero su indudable adaptabilidad se confunde a menudo con adecuación universal.” (Sims, 1991).

Por otro lado, Chris Ludlow, diseñador profesional, considera al rotulismo desde un panorama más amplio, abarcando desde sistemas de señalización hasta rótulos de una tienda o una placa de identificación individual. Nos dice que dentro de la profesión la labor del rotulismo se tacha de superficial y carente de glamour, sin embargo él considera necesario recalificar el trabajo del rotulista como una labor fundamental y de gran trascendencia, a la cual le hace falta mucha investigación para que como diseñadores podamos captar el alcance de los rótulos que estamos haciendo. Hacer investigación sobre la comprensión, visibilidad, legibilidad, materiales, técnicas y otros muchos factores que nos ayudarán a comprender mejor la función de los rótulos y su alcance dentro de la comunicación de una sociedad. (Sims, 1991).

John Wood, creador de rótulos por profesión, expresa su manera de pensar con respecto a los rótulos, en estas palabras: “...los ingredientes de un rótulo llamativo son obvios. Tiene que estar muy bien fabricado. También tiene que haber sido concebido como un conjunto, para que el elemento gráfico y la estructura y técnica de exposición se complementen entre sí, para lograr un efecto que sea algo más que la suma de las partes. ... el rótulo es diseño.” (Sims, 1991).

Sin embargo, es importante tomar en cuenta la referencia que hace Cicerón, filósofo de la antigua Roma: **“lo importante no es lo que se dice, sino cómo se dice”**.

La publicidad exterior constituye un valioso complemento a las campañas publicitarias lanzadas en otros medios de comunicación: televisión, radio, prensa. Porque en este sentido, la publicidad en el exterior constituye un buen recordatorio de los mensajes lanzados en otros soportes y un importante refuerzo de los mismos. Pero la invasión de estos anuncios publicitarios en las calles ha provocado, junto con otro tipo de rótulos y letreros, una contaminación visual que impide percibirlos y apreciarlos como es debido.

Los rótulos en nuestra ciudad se encuentran por todas partes; la tecnología, la creatividad y el ingenio han favorecido su proliferación hasta llegar al exceso, convirtiéndolos en una de las principales fuentes de contaminación visual, tema muy relevante que, sin embargo, no es objeto de esta presentación.

Pero con la finalidad de ordenar el estudio de los tipos de rótulos, se hace esta clasificación, tomando en cuenta la ubicación de su manifestación en el espacio urbano: en edificios, mobiliario urbano, transportes y personas.

1. Rótulos en edificios

Los rótulos que encontramos en un edificio generalmente se ubican en las marquesinas y toldos que sobresalen de la construcción, con la intención de hacerlos resaltar de la fachada del mismo edificio; pero también se pueden encontrar como parte de la misma construcción sobre las bardas, en las puertas, así como en las ventanas y en aquellos espacios construidos especialmente para soportar este tipo de anuncios o rótulos, denominados como “Rótulos arquitectónicos”.



Pintado en barda y puerta



Construcción para anuncio



Rótulo de identidad

Los rótulos arquitectónicos son diseñados como parte integral de edificios y estructuras y generalmente son de identidad de la empresa, institución o comercio; sin embargo, sobre las fachadas de los edificios se siguen encontrando gran cantidad de anuncios publicitarios que como parte de las campañas publicitarias se colocan junto a los establecimientos comerciales, al considerarse como el último impacto que recibe el consumidor antes de realizar el acto de compra.



Fachadas con diferentes tipos de rótulos, sobrepuestos en toldos, paredes y ventanas

Las nomenclaturas de las calles y la numeración oficial de las edificaciones han aportado un estilo propio de acuerdo con el sitio en donde se encuentren, tratando de dar originalidad a su manifestación, como lo es el caso de los letreros con el nombre del mismo edificio, que se usaba en los antiguos edificios de las colonias Roma y la Condesa.

Por sus características especiales, los rótulos o anuncios espectaculares, no se colocan en las fachadas de viviendas sino en lugares de uso comercial. Otro nombre que reciben son vallas publicitarias, las cuales a manera tradicional consisten en una superficie plana de lámina, sobre la que se colocan los anuncios publicitarios impresos en diversos soportes.



Vallas publicitarias



Instalación de anuncio espectacular

Las vallas o anuncios espectaculares presentan sobre todo mensajes publicitarios, y usualmente se ubican encima de los edificios, aunque una tendencia reciente ha convertido al propio edificio en rótulo, con el empleo de materiales ligeros y translúcidos, que cubren fachadas completas del inmueble.

Este tipo de rótulos por su gran tamaño son llamados Gigantografías, palabra aún no aceptada por la RAE, pero sí dentro del argot publicitario y se refiere a todo tipo de trabajo impreso que lleve proporciones mayores a lo normal, con la finalidad de hacerlos visibles a un público que está en movimiento y alejado de la imagen, pero que aún así se pueda captar con comodidad el mensaje expresado en este tipo de anuncios.

Gracias a las nuevas tecnologías digitales de impresión se ha presentado el uso de imágenes a todo color, que pueden ser impresas en una gran variedad de sustratos adecuados a resistir la intemperie, rayos solares y cambios climáticos, utilizando tintas especiales y acabados de protección con filtros UV.

Cuando un medio gráfico está en un espacio público, exige una relación especial con el espectador, ya que debe llamar su atención, en breve, expresándose en "voz alta", lo cual se encuentra determinado por su tamaño y su relación con el mensaje para crear un verdadero significado. (Bestle & Noble, 2003).

2. Rótulos en el mobiliario urbano

Toda estructura que se encuentra dentro del espacio urbano y que no es considerada como edificación, es mobiliario urbano y se sabe que frecuentemente son utilizadas como soporte de rótulos y letreros, diseñados o improvisados.

Dentro de esta clasificación se pueden encontrar objetos como basureros, buzones de correo, bancas, módulos con sombrilla y estructuras metálicas diseñadas como casetas para ser utilizadas como puestos de periódicos, de flores y de comida; existe otro tipo de estructuras como puentes peatonales, paraderos de autobuses, también diversos objetos verticales y postes que forman parte del mobiliario urbano

Recientemente se han hecho esfuerzos de diseño para proponer nuevas estructuras del mobiliario urbano como lo es el caso de los paraderos de autobuses, los cuales ya tienen espacios destinados para carteles publicitarios, así como para la nomenclatura de calles, rutas, mapas e información necesaria para su funcionalidad y buen uso.



Paradero de autobús

Los buzones de correo y los basureros tienen rótulos oficiales, necesarios para su uso adecuado, y en muchas ocasiones sirven de soporte para rótulos y letreros improvisados, con alguna intención informativa, publicitaria o simple vandalismo. Asimismo en los parques y jardines existen bancas de uso público que también se usan como soporte de rótulos publicitarios, lo cual en nuestro país todavía no es muy usual.

En el caso de módulos temporales o móviles, por ejemplo aquellos dotados de sombrilla como parte de un servicio de estacionamiento; los de promoción de productos para degustación; o simplemente como anuncios publicitarios, que por su significación, pueden llegar a ser como objeto el mismo mensaje, también se han convertido en soportes de rótulos improvisados con la finalidad de mejorar su función. Los postes que soportan a las luminarias, señalizaciones, semáforos y otros usos de cableado, son utilizados generalmente como soporte de rótulos improvisados y carteles publicitarios o electorales, que son pegados alrededor o colgados en forma de pendón.

Por otro lado, las casetas telefónicas se han convertido en soporte privilegiado para rótulos y letreros improvisados, sobre todo por el tipo de público cautivo y que pasa mucho tiempo ocioso mientras habla y los verá con más detenimiento.



Módulo con sombrilla



Poste con cartel



Caseta telefónica



Cartel improvisado

Los módulos con toldo para los aseadores de calzado o “boleros”, y las casetas de lámina destinadas a sitios de taxis, puestos de flores, de periódico o de comida, además de cumplir con la función para la que fueron diseñados, son soporte ideal de rótulos improvisados y anuncios publicitarios. También los puentes peatonales, como parte de las estructuras urbanas, constituyen un soporte natural para este tipo de rótulos.



Puesto de periódico en Polanco



Lonas en puente peatonal



Bolero en Reforma

Sin embargo, en el espacio urbano existen estructuras específicas que fueron diseñadas como soporte para señales y letreros, como son los casos de los postes para los semáforos, la nomenclatura de las calles y la señalización vial; en ocasiones son multifuncionales al incorporar buzones y basureros, además de servir como soporte a las luminarias.

Hay otras estructuras como los postes unipolares que sirven de soporte a grandes rótulos de identificación o anuncios espectaculares, y estructuras (metálicas) sobre las banquetas y camellones que portan rótulos de diversa índole, conocidos como tótems, publi-mobi o columnas (específicamente para carteles publicitarios) y los *stands up* o “buros”, los cuales en su gran mayoría son estructuras improvisadas.



Stand up o burro



Postes unipolares

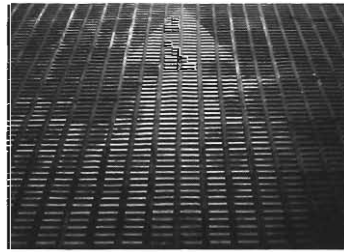


Publi-mobi

Como parte del sistema de señalización vial se encuentran los rótulos y simbología pintados sobre el piso, aunque en algunos casos este tipo de pintas también se hacen con fines publicitarios o información improvisada.



Simbología peatonal



Flecha de circulación

3. Rótulos en transportes

De alguna manera, todos los vehículos que podemos observar en la ciudad son portadores de rótulos o letreros: algunos obligatorios, otros con carácter informativo legal a los que se

les denomina como corporativos, hay otros que son utilizados como medio publicitario y, finalmente, algunos portan rótulos improvisados.

Existen rótulos de identidad que son reglamentarios y los portan los vehículos corporativos, con el nombre y logotipo de la empresa; sin embargo cumplen una doble función, ya que además de identificarse como propiedad de dicha empresa sirven para promocionar los productos o servicios de la misma, al incluir información complementaria.



Identidad corporativa



Productos Bimbo



Servicios de mudanzas

Dentro de los rótulos legales y oficiales podemos enumerar otros como: las placas de identificación vehicular, las rutas del transporte colectivo urbano, la denominación como servicio de taxis, señales preventivas, etc.



Identificación vehicular



Señales preventivas



Identificación de servicio



Ruta

Se pueden encontrar vehículos específicos para publicidad, cuya única función es circular por las calles, llevando un anuncio impreso en tamaño espectacular, que porta como carga en su parte trasera. Sin embargo, actualmente existen gran cantidad de vehículos que, como función secundaria, son portadores de mensajes publicitarios.



Autobuses urbanos



Auto de uso particular



Publi-móvil

Las actuales tecnologías de impresión han permitido la utilización de vinilos adhesivos, con gran resistencia a la intemperie, ideales para la rotulación vehicular, pudiendo ser desde simples letreros en vinil recortado hasta imágenes completas a todo color para recubrir todo el vehículo.



Letreros de vinilo recortado



Impresión a todo color sobre vinilo adhesivo

También hay otro tipo de letreros o rótulos como es el caso de la lona de protección que recubre a un auto, con un mensaje publicitario de identidad, así como las cartulinas

improvisadas que se colocan con la finalidad de cubrir otra función más allá del transporte, convirtiendo a los vehículos en escaparates de venta de productos, o complementar la información de rutas y destinos, como es el caso de las camionetas de transporte colectivo y microbuses. Cuando se quiere promocionar la venta de algún vehículo sólo basta con poner de la manera más improvisada un signo de pesos \$, para que se sepa cuál es la intención del mensaje.



Signo de \$ para venta



Cartulinas con precios



Rutas y destinos



Lona de protección con anuncio

Hay otro tipo de vehículos que circulan por las calles de nuestra ciudad, que también son portadores de rótulos y letreros, entre ellos podemos encontrar carritos de hot-dogs y hamburguesas, carritos de paletas heladas, motocicletas y bicicletas de repartidores de entrega a domicilio, entre otros.



Carrito de hamburguesas



Carrito de paletas



Repartidor de pizzas

4. Rótulos en y como personas

Como parte de la moda hoy en día se puede observar que las personas portan en su vestimenta diversos gráficos, imágenes y letreros con diferentes intenciones; sin embargo en algunos son promotores o vendedores de productos específicos, como los vendedores ambulantes de tarjetas de teléfono o periódico, los deportistas que lucen publicidad comercial y el distintivo de la marca de la prenda, al igual que otros en su calidad de manifestantes públicos de demandas, exigencias o denuncias. A todos ellos hay que sumar a la gama de uniformados que desempeñan diversos oficios o actividades.

En esta categoría se encuentran los vendedores de tarjetas de celular, de periódico y productos de comida, que portan uniformes con mensajes publicitarios de un proveedor; así como los que reparten publicidad específica como volantes y folletos que llevan uniformes o prendas con leyendas y logotipos.



Vendedores de Telcel, Bon Ice y otros

Se pueden considerar a las personas como portadores de mensajes gráficos o bien como el mensaje mismo, cuando asumen el papel de algún personaje como en el caso del osito Bimbo, el Doctor Simi, o que sin ser personas simulan serlos, como los monos de aire o “sky-dancer” utilizados fuera de los comercios para llamar la atención en las ventas especiales.



Botarga



Osito Bimbo



Sky-dancer

Cuando es el caso se pueden observar circulando en las calles de nuestra ciudad, letreros y pancartas que portan los manifestantes, generalmente improvisadas o artesanalmente hechas por rotulistas, con mensajes de demandas y protesta, con la intención de hacerlos públicos.



Una vez ejemplificados los diferentes tipos de rótulos que se han encontrado ubicados dentro del espacio urbano, de acuerdo con la clasificación anteriormente descrita, se presenta otra categoría de rótulos a la que se le denomina improvisados, los cuales si bien llevan toda la intención de un mensaje específico, se clasifican así por la improvisación en el uso de materiales, técnicas y tipo de soporte.

Hoy en día se cuenta con alta tecnología digital para la producción de rótulos y letreros, por eso en la ciudad se encuentra rótulos diseñados con hermosas imágenes a todo color y textos bien presentados, pero aún es usual que coexistan con rótulos hechos a mano por los rotulistas, con técnicas artesanales, utilizando diversos materiales y soportes, creados con mucho ingenio y creatividad.



Rótulos pintados a mano sobre diferentes soportes

Este tipo de letreros se encuentran generalmente afuera de los pequeños comercios, en los vehículos y en el mobiliario urbano; con diferentes intenciones: informar, vender, promover, señalar, etc. Pero es importante resaltar que dentro de este género que se ha denominado como los improvisados, destaca la creatividad en la creación de soportes especiales, como es el caso de los rines con poste, los burros, y objetos que apoyan el mensaje, determinando un estilo muy propio dentro de esta ciudad.



Estructuras metálicas improvisadas para soporte de rótulos

También se puede observar la utilización de objetos que aluden por sí mismos al tipo de servicio o producto que se ofrece, siendo imagen y parte del mismo letrero, como en el caso de las llantas para anunciar o señalar las vulcanizadoras, los cofres para la hojalatería y pintura, los parabrisas para los vidrios, las llaves de la cerrajería, etc., convirtiéndose en símbolos y códigos reconocibles que suelen ser repetidos.



Llanta y cofre como soporte de rótulos



Objeto como mensaje

Por otro lado, es interesante observar cómo cualquier objeto del mobiliario urbano, edificio o vehículo son utilizados como soporte de rótulos improvisados, en donde están presentes el ingenio y la creatividad muy propia de nuestra gente, marcando un estilo propio...

Existe una gran cantidad de cartulinas con letreros y grafismos hechos a mano y a veces por medios digitales, y no por eso dejan de ser rótulos improvisados, en donde se plasma el esfuerzo creativo ante la necesidad del mensaje, tratando de hacerlo espectacular, ornamentado o diferenciando para que se distinga de entre los demás.

RÓTULOS EN LA CIUDAD, MARCANDO SU PROPIO ESTILO...



Cartulinas improvisadas con diferentes mensajes

Los rótulos pintados a mano sobre paredes y bardas aún son muy usuales en nuestra ciudad, se hacen por manos expertas de rotulistas que copian los diseños y patrones establecidos y que han sido proyectados para ese lugar en específico, sobre todo cuando son anuncios publicitarios; pero en muchas otras ocasiones son letreros improvisados en los que no importa el estilo tipográfico, ni siquiera la ortografía, con tal de plasmar el mensaje.



Diferentes rótulos pintados a mano sobre bardas

Pero de todos estos rótulos y letreros improvisados es importante rescatar el ingenio y creatividad que se usa para su realización. Podemos ver cómo algunos de manera muy ingeniosa se valen de metáforas y simbolismos que les ayudan a enfatizar el mensaje; otros tratan de crear estilos de letra diferente, probando originalidad, aunque el mensaje no se entienda y en muchos otros crean imágenes relacionadas que aunque sean poco reales, apoyan la intención del mensaje, como es en el caso de las ventanas de las panaderías que para anunciar el “Pan de Muerto” o la “Rosca de Reyes”, utilizan personajes poco reales y mal proporcionados, pero que son parte del folclor de nuestra cultura.



(Zombi blogia)

Con la intención de crear originalidad de la identificación de lo propio, muchos agregan a sus vehículos banderas o grafismos como mensaje de originalidad.



Decoración de vehículos

Como parte de la conclusión de este trabajo es importante resaltar la profusión de los rótulos improvisados y la manera en que la gente se las ingenia para fabricarlos, y también cómo las manos de los rotulistas-artistas aún siguen presentes en el diseño y elaboración de muchos de ellos, acompañados con una combinación de vandalismo y creatividad presentes a través del graffiti que, pese a todo, forma parte de la expresión gráfica dentro del espacio urbano.

Haciendo referencia a este tipo de pintas “graffiti”, se sabe que en arqueología se utiliza el término “graffiti” o *graphiti* (en latín) para denominar a las inscripciones que se hacían sobre paredes de piedra, pero en este caso no se refiere a las realizadas por el autor de un monumento o edificio, sino a las que otros hacen posteriormente sobre el inmueble acabado. Se sabe que los antiguos romanos realizaban abundantes *graphiti*, puesto que se han

encontrado inscripciones en latín vulgar con consignas políticas, insultos, declaraciones de amor, etcétera, en los lugares menos afectados por la erosión (como las catacumbas o las ruinas de Pompeya cubiertas por la ceniza volcánica). También se conocen hechos de marineros y piratas que en sus viajes al pisar tierra dejaban sus nombre, seudónimos o iniciales, en las grutas, marcadas sobre las piedras, con el negro de un corcho quemado. La costumbre de escribir el propio nombre en lugares públicos y propiedades públicas es antiquísima, también en las paredes de mazmorras y prisiones se han encontrado mensajes, dibujos y calendarios realizados por los presos.

En el lenguaje común, graffiti incluye lo que también se llama pintas, o sea el resultado de pintar en las paredes letreros, frecuentemente de contenido político o social, sin el permiso del dueño del inmueble; y el letrero o conjunto de letreros de dicho carácter que se han pintado en un lugar. (Wikipedia, 2007).

Hoy, los rótulos se pueden considerar como detalles ambientales, dentro del espacio urbano, que van creando un entorno especial, en donde se pueden apreciar los sutiles cambios sociales, marcando modas y los estilos de vida, como parte de la cultura cotidiana de un lugar.

Bibliografía

- Bestle, R., & Noble, I. (2003), *Nuevo Diseño de Carteles* (1a. ed.), G. Bohigas, trad., México, Ediciones G. Gili.
- Costa, J. (2003), *Diseñar para los Ojos* (1a. ed.), La Paz, Bolivia, Grupo Editorial Design.
- Meggs, P. B. (2000), *Historia del Diseño Gráfico* (3a. ed.), México, McGraw-Hill/Interamericana Editores.
- Monografías* (s.f.), Recuperado el 26 de 10 de 2007, de <http://www.monografias.com>
- Mundo Antiguo* (14 de 11 de 2006), Recuperado el 26 de 10 de 2007, de <http://es.wikipedia.org>
- Sims, M. (1991), *Gráfica del entorno*, Barcelona, Ediciones G.Gili.
- Wikipedia* (s.f.), Recuperado el 5 de 11 de 2007, de <http://es.wikipedia.org>

• • •

El cuerpo y sus extensiones en la vida cotidiana

NORMA PATIÑO NAVARRO

Introducción

El individuo civilizado tiene una relación compleja con la vida cotidiana. En su afán por facilitarse el trabajo ha diseñado herramientas a través del tiempo, pero más allá de querer realizar mejor su oficio, ha tenido una preocupación, un deseo: el de hacer de su propio cuerpo una herramienta cada vez más grande, más fuerte, más larga, más rápida, más efectiva, más bella, en una palabra, cada vez “mejor”. La consigna es diseñar extensiones del cuerpo, no siempre para hacerlo más útil, pero sí para realzar sus facciones, alargar sus extremidades, o simplemente como objeto decorativo. Esto, a cambio de involucrar la propia piel, su propia anatomía, se exhibe enfundado en prendas y accesorios estafalarios, se somete a rudas y riesgosas cirugías; sufrimiento y sacrificio están en juego, el umbral del dolor se amplía cada vez. Existe toda una industria de las extensiones del cuerpo al servicio del diseño y la moda. En este espacio se revisan algunas de ellas.



El deseo de “siempre más” parece universal, los individuos crean sus extensiones arriesgando su propia salud y su economía, todo por una necesidad de pertenencia, con tal de estar a la moda, o de aparecer en la foto que evidencia este nuevo cuerpo. El hombre ha

sometido su anatomía a disciplinas exhaustivas, sujeto a una suerte de “autodiseño” permanente con respecto a su imagen, lo cual lo exhibe cada vez más en un afán narcicista.



Para ser precisos todo lo que colocamos sobre el cuerpo es una extensión del mismo; la ropa como extensión de la piel, los zapatos como extensión de los pies, las mismas herramientas de trabajo son una extensión de las manos, los accesorios, la joyería y en fin, un estudio de todo esto sería infinito e imposible; por ello, para delimitar el tema creo oportuno clasificarlas en dos campos importantes: las extensiones **ceremoniales** y las extensiones **profanas**. Las primeras imperan en la cultura tribal: escarificaciones, alargamiento de la boca, del cuello, de las orejas, injertos en la piel, la cabeza, entre otras; su sentido es ritual, religioso y ellas son permanentes. Las segundas tienen otros objetivos, pertenecen al orden de lo cotidiano, lo utilitario y ornamental y por ende al campo del diseño, pero también son temporales y efímeras. De ellas nos ocuparemos en este ensayo. Hablaremos entonces de las extensiones corporales que son de dos tipos: internas y externas. Diríamos que las internas están ligadas a la naturaleza del propio cuerpo, es decir, que surgen del mismo, como las uñas, el cabello, los miembros, etc. Y las extensiones externas que son los objetos que se usan sobre el cuerpo. Profundizar en un tema tan amplio es labor ardua que exige un estudio minucioso, digno de una tesis doctoral como es el de las extensiones del cuerpo en la historia, sobre todo en un espacio tan limitado; así que la intención es hacer un breve recorrido, un modesto acercamiento a lo que consideramos importante en términos de la vida cotidiana.

La cabeza y sus extensiones

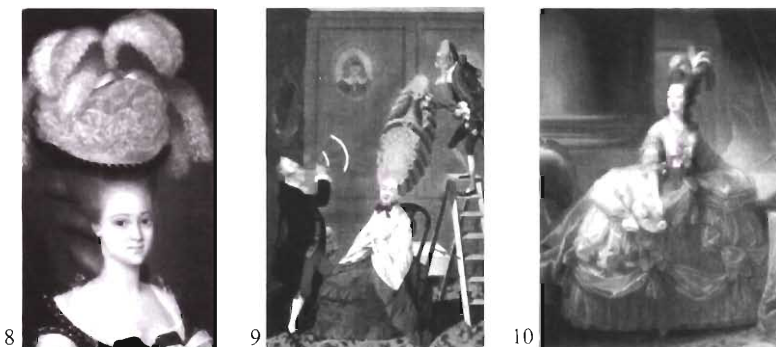
Lo primero es la cabeza. Los sombreros, las pelucas, los tocados, los cascos protectores y una suerte infinita de acomodos del cabello, han coronado el arreglo personal de todas las civilizaciones. Muchas veces con la intención de hacer crecer la figura y enmarcar el rostro que es la fachada de esta maravillosa edificación: el cuerpo. También el maquillaje que es parte de la cosmética es una forma de extensión, el llamado rimel para las pestañas se ha

usado para dar el efecto de alargarlas y para hacer resaltar los ojos; el lápiz labial para ampliar los labios. La máscara es también una prolongación de la cara, sin embargo este es un tema que tiene además otras connotaciones, por ejemplo en los carnavales se ha usado para ocultar la identidad, o como objeto de ritos y celebraciones tribales. De alguna manera el maquillaje se ha aplicado también en ese sentido, para enmascarar. El maquillaje de retoque y el arreglo personal tienen una historia que se remonta al antiguo Egipto, Grecia y Roma. Los antiguos romanos establecieron importantes códigos de belleza, se dice que ahí nació la cosmética con una mujer llamada Romelia, quien ejerció este oficio de manera relevante.



Una forma de encontrar los diferentes peinados que ellas usaban es recorrer las esculturas de las mujeres romanas, que en su variedad revelan la importancia que tenían para esta época. Luego, en el periodo imperial, se produjo una verdadera invasión de los postizos (las pelucas), utilizados por gran cantidad de mujeres, permitiendo mayor variedad en los tocados. Además tuvo mucha aceptación en Roma la moda de teñirse los cabellos. Durante el primer periodo imperial, a las damas romanas les gustaba teñirse de color rojo o ponerse postizos hechos con cabellos cobrizos de las mujeres bárbaras; no faltaban las tinturas negras y de color grisáceo o cenizo, mientras que estaban absolutamente prohibidos el amarillo o el azul, pues se reservaban a las cortesanas.

En otros tiempos también se usaron las pelucas en un afán por adornar la cabeza, pero también por aumentar el volumen del cabello, o por mostrar mayor altura; recordemos las pelucas barrocas, blancas y polveadas del siglo XVII y XVIII para hombres y mujeres por igual; los peinados, sombreros y tocados llegaron a medir más de 40 cm.



La época llamada de los “Luises” fue muy importante en los asuntos del embellecimiento y la cosmética. El de María Antonieta era el “reino del ocio”, ellos tenían tiempo de sobra para la ornamentación personal en la corte de Luis XVI, era incluso más excesivo entre los hombres que entre las mujeres; estos se pintaban, polveaban y perfumaban obsesivamente (si además se hubieran bañado con regularidad, hoy los llamarían metrosexuales). Otros fueron los chongos y los altos peinados de los años sesenta del siglo que acabamos de dejar, el famoso peinado en gajos, o el peinado de cubeta que estilizaban la figura. Actrices de cine como Audrey Hepburn, entre otras, inmortalizaron dichos peinados, mismos que el desaliño del hipismo de finales de los sesenta y principios de los setenta, acabaron por enterrar y convertir a esa costumbre en “pieza” de museo.

Algunos de estos peinados eran verdaderas obras de arte que costaba trabajo deshacer, incluso se crearon leyendas alrededor de ellos: se cuenta que una mujer se dejó por más de dos semanas el peinado de cubeta, el que apenas si retocaba por las mañanas y sin saberlo había hospedado un nido de arañas en el hueco que formaban los cabellos.

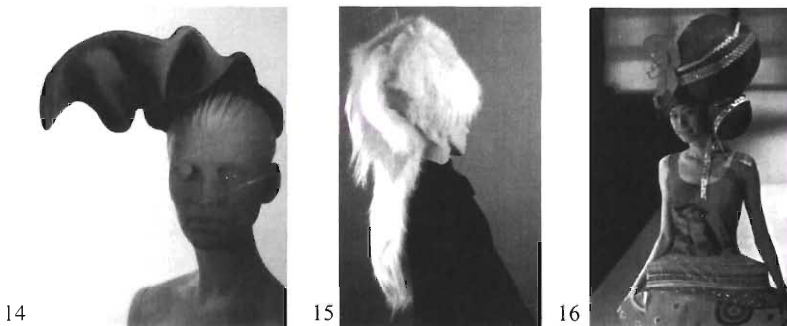
Por estos años el maquillaje también intentaba alargar y agrandar los ojos, al pintar el contorno superior con una línea negra que terminaba en punta al estilo gacela.



Es importante mencionar algunos casos de creadores de moda que han trabajado las extensiones en la cabeza, a manera de sombreros y tocados como el de Cristóbal Balenciaga, Christian Dior, Elsa Schiaparelli, Emma Bielden, entre otros.

Las extensiones del cabello

En la actualidad hay grandes técnicas de las extensiones del cabello para hacerlo más largo y voluminoso. En el año de 1988 Soledad Cabello fue pionera en España en extensiones de pelo, ella diseñó un sistema revolucionario para añadir cabello según las diferentes necesidades.



Las aplicaciones pueden ser múltiples: para dar volumen a la cabellera, o para cubrir alopecias, para alargarlo, sustituir cabellos maltratados, en fin. Las formas o técnicas de aplicación pueden ser: con broches, con grapas, cocidas, trenzadas, con keratina, con micro-chips, por cortinas, ultrasonido, con cristal, con swaroskys, por puntos, etc. Algunas de estas son técnicas de injerto; en fin, ha sido un avance que mucho agradecen personajes del espectáculo que quieren recuperar su imagen juvenil. Los resignados optan por raparse a “rodilla” y crearse un aire de místicos ascetas y hasta practican yoga para ser coherentes con tal imagen.



Extensiones de la cara

En los años setenta llegaron a México unas pelucas y pestañas postizas marca “pixie”, aquellas que popularizó la inglesa Pixie Hopkins; las pestañas postizas o falsas, también llamadas extensiones, son cada vez más comunes de lo que se puede imaginar, sobre todo en el mundo del espectáculo y en ambientes nocturnos. Son también muy usadas por personas que están pasando por tratamientos de radiaciones o quimioterapias, ya que durante estos tratamientos puede perderse el pelo incluyendo el de las pestañas y cejas. Este recurso sirve también para quienes tienen pocas pestañas o quienes las tienen muy cortas. Se usan para dar un aspecto más dramático al maquillaje de ojos, o para dar efectos de color en carnavales o en fiestas de disfraces, la pasarela o para fotografías glamorosas.



19



20

Las hay de pelo natural y artificial y pueden aplicarse en una tira completa, en grupos o de pelo en pelo. A lo largo de la historia se ha buscado embellecer y alargar las pestañas de manera que realcen la forma de los ojos. Para ello también puede aplicarse una máscara especial llamada “rimel”. El rimel es el gran invento de la cosmética. La primera máscara de pestañas fue inventada por el empresario francés Eugène Rimmel en el siglo XIX, de ahí su nombre. El rimel moderno lo creó el químico T. L. Williams para su hermana Mabel. Estaba hecho de polvo de carbón mezclado con vaselina de petróleo. El producto fue un éxito y Williams comenzó a venderlo a través del correo. Su empresa, Maybelline, se convirtió eventualmente en la principal compañía de cosméticos. Las consumidoras soñaban humedecer un pincel de cerdas semiduras y lo frotaban sobre una pastilla de la mezcla, luego lo aplicaban en los ojos. El tubo moderno y el cepillo aplicador aparecieron hasta el año 1957, cuando fue introducido al mercado por la empresaria Helena Rubinstein.¹

Los bigotes o mostachos y las barbas, son otro tipo de extensiones que más bien pertenecen al mundo masculino. Sólo algunas mujeres se han travestido y han empleado estas extensiones pilosas como era el caso de la reina Hatshepsut, en Egipto, o de la bromista mexicana de los años treinta Concepción Armida, que se convertía en el señor Carlos Balmori, su esposo. Los postizos de barbas y bigotes se han utilizado en diversas épocas, básicamente en el medio del cine y el teatro para dar diferentes caracterizaciones a los personajes.

¹ Wikipedia.

Las extensiones de la piel

El volumen en relación al cuerpo ha sido importante para la mayoría de las culturas. Sin embargo, el concepto de belleza ha cambiado, aquellos cuerpos regordetes y rosados pasaron a la historia. La obesidad pudo haber sido símbolo de belleza en algún momento, pero en la actualidad la moda es hacer crecer solamente algunas partes corporales, “ciertas partes”. El fisicoculturismo es un ejemplo de esta construcción. En un mundo mediatizado la visión del propio cuerpo ha cambiado, este fantasma ha sido banalizado por los héroes del cine y las tiras cómicas. Ese deseo de “siempre más” no tiene límites si del volumen corporal se trata. Pero la ambición de una apariencia perfecta en un cuerpo lleno de músculos voluminosos al extremo, sólo acaba por crear una imagen grotesca del mismo.² Otro ejemplo es la cirugía en el caso de los implantes de pechos y de glúteos. La corporeidad se muestra cada vez más por lo que las extensiones tendrán que ser interiores; los cirujanos plásticos son los nuevos diseñadores y están cada vez más atareados.

La cirugía plástica ha de crear lo que “Dios no ha dado”. Los implantes son lo de hoy, los de pechos, de glúteos, los del cabello y de todo lo que se deje.



21

La ropa es otra extensión del cuerpo, es una prolongación de la piel que la cubre y sostiene; su función es proteger al propio cuerpo del clima extremo, las rozaduras, y de las miradas amenazantes, entre otras. Los diseñadores de moda se dan vuelo creando efectos de alargar o ensanchar el cuerpo a través de las prendas de vestir. La falda larga puede producir la idea de mayor estatura, así como también un corte a rayas verticales, a lo largo del cuerpo; y por el contrario las líneas horizontales dan la sensación de algo ancho o gordo. En ocasiones la ropa es una salvación porque esconde las imperfecciones y las marcas o cicatrices indeseables. Una buena opción antes de la cirugía es el uso de sostenes o brassieres, para algunas estas son una “bendición” que a veces engaña a los incautos, los diseños de moda que sugieren volumen y firmeza son a los que hoy se les llama *push-up bra*, además de la ya bien conocida varilla, que contienen o mejor dicho “esconden” una

² Pantellini, Claudia/ Stohler, Peter, *Body extensions*, Zürich, Arnoldsche.

almohadilla en un par de bolsitas en la parte inferior e interna de la prenda, de tal forma que el volumen aumenta notablemente, las sorpresas se dan en la intimidad o en los vestidos del gimnasio. El diseñador Jean-Paul Gaultier creó en 1984 un traje cuyas protuberancias a la altura del pecho tienen forma de conos y que se hizo famoso por la cantante Madonna, quien los usó en un concierto ante el asombro de los concurrentes.



22



23

Cuando se habla de la moda la imaginación se deja ver en atuendos sugerentes que hasta en ocasiones ni siquiera llegan a usarse. Matthias Herrmann propone en 2003 un postizo para aumentar la virilidad, una prenda en tela a cuadros que puede usarse por dentro o por fuera, al gusto del cliente. Hay una tendencia de la moda que se inspira en otras civilizaciones, tal es el caso de los cuellos desmesurados de las mujeres Padaung en Birmania, proyectados en diseños de la firma Christian Dior, en 1998. Estas mujeres con sus alargadas posturas nos hacen pensar que su costumbre de orden tan sólo estético tiene también un poco de la frivolidad de los cánones de occidente: **90-60-90**, las medidas ideales para las modelos de pasarela.



24



25

Los postizos

Éstos se han usado a lo largo de la historia para sugerir mayor volumen. Consisten en colocar almohadillas anatómicas en las caderas, los pechos, los glúteos.



También se han usado los postizos para el abdomen; por ejemplo en el siglo XIII, durante el resurgimiento del culto mariano, la moda consistía en un costalito que se colocaba en el abdomen para suscitar la fertilidad; mientras los hombres se habían ido a las cruzadas, entretanto otros aprovechaban la ocasión, si no, habría que referirse al relato del Arcipreste de Ita, que cuenta la historia de un hombre ingenuo que antes de partir pinta un cordero en el vientre de su esposa, y cuando regresa encuentra un enorme carnero en el abultado vientre de la mujer embarazada.³

El polizón, aunque no es propiamente un postizo, si es una prenda interior que se usó a finales del siglo XIX y que aumentaba el volumen del trasero, así como las estructuras con crinolina en la época de los Luises y luego también en el siglo XIX, para dar un efecto de anchar las caderas y disminuir la cintura. Dior regresa a la pequeña crinolina para remarcar la cintura breve y con ello la feminidad.

En el siglo XVI era una costumbre entre los hombres de la aristocracia usar postizos para aumentar el volumen de la bragueta; Carlos V se muestra en un retrato de Tiziano.

³ De Ita, *El libro del buen amor*, 1967, México, Espasa Calpe.



31



32

Ésta es una época muy importante de esplendor masculino entre los Austria, él impone una moda en contraste con el arreglo sencillo de las mujeres; Ana de Portugal, su esposa, era como una monja laica, al grado de recluirse en el Convento de las Descalzas Reales, en Madrid. A propósito de los postizos, en tribus como la de los pigmeos de Borneo emplean una funda peneal que es una especie de cuerno que prolonga la idea de virilidad. El diseñador Galiano propone en 2007 una serie de trajes hechos de estambre y harapos formando una maraña de grandes penes repartidos en la cabeza como tocado, en el cuello a manera de bufanda y en el calzón, para rematar con un gran falo que surge de la bragueta. Todo un caso...



33

Las uñas, extensiones como garras

Las uñas han sido un elemento de uso ornamental que se llevan tan largas como se desee, al gusto de las mujeres. Sólo algunos hombres dejan crecer las uñas de sus dedos meñique con la intención de convertirlas en herramientas punzo cortantes en su trabajo artesanal. Existen también las uñas postizas, en ausencia del crecimiento de dichas protuberancias.



34



35

Ésta es una de las formas más recurrentes de extensión, sobre todo en las mujeres: las hay de porcelana, de acrílico, de fibra de vidrio o de gel. Las últimas son las uñas postizas más populares y no por eso las mejores. De hecho, estas uñas son las que le dieron el cambio de nombre de “uñas postizas” a “uñas de gel”. Son brillantes y lucidoras aunque no tienen la misma resistencia que las de acrílico. Estas últimas son consideradas como las uñas básicas. La ventaja de éstas sobre las de gel es la resistencia y su bajo costo. Sorprende ver la infinidad de maneras de decorar estas verdaderas extensiones de las manos, cuya semejanza con las garras felinas puede darles un toque salvaje y estrafalario, para algunos hasta pueden hacer aparecer a la portadora como “sexy”.

Los pies y sus extensiones

Y de los zapatos qué más se puede decir si ya se ha dicho todo, es la prenda más fascinante de la historia. Para las mujeres antiguamente el pie pequeño era una cualidad, no en vano el mito de la cenicienta cuyo pie pequeño le abre las puertas del reino (esa es la versión para niños) la otra, muy elaborada por cierto, dice que es una metáfora, que un pie pequeño femenino representa la estrechez de su intimidad, de ahí su gran atractivo. En la antigua China los pies eran envueltos en paños de seda para frenar su crecimiento, y eran colocados sobre altas plataformas de madera para alargar la estatura de las mujeres.



36

La del zapato es una historia larga que fascina, data de la prehistoria; tan sólo el tema amerita amplios ensayos por su riqueza. Es el zapato una forma de extensión del pie, por lo que los más interesantes son los de tacón y los de plataforma en su función de alargar la figura. A finales del siglo XVI y durante el siglo XVII se busca una imagen más refinada con el zapato de tacón, el que lo pone de moda es Luis XIV, quien además lo usaba para disimular su baja estatura.



37



38



39

El siglo XX es el siglo del zapato femenino, se generan las propuestas más sofisticadas, no sólo del zapato como extensión del pie sino como diseño, la alternancia entre el tacón de punta y la plataforma es como un juego de vaivenes que comienza en el siglo XX. La plataforma en los años treinta con Salvatore Ferragamo y más adelante los stiletos o tacón de punta con Manolo Blahnik, quien hasta ha diseñado un tacón de 90° de inclinación.

Salvatore Ferragamo fue llamado el genio creativo del calzado del siglo XX. Sus zapatos son obras de arte y de artesanía que sugieren sorprendentes analogías entre la arquitectura, el diseño, el arte y los estilos de vida.⁴



40



41

Ferragamo, de una familia grande y modesta deja Italia para instalarse primero en Boston y luego en Santa Bárbara, convirtiéndose en el zapatero más famoso en los años treinta. Ferragamo gustaba de llamarse a sí mismo un zapatero, un artesano. Sus técnicas elaboradas de construcción adquiridas en Italia en los talleres especialistas superan con mucho

⁴ *La Jornada Semanal*, domingo 25 de junio de 2006, núm. 590.

la manufactura de los Estados Unidos. Sus materiales son también hechos a mano, como el bordado o la rafia trenzada. A partir de entonces, su taller fue asediado por directores y estrellas del cine mudo, como Pola Negri, Mary Pickford y su hermana Lottie, Gloria Swanson y Mae West. Cuando la industria filmica se mudó a Hollywood en 1923, Ferragamo fue tras ella y abrió un nuevo taller, el *Hollywood Boot Shop*, en una de las calles principales de Beverly Hills, el Hollywood Boulevard, en la esquina formada con Las Palmas.



Los directores de cine más famosos de la época, como Cecil B. de Mille, James Cruze, David Wark Griffith y Raoul Wash, le encargaron a Ferragamo zapatos para sus producciones épicas –por ejemplo, *Los diez mandamientos* (*The Ten Commandments*), *La caravana de Oregon* (*The Covered Wagon*), *Flor que renace* (*The White Rose*), *El ladrón de Bagdad* (*The Thief of Bagdad*). Las actrices se disputaban los excéntricos modelos de Salvatore, en los que el joven zapatero daba rienda suelta a su genio creativo y a su pasión por la experimentación con técnicas y materiales.

Manolo Blahnik, el diseñador de zapatos que se ha vuelto el más famoso del mundo, después de que lo llamaran el calzado fetiche de Sarah Jessica Parker, por la serie de televisión “Sexo en la ciudad”. Blahnik nació en las Islas Canarias en 1942, de madre española y padre checo. Ha desarrollado su carrera en Europa y Nueva York. Se sabe que los zapatos de Blahnik están confeccionados artesanalmente con los más delicados materiales.



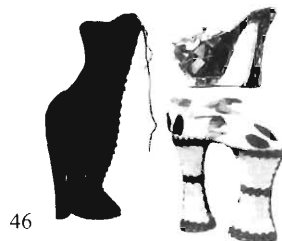
De sus zapatos, que calzan los pies más célebres del mundo, circulan algunas leyendas: se ha dicho que “Paloma Picasso se siente desnuda si no lleva *blahniks* en sus pies” y la *Spice Girl*, Victoria Adams, “lo primero que rescataría de su casa en llamas serían sus Manolos”, la cantante Madonna considera que “estas piezas son mejores que el sexo, y duran

más". Todo un lujo, ansiado por cantantes, actrices, modelos, aristócratas y millonarias de toda estirpe, capaces de gastar una fortuna por conseguir uno de los originales modelos del artista español afincado en Londres. Desde unos 600 euros los más baratos, hasta más de 6.000, los modelos exclusivos, estos tacones, que rondan los 20 centímetros de altura, se han convertido en un codiciado objeto para buena parte del *jet set* mundial. El secreto de estas pequeñas piezas de arte radica en la mezcla de feminidad, sensualidad y fantasía que reúnen, logrando que las mujeres que las calzan se sientan, según palabras de su propio creador: "sexys, provocativas y glamorosas".

Pero no es tarea fácil hacerse de un par de Manolos. Varios meses pueden transcurrir desde que la interesada clienta solicite su zapato hasta que lo tenga en su poder. Y es que el artesanal y minucioso proceso de fabricación llevado a cabo por esta casa, si bien da como resultado un calzado de gran calidad, origina que las listas de espera para conseguirlo sean enormes. Tras plasmar en un papel el modelo que ha imaginado previamente en su cabeza,

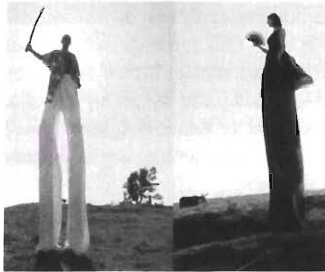
Manolo Blahnik hace esculturas sobre un pedazo de madera. De ahí surge un molde de plástico en el que el creador pinta, recorta y pega a su gusto, da rienda suelta a su imaginación y fantasía mezclando texturas, colores y materiales de todo tipo, sin tener en cuenta las tendencias de la moda, y dejándose guiar únicamente por su intuición artística. Una vez hecho el prototipo, éste es destinado a la fábrica en Parabiago (Italia), donde pasa por 50 procesos de producción, motivo por el cual únicamente se confeccionan 80 pares al día.

Y es precisamente en ese trabajo manual donde radica el encanto de los zapatos de Blahnik, cargados de una magia particular que los hace irresistibles y codiciados, signos supremos de la distinción. De ahí que muchos piensen que la vida se ve mejor desde un par de *manolos*.⁵



Y qué decir de una búsqueda de "altura" en los "zapatos animales" que más allá del disfraz, quieren aumentar la estatura con diseños estrafalarios. Por el mismo terreno, es decir, por el suelo, o mejor dicho "por el cielo" andan los zancos, éstos son también extensiones de las piernas y se han utilizado en ferias, carnavales, fiestas y rituales, así como en los teatros de carpa y en las plazas públicas. El uso que se les ha dado es festivo, su objetivo es llamar la atención para anunciar algo o para el disfraz caricaturesco.

⁵ *Ibid.*



47



48

El tatuaje como una extensión simbólica del cuerpo

Sólo queda hablar del tatuaje como una extensión corporal a nivel narrativo y simbólico, como una forma de expresión del propio cuerpo que quiere salir, ir más allá. El discurso del cuerpo en ausencia de la palabra se apoya en prendas, accesorios y desde hace siglos, en tatuajes, para contar, externar o hasta gritar sus historias, exponer sus necesidades. Casi la totalidad de los pueblos primitivos ha utilizado el **tatuaje** como **símbolo** de pertenencia a clanes, etnias, jerarquías o como elemento decorativo. También cíclicamente se pone de moda y aún así el tatuaje, por imitación, contagio o costumbre social es un universo complejo cuyas explicaciones van más allá del simple acto de “decorar la piel”. Las implicaciones de permanencia en la piel, de sometimiento al dolor, de quedar vestidos de alguna manera en la misma desnudez, tienen sus razones de ser y es un tema cuyo estudio corresponde a los expertos; y en ese afán viene al caso un párrafo de Mauricio Molina que define bien lo que representa una costumbre ancestral que se ha puesto de moda en la última década: “Todo significa. El cuerpo deviene código, relato... en una sociedad regida por lo efímero, donde todo se consume y se desecha (vestuario, maquillaje) la orfebrería epidérmica permite llevar algo que ha de marcarlo hasta la muerte.”⁶



49



50

⁶ Molina, Mauricio, “El cuerpo y sus dobles”, en David Pérez (ed.), *La certeza vulnerable. Cuerpo y fotografía en el siglo XXI*, Editorial GG, FotoGGrafia, Barcelona, 2004.

Conclusiones

- El individuo civilizado en su afán por facilitarse el trabajo ha diseñado herramientas a través del tiempo, pero más allá de querer realizar mejor su oficio, ha tenido una preocupación: la de hacer de su propio cuerpo una herramienta cada vez más grande, cada vez "mejor". La consigna es diseñar extensiones del cuerpo, no siempre para hacerlo más útil, pero sí para realzar sus facciones, alargar sus extremidades, o simplemente como objeto decorativo. Esto, a cambio de involucrar la propia piel, su propia anatomía. Existe toda una industria de las extensiones del cuerpo al servicio del diseño y la moda.
- En términos prácticos podría decirse que todo lo que colocamos sobre el cuerpo es una extensión del mismo, la ropa como extensión de la piel, los zapatos como extensión de los pies, las mismas herramientas que usamos son una extensión de las manos, los accesorios, la joyería y en fin. un estudio de todo esto sería infinito e imposible. Para delimitar el tema las clasificamos en extensiones **ceremoniales y profanas**.
- Las segundas, las que nos ocupan, pertenecen al orden de lo cotidiano, lo utilitario y ornamental y por ende al campo del diseño, pero también son temporales y efímeras en su inmediatez. Son además de dos tipos: internas y externas. Diríamos que las internas están ligadas a la naturaleza del propio cuerpo, es decir, que surgen del mismo, como las uñas, el cabello, etc; y las extensiones externas que son los objetos que se usan sobre el cuerpo. Éste es un breve recorrido por las extensiones que consideramos "importantes" en términos de la vida cotidiana.
- Desde la cabeza hasta los pies, los peinados, los sombreros, la misma ropa y los zapatos, son extensiones que el hombre se ha procurado a través del tiempo, haciendo alarde de su imaginación en el diseño y el arte, algunas veces de forma estrafalaria y otras hasta frívola.
- Las extensiones de la cabeza, las de la piel, los postizos, pasando por los polizones, aumentos en los sostenes y las uñas, las continuaciones de los pies, tales como los zapatos de plataforma, los tacones, stiletos y zancos, objetos de uso ornamental, o de protección, en sus excesos señalan los alcances del imaginario del individuo.
- El volumen en relación al cuerpo ha sido importante para la mayoría de las culturas. El fisicoculturismo y la cirugía han sido una solución para rediseñar los cuerpos, el individuo se somete a riesgosas cirugías, sufrimiento y sacrificio están en juego, el umbral del dolor se amplía cada vez. El cuerpo rediseñado y construido por el hombre en sus diferentes facetas es un tema que preocupa cada vez más en los tiempos modernos, hasta el grado de exponerse a rudas disciplinas y altos costos monetarios. En un mundo mediatizado la visión del propio cuerpo ha cambiado, este fantasma ha sido banalizado por los héroes del cine y las tiras cómicas. Los diseñadores de moda se dan vuelo creando efectos de alargar o ensanchar el cuerpo a través de las prendas de vestir.
- Por último el tatuaje como una extensión simbólica. El discurso del cuerpo en ausencia de la palabra se apoya en prendas y accesorios y desde hace siglos, en tatuajes,

para contar, externar o hasta gritar sus historias y plantear sus necesidades. Prolongaciones, dilataciones, amplificaciones, ensanches, aumentos, alargamientos, etc, son sinónimos que el diccionario ofrece a este lenguaje que tanto ha preocupado al hombre y a la mujer de todos los tiempos: las extensiones de sus cuerpos.

Relación de imágenes:

- 1 Retrato de la Armada, Isabel I
- 2 Diseño de Viktor y Rolf, 2003-2004
- 3 Y 4 Hombre fisicoculturista de frente
- 5 Mujeres de la nobleza romana
- 6 y 7 Peinado dama Flavio
- 8 Tocado del periodo rococó
- 9 Caricatura del rococó
- 10 Retrato de María Antonieta
- 11, 12 y 13 Peinados de los sesenta
- 14 Diseño de Cristobal Balenciaga, 1958
- 15 Emma Fielden, sombrero de soldado, 2002
- 16 Walter van Beirendonck, 1997
- 17 y 18 Extensiones del cabello
- 19 y 20 Pestañas postizas
- 21 Implante mamario
- 22 Jean-Paul Gaultier, 1984-1985
- 23 Matthias Herrmann, 2003
- 24 Mujer Padaung Birmania, 1930
- 25 Christian Dior, París, 1998
- 26 Sabine Portenier, 1998
- 27 Postizos masculinos
- 28 Polizón Siglo VIII
- 29 Jupon et faux-cul, 1885
- 30 Vestido, Gran Bretaña, 1869-1870
- 31 Carlos V, Tiziano, 1533
- 32 Armadura y casco, 1600
- 33 Galiano, 2007
- 34 y 35 Uñas de gel y de cristal
- 36 Zapato de seda, China, 1930
- 37 Zapatos del siglo XVII
- 38 Zapatos de plataforma, España, 1968
- 39 Christian Dior, París, invierno 2003-2004
- 38 Zapato de plataforma de los años setenta
- 39 Salvatore Ferragamo 1938
- 40, 41 y 42 Zapatos Ferragamo

- 43 Manolo Blahnik
- 44 Dibujo de Manolo Blahnik
- 45 y 46 Zapatos animales de diferentes autores
- 47 y 48 Zancos, Irene Maag
- 49 y 50 Tatuajes

Bibliografía

- Glanz, Margo y Stefania Ricci, *Salvatore Ferragamo 1898-1960*, Walking Dreams, Editorial RM, México, 2006.
- La Jornada Semanal*, domingo 25 de junio de 2006, núm. 590.
- Manolo Blahnik Drawings*, Thames & Hudson, Nueva York, 2003.
- Molina, Mauricio, "El cuerpo y sus dobles", en David Pérez, *La certeza vulnerable. Cuerpo y fotografía en el siglo XXI*. Editorial GG, FotoGGrafía, Barcelona, 2004.
- O'Keeffe, Linda, *Shoes. A celebration of Pumps, Sandals, Slippers & more*, Workman Publishing, Nueva York, 1996.
- Pantellini, Claudia y Peter Stohler, *Body extensions*, Arnoldsche, Zürich.



El transitar por los espacios diseñados

C U A U H T É M O C S A L G A D O B A R R E R A

Introducción

Parte de la cotidianidad de mi vida es sentarme frente a este instrumento con el que ahora escribo, llamado computadora; un invento que como todos los objetos cambia y se perfecciona año con año, volviendo obsoletos los anteriores modelos. Usar y desechar, podría ser el lema del diseño actual y la velocidad y angustia el signo de nuestro tiempo. Nuevamente vuelvo a mirar a mi alrededor y observo: estoy rodeado de objetos, todos ellos creaciones humanas, que he ido acumulando en el diario vivir. Me doy cuenta que cada uno de ellos despierta en mi memoria recuerdos sobre su adquisición y uso. Uno de estos objetos es un libro, que se encuentra entre otros libros, lo tomo y vuelvo a leer lo que he subrayado en la página 23, que dice:

Un diseño puede ser original o la reproducción de uno antecedente; puede ser exclusivo o de uso común, ejemplar único o numeroso; puede estar inspirado en algún tema de la naturaleza o surgir de la mente de su creador y la comunidad a la que pertenece; puede gustarnos o no, ser adecuado o inútil, complicado o sencillo, accesible o inalcanzable, especial para unos y común para otros. Como sea: un objeto siempre será la expresión legítima de un modo de vivir y ver el mundo.¹

Sí, así es, este cuarto en donde me encuentro y los objetos e imágenes son la expresión no sólo de quien las creo, sino también de mí, pues, me las he apropiado y las he dispuesto de acuerdo con mis necesidades físicas y afectivas. Es un espacio que he ido conformando y reconstruyendo cotidianamente; estos objetos son producto de mis deseos, estoy apegado a ellos de diferente manera; conforman un espacio diseñado por donde mi vida transcurre.

Ahora detengo la mirada en una cámara digital, es uno de mis instrumentos básicos de trabajo, es una de mis memorias externas, con ella fijo instantes de la vida. Todo instrumento amplía nuestro poder, con esta cámara atrapo imágenes de los otros y el uso que les puedo dar afecta al ser humano de quien proviene la imagen. Simplemente pensemos en el poder de los medios de comunicación y la manipulación que de la realidad hacen. Los objetos nos dan poder, pero este poder se puede volver sobre nosotros y resultar todo lo contrario, es

¹ Martín Juez, Fernando, *Contribuciones para una antropología del diseño*, Gedisa, Barcelona, 2002, p. 23.

decir, podemos quedar atrapados por la multitud de objetos que nos rodean y terminar con un psicoanalista.

Este documento que ahora escribo tiene por objetivo transmitir mis reflexiones existenciales sobre mi transitar por algunos espacios diseñados, narrando de manera sintética un viaje que realicé en el mes de agosto del 2007 a Xalapa, Veracruz y posteriormente a San Cristóbal de Las Casas, Chiapas. Al final de mi escrito doy algunas conclusiones sobre este transitar y el poder que nos dan los objetos y el sometimiento que contradictoriamente padecemos.

El viajar

Salí de mi casa un día, con temor de llegar tarde a la terminal de autobuses foráneos, era una tarde lluviosa del mes de agosto, el auto en que viajaba a gran velocidad se detuvo en la estación del Metro Copilco. Entré a dicha estación, compré mi boleto y en pocos minutos ya estaba sentado en el interior de un vagón iniciando mi viaje. Me sumergí en la lectura de estos objetos prodigiosos en donde se codifica el pensamiento de otros seres humanos que, en muchas ocasiones ya no existen y que a partir de estos textos nos siguen interpelando. Apenas iba entrando a otra dimensión imaginaria cuando en la siguiente estación se sube un ciego cantando, en la siguiente estación un vendedor de discos piratas que, con sus gritos y el alto volumen de su bocina, cambió mi estado de ánimo y mis pensamientos. Posteriormente suben dos niñas, una de aproximadamente diez años que toca un acordeón, y atrás de ella, seguramente su hermana menor, que va pidiendo dinero. Mis pensamientos cambian de dirección y trato de entender lo que sucede, pienso:

Nuestro transitar en el mundo está determinado por el entorno donde nacemos y ese entorno nos permite o limita el desarrollo de nuestras capacidades. Por ejemplo, en algunas comunidades indígenas que conozco, ser mujer y campesina implica estar sujetas a una serie de rutinas impuestas por la familia y la comunidad, es la costumbre que se transmite de generación en generación, son las labores cotidianas, que día a día, tienen que realizar y que en otras palabras constituyen los hábitos. Interactuamos con el entorno al que fuimos acostumbrados desde niños o niñas, y por lo tanto con otros seres humanos que cumplen otras rutinas complementarias al sistema de trabajo. También interactuamos con la flora y la fauna y, claro está, con los objetos diseñados.

Lo cotidiano es tan común que se vuelve parte de nosotros, y sólo pensamos en ello cuando algo extraordinario sucede y rompe nuestra rutina. Estas niñas que se ganan la vida de esta forma, seguramente son parte de la migración del campo a la ciudad provocada por la pobreza que se vive en él. Así como lo cotidiano tiene su contraparte en lo extraordinario, la acumulación de capital en unas cuantas familias tiene su contraparte en este ejército de pobres y desempleados que circulan a diario en el metro, vendiendo todo tipo de productos. Me viene a la mente un fragmento de un texto, que a continuación cito:

La mayor acumulación de capital es también incremento del dominio al que están sometidos los sujetos o, para decirlo con Marx, aumento de la enajenación del ser genérico. Ese dominio se manifiesta como despojo en un sentido cada vez más generalizado. No sólo hay despojo de tierras, materias primas y derechos laborales, sino también y sobre todo, despojo de saberes y capacidades de creación y, más aún, de certidumbres vitales.²

Seguramente la realidad es más compleja y diversa, pero dentro de esta realidad, está la de estas niñas, como otras tantas mujeres expulsadas de su comunidad que llegan a la ciudad a servir: como trabajadoras domésticas, obreras, prostitutas o vendedoras de los miles de objetos que circulan a diario y que se necesitan vender y consumir para mantener el sistema funcionando.

Por fin llegué a la terminal de autobuses, en donde me había quedado de ver con Lilia y Liliana, dos compañeras que me habían invitado para realizar una serie de entrevistas a una organización de colonos llamada **Unión de Colonos e Inquilinos y Solicitantes de Vivienda de Veracruz (UCISV-VER)**. También estaba Guillermo, líder de la organización; él vive, desde hace 25 años, en Xalapa, con su esposa Cristina y tres hijos. Después de una breve espera, llegó la hora de partir y subimos al autobús; al acomodarme en mi asiento y el vehículo iniciar su marcha, mi cuerpo sintió el cambio de temperatura y tuve que abrigarme; se encendieron tres monitores que estaban distribuidos equitativamente al interior del autobús y no me quedó más que ver y escuchar dos películas de producción anglosajona durante el viaje: la primera trataba sobre la liberación de soldados presos norteamericanos por sus compatriotas, de manos de los nada agradables japoneses en la Segunda Guerra Mundial; la segunda trataba de la entrada de un joven a la marina norteamericana, en donde la educación militarizada implicaba obediencia ciega y humillaciones de diferente índole, que muy pocos podían resistir. El joven no sólo vence los obstáculos y se gradúa, sino que también conquista a una bella marinera de rango superior y todo al final se vuelve triunfo y felicidad. Esto me lleva a reflexionar:

Estos autobuses que voy a llamar “modernos” son cómodos, limpios, rápidos y seguros; los diseños son estéticos y funcionales; las terminales están bien iluminadas y tienen todos los servicios; los dos problemas que me afectaron son: el clima frío que se pone indiscriminadamente y que como usuario no lo puedo regular y si protesto ante el chofer, la protesta no cambia nada. El segundo problema tiene que ver con el tipo de películas que a los usuarios nos obligan a ver, y que pertenecen a la llamada “cultura de masas”, cultura que nos invade en múltiples espacios (la casa, el hospital, el restaurante, el hotel, la calle, etc.). Esta cultura de masas nos presenta propaganda política o comercial disfrazada, y programas en su mayoría llamados de entretenimiento, que son, más bien, de banalidad y evasión. Pero a comparación de los llamados “microbuses” en los que nos transportamos a diario en la

² Ávalos Tenorio, Gerardo, *et al.*, *La política del capital*, Universidad Autónoma Metropolitana, México, 2007, p. 9.

Ciudad de México, o los autobuses obsoletos y camionetas de carga y transporte humano que hay en el ámbito rural, los autobuses foráneos son buenos diseños, cómodos y eficientes, pero, aquí me surge una duda: *¿Escuchar o ver lo que uno no desea, no es un tipo de violación simbólica a nuestra mente?*

Estos objetos llamados de “comunicación”: radio, televisión e Internet, *¿no son acaso, en la mayoría de ocasiones, medios de dominación, que nos mantienen constantemente en un mundo virtual?*

¿Son ingenuos los dueños de estos negocios (restaurantes, hospitales, camiones, tiendas, etc.) que nos ponen sus aparatos en sitios estratégicos y con alto volumen? ¿Crean acaso que nos hacen un bien?

¿En qué consiste que algunos productos de diseño, como el transporte público en la Ciudad de México no cumplan las normas básicas, que respeten el cuerpo del usuario? ¿Es un problema de falta de estudio del diseñador o finalmente el diseño nunca escapa de otros factores, que dejan de lado al ser humano?

Es claro que existen los profesionales del diseño que saben de ergonomía, al igual que los profesionales de la comunicación que han desarrollado estudios sobre los mensajes y sus efectos en la conducta del perceptor; posiblemente lo que sucede es que no existe un gobierno preocupado por su población; creo que la “modernidad” que vivimos se ha olvidado de que somos personas y nos ven como consumidores, medios para sus fines.

El debate sobre la modernidad en la actualidad se ha convertido en un elemento central, y éste tiene y tendrá sus efectos sobre el diseño, por ello, es necesario reflexionar y detenernos un poco más sobre este tema; leamos un fragmento del texto de Luis Cervantes Jáuregui, en donde nos da tres perspectivas de análisis que la definen:

...la vertiente economicista (la modernidad como aumento del producto nacional bruto per cápita más allá de cierto rango), o la sociológica (la vigencia generalizada de patrones de comportamiento tales como el individualismo, la competitividad, la búsqueda de metas, etc.) o, en fin, a la politológica (la resolución del problema del poder político mediante un Estado de Derecho legitimado a través de elecciones relativamente libres y competitivas)...³

Ahora contrastemos la anterior cita con la siguiente:

Lo que en el mundo moderno se presenta como político, es decir, la esfera de los partidos, las elecciones, los procesos de construcción y representación ciudadana, los

³ Cervantes Jáuregui, Luis, *Los límites de la modernidad*, UAM.A, México, 1993, p. 6.

gobiernos, etcétera, posee una aguda tendencia a la pérdida de sentido, si se quiere, a la banalización; en cambio, lo que se presenta como no político, es decir, el universo de los intereses económicos, posee una política inmanente pero en un sentido autocrático, lo cual significaría la preponderancia no de un gobierno sino de un mando despótico de carácter oligárquico. Este mando sería político por sus efectos: involucra, somete e incluye “a los muchos”, pero simultáneamente sería antipolítico porque ese poder de mandar sobre los muchos no se rige por la deliberación pública y el consentimiento racional y no es susceptible de la participación polémica de los ciudadanos. Se trataría, entonces, de un mando que sería político sólo en apariencia...⁴

Parodiando a Nietzsche adelantémonos diciendo que: ¡la modernidad ha muerto!, ¡Viva la posmodernidad!... pero, momento ¿*qué es la posmodernidad?* ¡Bonito problema en el que nos hemos metido!

Mejor sigamos con el tránsito por los espacios de diseño y al final posiblemente encontremos la luz.

La casa ecológica



Foto 1: Casa ecológica de Guillermo y Cristina, en Xalapa, Veracruz

Foto 2: Entrevista de la doctora Lilia Granillo a Guillermo Rodríguez Curiel

Foto 3: Cristina Almazán Villalobos

Después de viajar toda la noche arribamos a Xalapa un sábado por la mañana nos dirigimos a la casa de Guillermo, en donde nos recibió muy amablemente su esposa Cristina, que es bióloga, activista y madre de tres jóvenes. La casa se encuentra cerca de un hermoso río en donde crecen a su orilla enormes y preciosos árboles. Memo y Cristina nos platican cómo llegaron a este lugar y su trabajo de organización con los vecinos. Nos enseñan su hogar que es la concretización de sus ideales. Entre otras cosas esta casa cuenta con un baño, que contiene una letrina seca en una esquina y un mingitorio en la otra. A un lado del baño se encuentra el lavadero y el desagüe, éste está conectado a un sistema, que consiste en una serie de filtros que van dejando limpia el agua, hasta llegar a un estanque en donde viven peces, ranas, insectos y una variedad de flora acuática. Esta vivienda cuenta también con

⁴ Ávalos Tenorio, Gerardo, *et al.*, *La política del capital*, UAM.X, México, 2007, p. 29.

un espacio en donde se degradan los desechos orgánicos para convertirlos en fertilizantes. Esta casa está forrada por una enredadera, adornada en su interior por múltiples plantas y ambientada por el cantar de algunas aves que se encuentran en una gran jaula en el patio trasero.

La casa de Memo y Cristina es una casa diseñada a partir de una visión ecológica, es un microsistema inserto en un ecosistema: el río, el bosque, los seres vivos que lo habitan, las otras casas, las colonias, etc. Este ecosistema está interactuando a la vez con otros más.

Lo que aprendí fue a ver al mundo como la casa de todos los seres vivos; mejor aún, la analogía que utilizan, algunas culturas indígenas, de ver a la tierra como nuestra madre, es más certera. Ahora pienso, usar a nuestra madre-tierra como objeto, ver cada parte de su ser desde una perspectiva simplemente utilitaria es desprecio e incomprensión de lo que es la vida; la “modernidad” que estamos viviendo nos lleva al desastre ecológico:

La gran industria se mueve con insumos que vienen de la naturaleza, y los ciclos de reproducción de estos insumos no son ciclos homogéneos, abstractos, sino naturales: los bosques se reproducen secularmente, no anualmente, como quisiera el capitalista que explota los bosques; los suelos se reponen cada 30 o 50 años, no anualmente como quiere el capitalista que explota la agricultura, etcétera. Los ciclos de reproducción de la naturaleza no son tan rápidos como el ciclo de rotación del capital en las diferentes ramas de la economía. Estas diferencias suscitan necesariamente una contradicción entre el dominio del capital industrial y los ciclos biológicos del planeta.

La crisis ecológica es entonces producida sistemáticamente por el capitalismo, no es un error de diseño sino un ingrediente esencial connatural, inherente a la estructura de la producción capitalista.⁵

El diseño actual está dominado por esta lógica depredadora y esto no es nada nuevo, pero al parecer con la “*muerte de la modernidad*”, entendida ésta como la muerte de un paradigma donde el progreso, la objetividad, la competitividad, la productividad eran los ejes del discurso, también murió la utopía estalinista y posiblemente un hecho trascendental, además de la caída del Muro de Berlín en 1989 y la disolución del socialismo real, fue Chernobyl; leamos este hecho que como muchos otros al principio se ocultan:

Antes del amanecer del 26 de abril de 1986, a tres kilómetros al sur de lo que era entonces una ciudad de 50 mil habitantes, el reactor número cuatro de la planta de energía nuclear de Chernobyl explotó. Alrededor de 30 personas murieron en el estallido y el incendio, o por la radiación letal. Las instalaciones destruidas ardieron durante 10 días, y contaminaron 142 mil kilómetros cuadrados en el norte de Ucrania, el sur de Belarús y la región de Bryansk en Rusia. Fue el peor accidente nuclear que el mundo haya visto.

⁵ Veraza, Jorge, *Leer El capital hoy*, Itaca, México, 2007. p. 25.

La lluvia radiactiva, cuyas partículas emitieron una radiación 400 veces mayor que la liberada en Hiroshima, ocasiono que 300 mil personas abandonaran sus hogares, y desencadenó una epidemia de cáncer de tiroides en los niños. Con el transcurso de los años, las pérdidas económicas han ascendido a miles de millones de dólares. La tragedia en Chernobyl (o Chomobyl, como se le llama ahora en Ucrania) aceleró incluso la disolución de la Unión Soviética cuando posteriormente surgieron pruebas de la torpeza y el hermetismo del gobierno con respecto al accidente.⁶

Sí, el diseño es un invento moderno donde la ciencia se convierte en la varita mágica del aprendiz de brujo que, los modernos emocionados por sus éxitos, abren como la caja de Pandora y tratan de ocultar los desastres que en nombre del progreso se han cometido; el neoliberalismo que es la apología del mercado y la globalización es la aberración más extrema de esta modernidad; por ello es importante reflexionar y dialogar:

La necesidad de este diálogo resulta necesario ya que el colapso del “socialismo real” abre la posibilidad de abandonar esquemas ortodoxos de explicación social. Este abandono implica liberarnos de concepciones teleológicas, productivistas y eurocéntricas de la modernidad. Así la posmodernidad puede ser definida como un periodo histórico donde se critica radicalmente la racionalidad técnica occidental.

Pero más que tratar de definir la posmodernidad como una nueva fase histórica se defiende la idea de una “alta modernidad”, es decir, una época en donde las tendencias al desarrollo del yo, de autonomía personal, de democratización política y cultural, etcétera, no se debilitan sino que se profundizan y se universalizan.⁷

Es pertinente el planteamiento de Samuel Arriarán, pues el pensamiento posmoderno en estos momentos es complejo, diverso y contradictorio, y parte de este movimiento ha caído en el nihilismo y la irreverencia. Retomaremos el concepto de *alta modernidad* más adelante.

Siguiendo con el relato de mi tránsito por Xalapa, después de conocer la que ahora llamo la casa ecológica, nos fuimos a la sede de la UCISV-VER a platicar con las mujeres que comandan esta organización: Cristina, Aurora, Deyanira y Silvia. Aquí doy un resumen de las entrevistas que grabé con mi pequeña grabadora digital (otro objeto de diseño producto de la modernidad, que me da el poder de retener estos testimonios y volverlos a escuchar), lo planteado fue lo siguiente:

La organización se inicia en 1973 en Xalapa, aunque tiene sus antecedentes cinco años antes (1968) en la ciudad de México, y es un movimiento que tuvo y tiene por objetivo: **el desarrollo de asentamientos humanos ecológicos, productivos y populares, es decir, una revolución urbana.**

⁶ Stone, Richard, “La larga sombra de Chernobyl”, en *National Geographic*, abril del 2006, pp. 98-119.

⁷ Arriarán, Samuel, *Filosofía de la posmodernidad*, UNAM, México, 2000, p. 15.

Seguramente algunos lectores se preguntaran, *¿esto qué tiene que ver con el diseño y la vida cotidiana?* y exclamarán como algunos locutores de radio *¡están politizando el diseño!*

Politizar es una palabra peyorativa que pretende y logra confundir a los ignorantes. La política es una actividad necesaria en donde hay buenos y malos políticos, así como en todas las profesiones; por ejemplo en la medicina, hay buenos y pésimos doctores, si lo quieren comprobar vayan al ISSSTE. Adelantaré que el diseño debe estar sustentado en una visión política y ética. Pero prosigamos con la organización, y al final argumentaré al respecto.

Los principales teóricos de este movimiento, que vengo narrando, son profesores investigadores comprometidos con el cambio social, a favor de los que más sufren, y deciden salir de los recintos universitarios y construir nuevas organizaciones con la gente: en el barrio, en la colonia, en la ciudad y el campo; con los obreros, campesinos y marginados en general. La USICV-VER inicia con 15 personas y logra consolidar su primer proyecto con cien familias, comprando un terreno de cinco hectáreas, ubicado en el noroeste de Xalapa, con un costo de seis millones.

Este movimiento se une a la Coordinadora Nacional del Movimiento Urbano Popular (CONAMUP) que logra reunir en Xalapa una asamblea de 5000 personas, nos comenta Aurora. También nos explica que había dos tipos de militancia: la organización política y la educación e investigación. Por ejemplo el rescate de la medicina tradicional o en otras palabras, la sistematización del conocimiento tradicional, fue y es parte del trabajo de un militante, es lo que se llama investigación participativa.

Algo interesante, nos dice Guillermo, fueron y son las “Comunidades Eclesiales de Base”, que convergían en algunos aspectos con el movimiento maoísta.

...los maoístas hablamos de la inserción en el territorio, la Iglesia habla de la encarnación en el territorio, por eso (en Minatitlán) nos encontramos con los católicos. Eclesiales de base con maoístas.⁸

El movimiento se consolida logrando tener hasta 6000 militantes, recuerda Cristina, y se inicia una nueva etapa en 1988 con las elecciones en donde se postula como candidato a la presidencia Cuauhtémoc Cárdenas. Cuando el Partido de la Revolución Democrática se crea y consolida, muchos de nuestros líderes irán ocupando puestos partidistas y de administración pública, que los llevará a probar las “mieles del poder” y provocará una crisis

⁸ Éste es un fragmento de la entrevista que realicé en Xalapa, Veracruz, a Guillermo Rodríguez Curiel. El resumen de toda esta sección está basado también en las entrevistas con Cristina Almazán Villalobos, Aurora Castillo Reyes, Deyanira Pérez Hernández y Silvia Almeida. Todos y todas, cabeza de la organización Unión de Colonos e Inquilinos Solicitantes de Vivienda de Veracruz.

al interior de la UCISV-VER. El dilema estaba entre la lucha electoral que se había vuelto “clientelista”, es decir, usar a los militantes para escalar el poder, o reafirmar los principios éticos y tesis centrales que le habían dado origen a la UCISV-VER. Lo interesante está en que son las mujeres (20 en total) que deciden seguir el camino de la autonomía (en el 2001) y toman el mando de la organización y prosiguen con el proyecto de autogestión de viviendas.

Nos dice Guillermo: el movimiento no tenía que ser consumidor, sino productivo, esta es la variable que tardó en concretizarse (...) En la actualidad las mujeres tienen pequeñas empresas productivas con apoyo de capacitación y microcréditos. Ha sido tal el éxito que el mismo gobierno ha tomado esta idea y la está aplicando para controlar. Se ha cerrado un ciclo en donde los varones en este momento estamos ausentes en la construcción de la utopía: “asentamientos humanos ecológicos, productivos y populares”. Ahora viene otro ciclo en donde las generaciones jóvenes tienen que proseguir la revolución social, la innovación en el territorio. La tierra es de quien la trabaja, la cuida, la vive.⁹

Finalmente Guillermo plantea que es necesario hacer una autocrítica: “*Sí, es necesario ver aciertos y errores, ver lo bueno y lo malo de esta sociedad moderna y ahora global que estamos viviendo*”. Ahora cito a Víctor Flores Olea que nos amplía la reflexión:

La globalidad más difundida implica la ampliación y penetración de los mercados en extensas zonas del globo, la exaltación del poder de las corporaciones multinacionales y transnacionales, la preeminencia de las organizaciones políticas supranacionales y la afirmación de una cultura global estandarizada que tiende a la homogenización de los valores. Sin embargo, la globalización ha desencadenado una variedad de fenómenos nuevos como la afirmación de los derechos de las etnias, la explosión de las migraciones, de la información, y el cambio radical de la noción del tiempo y del espacio. (...) La globalización es un hecho incontrovertible de nuestro tiempo, pero no un hecho que deba perdurar como un puro logro del capital con exclusión de otros intereses. Frente a la globalidad del capital hay una globalidad con otros signos. Al reivindicar las tradiciones y culturas propias, los grupos locales y nacionales se oponen a la lógica de la expansión (dominante) del capital. En uno u otro sentido se afirma, sin lugar a dudas, la necesidad de una democracia ampliada en extensión y profundidad. Es decir, a la globalización y estandarización del capital y del neoliberalismo se opone la globalización democrática y social.¹⁰

En la actualidad vivimos un gran cambio, se inicia un nuevo ciclo; pero también hay continuidad, la lucha y resistencia en el territorio al dominio europeo se inicia desde la llegada de los españoles; vivimos ciclos de lucha y hoy nuevamente con otra dimensión

⁹ Éste es un fragmento de la entrevista que realicé en Xalapa, Veracruz, a Guillermo Rodríguez Curiel.

¹⁰ Flores Olea, Víctor, “Dialéctica Aldea Global Aldea Local”, en *México en la aldea global*, UAM.I, México, 2002, pp. 108-109.

nos enfrentamos a la expansión de grandes trasnacionales y se renuevan las luchas locales. Entran al escenario otros actores, entre ellos las mujeres. La UCISV-VER es la concretización de un proyecto que viene de los movimientos sociales, que también podríamos llamar modernos, y tienen como centro de desarrollo al ser humano.

En la crítica “posmoderna” se deben de reconocer los logros; debemos tener cuidado de no caer en el nihilismo y el consecuente cinismo y olvidar la historia, la microhistoria. Hay posmodernismo extremo que se vuelve reaccionario, como reaccionarios son los que hacen apología de esta “razón instrumental” y ponen al centro al “mercado”.

Los principios planteados por la UCISV-VER siguen siendo validos, la lucha por la autonomía prosigue y la autonomía es un anhelo que surge y que se mantiene en algunos teóricos del liberalismo; por ejemplo, para Luis F. Aguilar la organización liberal de la sociedad civil y política ha triunfado y en el futuro tiene que convertirse en un “liberalismo activo” y así:

...generar las condiciones sociales que promuevan la experiencia y la valoración de las decisiones libres sobre la vida, que favorecen y no suplantán la decisión personal. Este es un punto distintivo que amerita un recordatorio. En el liberalismo es fundamental e irrenunciable el reconocimiento de que cada persona es autónoma o, lo que es lo mismo, que posee la capacidad de decidir sobre su propia vida, sus objetivos, tiempos, modos e instrumentos... En el enfoque liberal ni el mercado ni el Estado suplantán la decisión personal o la responsabilidad de la persona sobre su propia vida. Los problemas personales (rezagos, desigualdades, miserias...) no pueden resolverse sin que las personas tomen sus decisiones.¹¹

La utopía liberal que nos propone Aguilar nuevamente pone el acento en la autonomía de la persona ante el Estado y reitera:

...en la afirmación de la capacidad que tiene el hombre de crear sus opciones de vida, deliberar ponderadamente entre ellas y decidirse por una, cortando de tajo la probablemente infinita deliberación especulativa y optando por una línea de acción que puede justificar con razones y de cuyos resultados es responsable. Autonomía significa resumidamente la capacidad de la persona de definir su noción del bien y su idea de justicia en las relaciones humanas. De este núcleo fundamental de la autonomía personal se deriva la obligación moral —el deber incondicional de cada persona— de respetar la autonomía de cada persona y, debido a las infracciones que esta obligación moral universal puede sufrir en la convivencia, se deriva la necesidad preventiva y disuasiva de crear un poder socialmente universal con la responsabilidad de asegurar las libertades de las personas que viven asociadamente, pero de asegurarlas conforme a leyes jurídicas que se desprendan congruentemente de esa ley moral de respeto universal e incondicional a la

¹¹ Aguilar, Luis F., “El futuro del liberalismo”, *Megapolítica*. nov-dic. del 2003, núm. 32, p. 101.

autonomía de la persona: a “la persona como fin en sí”, dicho con el principio ilustrado, fulgurante y motivador de mi adscripción liberal kantiana.¹²

La cultura es un invento humano, detrás de cada objeto diseñado está una cosmovisión, una propuesta de mundo, una utopía, entendida esta como el ideal, que ciertamente no está en ningún lugar, pero que nos sirve de modelo, de guía para construir en el territorio, en el aquí y en el ahora. Una revolución social necesariamente se concretiza en cada uno de nosotros como individuos, y los mensajes, objetos y espacios diseñados son la expresión en donde se concretiza algo que no es cabalmente lo proyectado, pero sí un acercamiento al ideal, que tendrá que ser reinventado por nuevas generaciones, es decir, son necesarias nuevas utopías, sin utopía no hay esperanza, no hay fe, no hay luz:

Cultivando a cada individuo es como realmente se cultiva a los seres humanos; para ello, son necesarios sistemas sociales al servicio del individuo y no individuos al servicio de ningún ente abstracto de poder, que en cualquier caso es resultado de la interacción genérica de unos con otros (...) no sólo sucede que uno cambia por el influjo de los cambios de todos, también sucede que, cuando uno cambia, cambian todos.¹³

San Cristóbal de Las Casas, ciudad global



Foto 1: Catedral de San Cristóbal de Las Casas



Foto 2: Novia de Zinacantán



Foto 3: Vestimenta tradicional de Zinacantán

Después de mi estancia de dos días en Xalapa reinicie mi viaje y me fui a Villahermosa, de ahí a Palenque y de Palenque a San Cristóbal.

El transitar es vivir y al vivir vamos acumulando recuerdos de ese tiempo y ese espacio en donde construimos relaciones de todo tipo y que por lo general tendemos a regresar, pero, cuando regresamos a ese lugar todo ha cambiado, al igual que nosotros, así me sucede cada ocasión que regreso a la ciudad de San Cristóbal.

¹² *Ibíd.*, p. 92.

¹³ Corral Quintero, Raúl, “Para un diálogo profundo”, en *México en la aldea global*. UAM.I, México, 2002, p. 125.

Mi primer encuentro con esta ciudad fue hace trece años, llegué un día al amanecer y un viejo amigo me llevó a la casa de la Sra. Concepción Villafuerte, una periodista “coleta” que en ese entonces editaba el periódico llamado “El tiempo”, periódico crítico y alternativo que cumplió una función relevante en esos momentos de agitación social en 1994. Doña Concepción nos recibió con una taza de café y un sabroso pan tradicional y para mi sorpresa nos dio una cátedra magistral de la historia de esta ciudad. Estos relatos de los protagonistas coletos y campesinos indígenas, y otras lecturas de textos clásicos sobre la historia de Chiapas, generaron en mí un nuevo nivel de comprensión, no sólo de Chiapas sino de México; por ejemplo: de 1528 en que fue fundada la ciudad a este año del 2007, han pasado 479 años, es decir varias generaciones de españoles, criollos, indígenas, mestizos y posteriormente alemanes, italianos, franceses y europeos en general. En cada etapa histórica se han dado rebeliones y cambios. Uno de los debates del momento después del levantamiento armado de 1994 es sobre la identidad de los pueblos autóctonos de esta región *¿Deben seguir conservando sus costumbres? Los objetos que producen, algunos de ellos, llamados artesanías: ¿deben seguir siendo producidos con las mismas técnicas y conservar los mismos discursos simbólicos? Por ejemplo su vestimenta, sus rituales, los objetos que utilizan en la vida cotidiana ¿Deben modernizarse?, ¿que tipo de modernidad?*

San Cristóbal posiblemente es la respuesta, la ciudad es un laboratorio: aventureros, activistas, turistas, desplazados indígenas, intelectuales, políticos, comerciantes, etc. están en constante interacción. Podríamos decir que ahora tenemos culturas híbridas y por lo tanto diseños híbridos; así sorprendentemente, en vestimentas que aparentemente son tradicionales podemos encontrar el dibujo del hombre araña; líderes campesinas tomando fotos con su celular; diputadas con trajes sastre, bordado con motivos indígenas; políticos indígenas con su guayabera de fina tela; negros bailando y tocando en la explanada de la catedral de San Cristóbal; múltiples espacios repletos de jóvenes comunicándose vía Internet; exguerrilleros, convertidos en filósofos de café; artesanos chilangos y altermundistas dando color, palabra y música al escenario público, y no pueden faltar guatemaltecos evangélicos cantando en las plazas, así como cientos de indígenas ofreciendo sus artesanías.

El diseño es una forma de expresión de los seres humanos; esa forma de expresión es también una forma de percepción; en este juego cada vez más intenso de interacción cultural se gestan nuevos diseños. El diseñador, ahora pienso, debe ser un ciudadano cosmopolita, interactuando con múltiples culturas:

El mestizaje interclasista derivaría en la generación de formas híbridas en todos los sectores sociales. La coexistencia de culturas étnicas con nuevas tecnologías, la complementación de formas de producción artesanal e industrial, la simultaneidad de la democracia con formas arcaicas de poder, revelarían un conjunto de situaciones donde la heterogeneidad y la multitemporalidad obligarían a los sujetos sociales a diseñar estrategias de adaptación, resignificación y uso que les permitiera construir sentidos

acerca de sí mismos, de sus grupos de referencia, de lo que acontece en el mundo, de lo trascendente y de lo trivial.¹⁴

Después de este largo viaje regresé a México y a pocos días recibí la noticia de que la mayor parte de Tabasco se encontraba bajo el agua; algunos ven en esto las consecuencias del calentamiento global, otros la corrupción de la clase gobernante; posiblemente estos sucesos nos lleve a revalorar el papel social del diseño y dejemos atrás la visión mercantilista que tenemos de él.

Conclusiones

La cotidianidad es el transitar ordinario de mi ser por el tiempo y el espacio, desde el nacer hasta la muerte. En este tránsito, mi ser está en relación constante con diferentes entornos o espacios diseñados. Transformo y soy transformado, estoy en un constante ir y venir entre dos extremos (mi ser y el entorno).

Mi relación es estética y racional con el ecosistema. Siento (sabor) y razono (saber), pienso y siento. De algunas cosas tengo certeza, las conozco; de otras tengo opinión y creencias, trato de evitar el dogma y en consecuencia el fanatismo; concuerdo con Darío Botero, que en su estudio sobre Nietzsche, plantea:

Nunca captamos los hechos en su puridad, siempre tenemos una interpretación de los mismos. La estructura del lenguaje es ya una interpretación de los hechos. Hay tantas versiones de los hechos como miradas. Los hechos desnudos son el más allá del lenguaje, es decir, lo inabarcable.¹⁵

Este viaje que realicé a Veracruz y Chiapas es la continuación de mis múltiples viajes que he realizado en busca de conocimiento y comprensión de la realidad nacional y su relación con el diseño. Estos grupos como los de la UCISV-VER, que día a día trabajan en el aquí (territorio) y el ahora (acción directa), transmitiendo los mejores ideales de la humanidad, por medio del ejemplo, están reconstruyendo las redes de resistencia a nivel nacional y mundial, con el objetivo de proponer alternativas. La globalización es un nuevo ciclo de lucha en donde emergen nuevos actores. En este caso las mujeres asumen el mando y organizan a las otras mujeres, se recupera el trabajo con los niños y los jóvenes. Por otro lado en Chiapas el movimiento indígena incide en lo que ahora llamo la Ciudad Global (San Cristóbal de Las Casas), laboratorio de identidades que se reflejan en la diversidad de propuestas de diseño.

El diseño nace con la modernidad, la modernidad es producto de las revoluciones sociales que dan paso al ascenso de la burguesía. La transformación revolucionaria de la sociedad

¹⁴ Béjar, Raúl, *et al.*, *La identidad nacional mexicana*, UNAM-Siglo XXI, México, 1999., p. 51.

¹⁵ Botero Uribe, Darío, *La voluntad de poder de Nietzsche*, Universidad Nacional de Colombia, Bogotá, 2002, p. 63.

se da al caer los viejos sistemas monárquicos. La utopía moderna logra las grandes revoluciones industriales, tecnológicas, científicas, dando paso a lo que ahora llaman la sociedad de la información. El sueño prosigue y ahora se plantea la sociedad del conocimiento.

La posmodernidad surge como una crítica radical a la modernidad, cuando la hegemonía imperialista llega al extremo de la creación y uso de la tecnología para el dominio y la destrucción masiva (Segunda Guerra Mundial). Un sector de científicos insertos en las grandes trasnacionales se vuelve el instrumento de una elite (la burguesía financiera) que se lanza a convertir al planeta en un gran mercado y campo de batalla (competitividad y lucha contra el terrosismo). Otros científicos y políticos a partir de los estragos (contaminación, migración, calentamiento global, nuevas pandemias, guerras etc.) nos ponen en alerta sobre una posible catástrofe mundial y vuelve al centro del debate el **diseño sustentable**. El diseño ecológico es el nuevo paradigma que tiene y que tendrá que guiarnos en la construcción y reconstrucción de los espacios, objetos y mensajes diseñados. El problema está en que los cambios de mentalidad son lentos. Algunos, administradores de las instituciones y sindicatos, se han convertido en una casta (burocracia), que sólo cambia de discurso, como el caso patético del llamado “partido verde”, por citar alguno.

Otra modernidad es posible, una alta modernidad, como lo propone Samuel Arriarán, y termino con la siguiente cita:

Evidentemente resulta difícil pensar las posibilidades de una modernidad no occidental. Todo parece demostrar que la única modernidad realmente existente es el capitalismo. Sin embargo, hemos visto que se puede diferenciar una modernización económica y una modernidad cultural. Esto significa que, paradójicamente dentro del capitalismo, se puede reorientar la modernidad en un sentido no capitalista. La posmodernidad se puede redefinir como la radicalización de la modernidad, esto es, como profundización de la democracia. La conclusión, por tanto, es que se puede pensar la posibilidad de otra modernidad. Con esta perspectiva, sería necesario investigar más de que manera las estrategias de mestizaje cultural podrían sugerir soluciones a problemas actuales.¹⁶

Bibliografía

- Arriarán, Samuel, *Filosofía de la posmodernidad*, UNAM, México, 2000.
- Ávalos Gerardo, Tenorio, *et al.*, *La política del capital*, Universidad Autónoma Metropolitana, México, 2007.
- Béjar, Raúl, *et al.*, *La identidad nacional mexicana*, UNAM-Siglo XXI, México, 1999.
- Botero Uribe, Darío, *La voluntad de poder de Nietzsche*, Universidad Nacional de Colombia, Bogotá, 2002.
- Cervantes Jáuregui, Luis, *Los límites de la modernidad*, UAM.A, México, 1993.

¹⁶ Samuel Arriarán, op. cit.

Corral Quintero, Raúl, “Para un diálogo profundo”, en *México en la aldea global*, UAM. I, México, 2002.

Flores Olea, Víctor, “Dialéctica Aldea Global Aldea Local”, en *México en la aldea Global*, UAM.I, México, 2002.

Martín Juez, Fernando, *Contribuciones para una antropología del diseño*, Gedisa, Barcelona, 2002.

Veraza, Jorge, *Leer El capital hoy*, Itaca, México, 2007.

Hemerografía

Aguilar, Luis F., “El futuro del liberalismo”, en *Megapolítica*. nov-dic. del 2003, núm. 32.

Stone, Richard, “La larga sombra de Chernobyl”, en *National Geographic*, abril del 2006.

Fotografías

Las seis fotos que ilustran este trabajo fueron tomadas por el Mtro. Cuauhtémoc Salgado Barrera, en agosto de 2007.



Los envases en la vida cotidiana

IARENE TOVAR ROMERO

Introducción

Veremos como a lo largo de los años, hemos convivido codo a codo con los envases de todos los días, esos, que podían durar con el mismo “traje” varios años, situación incluso deseable para fomentar la fidelidad de compra. Ahora, sin embargo, sufren el vertiginoso embate de lo nuevo, luchan constantemente por no caer en la monotonía y la falta de identidad.



1879



1940



1900



1990

V I D A C O T I D I A N A Y D I S E Ñ O



1900



1920



1920



1960



1920-1950



1923



1920



1930



1960



1990

LOS ENVASES EN LA VIDA COTIDIANA



1930



1942



1920



1970



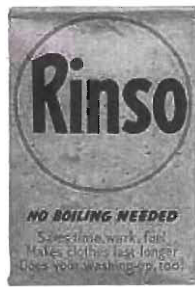
1901



1950



1910



1940



1950



1930



1980



1930



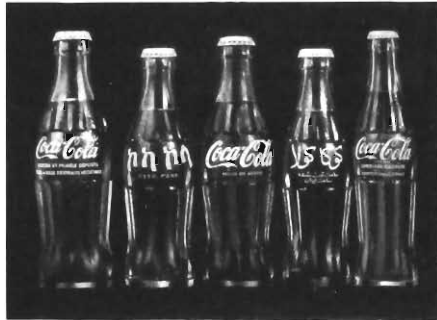
1960



1960



1980



1960



1960

Los jóvenes de hoy están marcando la pauta al ser presa de la denominada "revolución del bienestar". Es llamativo el consumismo generalizado, el dejarse conquistar y domesticar por el mercado, la adicción a las compras, las marcas y el despilfarro.

En este escenario, los envases se encuentran lejos de la antaño atención captada por nóveles telediventes, ahora el frente de batalla se ubica en las tiendas e hipermercados, cuando el momento decisivo está en la compra improvisada: ahí frente al anaquel.

Anaqueles que además están por cambiar nuestros estilos de compra, cuando al caminar por ellos los productos hablen para pedir que los lleven. El impacto que se puede generar puede ir de la novedad, a la confusión y al enojo. Pero definitivamente, la promesa latente está en facilitar la vida de los consumidores con la constante incorporación tecnológica en los envases de uso cotidiano.

Estas modificaciones están dando pie a las siguientes tendencias:

- Cambios constantes acordes con la vida *express*
- Los envases inteligentes
- El envasado activo
- El ecodiseño y la sustentabilidad

Cambios constantes acordes con la vida *express*

Todavía en la década de los noventa, los diseños de los empaques vivían unos siete años o más. Hoy en día, bajó dos años su vida promedio, antes de su siguiente transformación. Los consumidores también se han acostumbrado a buscar las novedosas presentaciones en las repisas. Y es que la falta de identidad y la monotonía son un riesgo para los artículos, porque los puede hacer desaparecer de escena.

No obstante, atrás de los cambios de presentación, están las necesidades de las grandes compañías por disminuir el tamaño de sus presentaciones y reducir a su vez el impacto ambiental. O bien, lo hacen llevadas por ideas nuevas para vender productos viejos.

En 100 años, *Pepsi* cambió sólo 10 veces la apariencia de su lata o antes, su botella. Pero este año la refresquera va a cambiar los diseños cada tantas semanas. Kleenex, después de 40 años de estar casado con sus cajas cuadradas y rectangulares, comenzó a vender los pañuelos en empaques ovalados.

Las botellas de *Coors light* ahora tienen etiquetas que se tornan azules cuando la cerveza se enfría lo suficiente. O como los envases de jabón para manos de *Huggies* que emiten una luz durante 20 segundos, para indicarle a los niños cuánto tiempo deben tallarse las manos antes de enjuagar. Las compañías de bienes de consumo que alguna vez vieron los empaques como meros contenedores para transportar sus productos, ahora los utilizan como anuncios tridimensionales.

Actualmente, nadie puede tener segura la atención de los televidentes cuando de publicidad se trata. Por eso el papel que desempeñan los envases y empaques es vital para mejorar las ventas. Y se parte del principio de que muchas decisiones de compra son improvisadas, es decir, se toman frente al anaquel.

“Los medios están fragmentados, y no podemos llegar a la gente. No logramos hacer que se sienten y presten atención a nuestros argumentos en un comercial de televisión. [Pero] el empaque puede transmitir ese mensaje”. Explica Jerry Kathman, director ejecutivo del LPK, una agencia de desarrollo de marca establecida en Cincinnati. (Revista *Expansión*, 15 de octubre 2007, 160).

Como *Orbit* que vende sus chicles en una botella que cabe en el receptáculo para taza que tienen los autos. Es más, algunas marcas presumen que los envases de sus productos de limpieza son tan atractivos que la gente podría dejarlos a la vista en sus casas, en lugar de guardarlos.

Evian es una de las empresas que está aprovechando los envases para darle un sentido de lujo a productos ordinarios. Tan ordinarios que hace unos años era impensable vender “agua embotellada”, ¿quién querría comprar algo que se obtiene casi gratuitamente? Así, la botella “Palacio” para el agua viene montada en una pequeña charola plateada.



Envases inteligentes

La tecnología también está impulsando estos cambios. Es el caso de los envases que van más allá del trabajo tradicional de almacenar, proteger y suministrar información acerca de un producto. Tienen funciones extra como contener un indicador externo o interno, que genera una historia activa del producto para determinar su calidad; o materiales con diseños inteligentes que suministran características adicionales, así como valor agregado.

- Convierten a un producto más efectivo en su uso.
- Crean productos únicos.
- Suministran capacidades de calentamiento o enfriamiento del producto.
- Ayudan a retener o a monitorear la calidad y la seguridad del alimento.
- Ayudan a prevenir errores y permiten un seguimiento total.
- Hacen que sea más difícil falsificarlos.

Por ejemplo, la tinta termocromática con la que se están imprimiendo montañas en las etiquetas de *Coors*, cambian de color conforme baja la temperatura de la botella. En los próximos años los consumidores de *Pepsi* podrán percibir un dulce aroma que saldrá de la lata del refresco cuando la abran. Los ejecutivos de la compañía incluso han tenido en mente latas que pueden rociar agua al ser abiertas. Pero por cuestión de costos, es poco probable que lo hagan pronto, dicen. Y está por verse que sea bien recibida en el mercado, ya que no siempre se ingieren este tipo de bebidas enlatadas en climas calurosos, falta también que el consumidor esté dispuesto a ser rociado mientras la abre.

Pepsi también está experimentando con los diseños que hizo para *Mountain Dew*. Está vendiendo la bebida en botellas de aluminio cubiertas con pinturas estilo *graffiti*, con motivos que cambiarán 12 veces entre mayo y octubre. Están cambiando sus envases con más frecuencia, por los cortos periodos de atención que tienen los jóvenes, sus principales consumidores.



Envase de Seguridad *Klonados*

Este envase proporciona un alto nivel de seguridad al producto envasado, evitando el sabotaje del alimento envasado. Ahorra un 50% de espacio en las estanterías de los puntos de venta y es fácil de transportar para el consumidor, ya que pueden llevarse dos envases en cada mano. Es totalmente simétrico, de manera que, es indiferente si se almacena boca arriba o boca bajo.

Otras compañías estudian la viabilidad de incrustar un *chip* y una pequeña bocina adentro de los empaques. Esta idea puede ser útil sólo para grandes empresas, como *Unilever*, que quiere hacer una promoción de unos productos que a su vez sirva a otros. Así, llegará el día en que un paquete de queso diga al comprador “me llevo bien con las galletas *Triscuit*” al momento que lo tome del anaquel, y más allá aún, que llame al consumidor por su nombre,

para capturar la atención. Esta y otras tecnologías aparecerán en las repisas de las tiendas cuando los costos de los *chips* hayan caído más. Todas estas transformaciones harán más entretenida la visita al supermercado, pero también podrían generar confusión y hasta enojo. “suena como una experiencia horrible eso de ir caminando por un pasillo del súper y que cada paquete te esté gritando”, opina Tracy Lovatt, directora de Planeación de la Conducta, en BBDO de América del Norte, una agencia de publicidad del Grupo Omnicom.



La etiqueta electro-luminica, del ron Coyopa muestra bailarines caribeños y cada vez que se levanta la botella suena una secuencia de música con percusiones.

Las películas iridiscentes son otra innovación; al ser ópticamente activas permiten al consumidor observar un arcoiris de colores siempre cambiantes a medida que pasa frente al producto en el estante. Además son etiquetas libres de arrugas ya que se encogen suavemente y eliminan la posibilidad de distorsión del material, por lo tanto utilizan menos material, lo cual reduce costos y el impacto ambiental. De manera similar, las etiquetas *Rub 'N Smell* (frotar y oler) de *Gilbreth* incorporan pequeñas perlas de fragancia en el producto empacado. Así, el consumidor puede frotar la etiqueta para obtener una muestra de la esencia antes de comprar el producto.



Otro ejemplo, son las latas metálicas que hasta hace algunos años no podían utilizarse en los hornos de microondas. Hoy en día estos envases están evolucionando. La industria ha desarrollado tecnologías que permiten revestir con capas de plástico latas metálicas, a fin de que éstas puedan utilizarse como recipientes de alimentos para cocinarlos en hornos de microondas, conservando así las ventajas de una larga vida en anaquel para el producto.

También se puede aumentar la vida de anaquel con la nueva generación de envases interactivos que muestran diseños en los que el ingrediente activo se encuentra contenido únicamente en la tapa del envase, por lo que al momento de que éste es abierto por el consumidor, se combina con el producto para conformar una mezcla final.



La tecnología térmica usada en este café se logra al combinar agua y dos minerales, separados por una membrana de aluminio que se rompe al presionar la base. Se abre, y adentro tienes un café al que le sale humo.



“Piensa antes de abrir”

No se trata de una dificultad física. Los niños ingieren medicamentos o sustancias tóxicas por accidente. Estos nuevos envases pretenden resolver el problema.

El envasado activo

El objetivo de los envases “activos” es que cedan o absorban sustancias para corregir los defectos del envase, y mejorar así la calidad de los productos. El envasado activo se centra en la necesidad de protección y conservación que otorga el envase, protegiendo al alimento tanto de daños mecánicos durante su manipulación, como del deterioro debido a los diferentes ambientes por los que pasará el envase durante su distribución y almacenamiento. A diferencia del envasado inteligente, que pretende proporcionar información del producto.

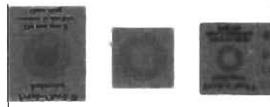
En la industria farmacéutica el principal objetivo es ofrecer seguridad tanto al fabricante como al consumidor. Así, nuevos dispositivos detectan y protegen a los productos del cambio de temperatura. Esto se logra con materiales con cambio de fase (*PCM* por sus siglas en inglés) que se utilizan como estabilizadores de temperatura, es decir, el empaque puede controlar las temperaturas internas mientras las temperaturas externas pueden cambiar de un rango que va de los -30°C hasta los 40°C , hasta por cinco días.

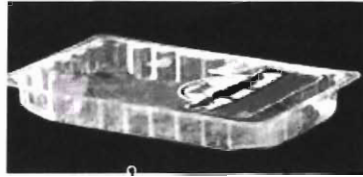
De igual manera, para aplicaciones de la industria farmacéutica y la de alimentos, existe un método mucho más inmediato para detectar y visualizar cambios en la temperatura de un producto. Las tintas sensibles a la temperatura en etiquetas o en superficies primarias de empaques pueden proveer una confirmación visual de que la integridad del producto no ha sido alterada. Estas tintas cambian de color, se hacen visibles o invisibles cuando ha ocurrido un cambio en la temperatura que pueda dañar al producto. Una vez que las tintas no reversibles cambian de color fuera de los rangos de tolerancia, indican que el producto puede no ser apto para su consumo.



3M Monitormark

Son indicadores de historia parcial que consisten en papel secante donde hay incorporados productos químicos. Cuando se alcanzan los 10°C el líquido se fundirá y pasará a las ventanas siguientes (2, 3, etc.) con esto indica el exceso de temperatura al cual fue expuesto.





Lifelines Fresh-Check

Son etiquetas con un anillo central polimérico que por acción de la temperatura se oscurece e informan sobre no consumir el producto.



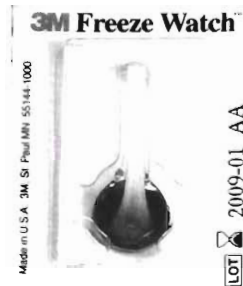
Indicadores de O₂ y CO

Estos dispositivos se basan en reacciones químicas que ocasionan un cambio de color en el indicador. Será de color rosa si ésta es inferior y azul si la concentración supera el 0.5%.



Chillchecker

Es un termómetro adherible que detecta la temperatura problemática durante el transporte. Cambia de color (blanco a azul/violeta). Garantiza y certifica el producto.



9800FW (-4°C/25°F)
Red stained paper = Activated

Freezewatch

Indicador irreversible de temperatura. El líquido contenido en una ampolla se descongela y moja el papel indicador.



Hemotemp II

Son termómetros graduados de cristal líquido que pueden presentarse en diferentes formatos como etiquetas adhesivas diseñadas para mostrar las temperaturas seleccionadas.

El ecodiseño y la sustentabilidad

Estamos en un momento de transición, en el que los mercados están yendo más allá de lo meramente "verde" y los consumidores y las empresas empiezan a analizar que tan sustentables son en realidad los productos y empaques que se les están vendiendo.



El “ecodiseño” surge hacia finales de la década de los ochenta, después del accidente nuclear de Chernobyl y de que las primeras evidencias del calentamiento global hicieran su aparición, un grupo de diseñadores, arquitectos, artistas, ingenieros y comunicólogos europeos empezó a reunirse en diversas ciudades de Europa para desarrollar una nueva visión. El “ecodiseño”, un diseño moderno y estético, que estuviera a la vanguardia de la industria, pero que al mismo tiempo estuviera basado en la sustentabilidad; un concepto más trascendente que el del mero diseño “verde de cajas de granola crujiente”.



La fascinación por los “identificadores verdes”, irá creciendo en los próximos años, conforme la elite de los consumidores ecoconscientes se expanda, obligando a las empresas a proporcionar todavía más información sobre el impacto ambiental, las prácticas laborales y su involucramiento con la comunidad. También, cada vez más consumidores empezarán a leer las etiquetas con la información nutrimental que contienen los productos.

Así, por ejemplo, disminuir el peso de una botella de agua de 500 ml, a menos de 10 g representa un verdadero reto, es el concepto, llamado NoBottle, que ofrece una reducción de 25 a 40% del peso del envase y, en consecuencia, una disminución de la materia plástica a reciclar.



En nuestros días, esta conciencia ecológica ha trascendido al grado de influir en la decisión de compra de los consumidores, por lo que los materiales biodegradables (PBD's), contienen un plus altamente atractivo. Están substituyendo a los plásticos convencionales, diferenciándolos porque al desintegrarse se incorporan al medio ambiente por medio de microorganismos, como bacterias u hongos, como si fueran vegetales.

Los bioplásticos, se están utilizando principalmente para el sector de alimentos y bebidas, aunque ya se elaboran cintas adhesivas y armazones para walkman y cubiertas para teléfonos celulares y, según expertos en la materia, 10 % de los plásticos de la industria eléctrica pronto serán reemplazados por estos novedosos materiales.

Su composición molecular es muy parecida a los polímeros derivados de petróleo. Se elaboran a partir de elementos vegetales como el maíz, el aceite, la papa y la zanahoria, por lo que pueden considerarse materiales PBD's debido a su estructura biodegradable.

Los envases flexibles registran un mayor número de innovaciones tecnológicas tales como "zippers" para alimentos orgánicos y "bolsas retortables" para productos alimenticios. Los retortables son envases flexibles y termorresistentes laminados con tres o cuatro películas de poliéster, nylon, polipropileno y aluminio que permiten conservar los alimentos por un periodo similar a los enlatados. Son muy ligeros y ocupan poco volumen lo que se traduce en ahorro de almacenamiento y transporte.



Greenbottle

Un envase elaborado de pulpa moldeada de papel. Y al reverso una bolsa, de un plástico especial, ecológico, obtenido a partir del almidón de maíz.

La primera parte, le otorga la estructura necesaria para una cómoda manipulación. La segunda, mantiene el contenido puro, libre de cualquier agente contaminante. Una vez vacío, ambas partes del envase son biodegradables. Se tarda 6 semanas en desaparecer

Conclusiones

Cada año las tendencias en materia de envase y embalaje evolucionan; hoy en día el enfoque de la tecnología marca el camino hacia la producción de envases que sean convenientes para el consumidor y a la vez compatibles con su estilo de vida.

El estudio de estos mecanismos ha abierto caminos interesantes. En muchos casos se trata de aprovechar los “defectos” de los envases para convertirlos en una ventaja. Veremos, como paulatinamente, el uso del sonido y las imágenes en movimiento de los empaques se generalizará.

Las fechas de uso serán autoajustadas electrónicamente y el empaque monitoreará, de ser necesario, el vencimiento de los alimentos perecederos que tengan una vida corta en la estantería.

Así como, las diversas formas de innovación de los empaques inteligentes podrían ayudar a sostener y a mejorar el posicionamiento de las marcas y, al mismo tiempo, contrarrestar las falsificaciones y el impacto ambiental.

Bibliografía

“Empaques innovadores: Estrategias para fortalecer la presencia en la estantería”, *El empaque. Información, ideas, iniciativas, soluciones, tecnología*, vol. 13, núm. 3 septiembre/octubre 2007. Una publicación de B2B portales, pp. 20-23.

Oppenheim, Charles, "Empaques. Hacia el diseño ecológico y sustentable", en *A&C Arte y Comunicación Gráfica*, octubre 2007, 3 de 10, tercer avance, pp. 28, 30.

Story, Louise, "El genio de la botella", *Revista Expansión*, octubre 1, 2007, año XXXVIII, núm. 975, pp. 159-160.

Tambini, Michael, 1997, *El Diseño del siglo XX*, Ediciones B, España.

www.quiminet.com

"Crean etiquetas que conservan la temperatura de bebidas"

Fecha: 4 de abril del 2006

Reportero: Karina del Ángel

Fuente: Once Noticias

<http://onctv-ipn.net/noticias/>

"Diseñan vasos que calientan o enfrían las bebidas"

Fecha: 18 de enero del 2007

Reportero: Rafael H. Guadarrama

Fuente: Once Noticias

<http://onctv-ipn.net/noticias/>



La cotidianidad en los envases

MARÍA DOLORES VIDALES GIOVANNETTI

Lo cotidiano es lo que se nos da cada día (o nos toca en suerte), lo que nos preocupa cada día, y hasta nos oprime, pues hay una opresión del presente.

Paul Leuilliot

Introducción

Hasta que punto los envases están presentes en nuestra cotidianidad?, ¿qué trascendencia pueden tener estos objetos de uso cotidiano que no tienen más destino que el de ser desechados? Para los creativos del envase, estas preguntas tienen más implicaciones de fondo de lo que podríamos creer. Si bien, por muchos años, los estudios orientados al diseño y elaboración de envases contemplaba como únicos campos de acción la tecnología y la creatividad, hoy en día ese horizonte se ha ampliado y con ello la demanda de conocimientos que partan –y al mismo tiempo aporten– a los aspectos sociales y económicos que afectan a los individuos.

La situación de los mercados, los niveles de producción de las materias primas, el impacto ambiental, la crisis de energéticos, la transformación ética que genera la publicidad, son tan sólo algunos de los aspectos que deben atender las generaciones presentes y futuras, dedicadas al ámbito de los envases.

Basado en la propuesta de análisis de Michel de Certeau, el cual destaca la importancia de los estudios de lo cotidiano orientados tanto de las representaciones como en los comportamientos de la sociedad, el trabajo de investigación que aquí presento toma como objeto de estudio a los envases utilizados principalmente en el ámbito comercial y los factores involucrados en su producción.

En sus diferentes tesis, De Certeau ha señalado que a partir de los objetos de consumo que participan en este “hacer cotidiano” es posible apuntar hacia propuestas que permitan romper con los modelos de comportamiento que resultan obsoletas o nada benéficas para la realidad actual, al mismo tiempo que propicia las condiciones que posibiliten una integración de las distintas sociedades. En este sentido, el presente trabajo, expone algunas de las condiciones que han modificado al mundo del envase durante los últimos años, así como

los últimos descubrimientos en materiales biodegradables que, sin duda, modificarán tanto formas de comportamiento individual y social, como técnicas y estilos en el mundo del diseño de envases.

I. La cotidianidad de los envases

Los envases son objetos que nos acompañan a lo largo de toda nuestra vida. Han sido creados para hacer más prácticos y sencillos algunos de nuestros quehaceres cotidianos; por decirlo de algún modo, para destensar la opresión del presente. Así, casi todo lo que participa en la cotidianidad de nuestra vida viene en un envase, desde la pasta dental, el jabón y el shampoo con los que nos aseamos diariamente al iniciar el día, hasta la bolsita del té, o el frasco del café que beberemos cada noche, antes de dormir. Sería difícil imaginar un día de nuestra vida sin la presencia de los envases. Y aún más, si lo observamos bien, en realidad, nosotros mismos llegamos a este mundo en una bolsa y nos vamos en una caja. Los envases forman parte de nuestra cotidianidad más de lo que podríamos imaginar.

Ese evento que consiste en ir a una tienda de autoservicio y adquirir un producto, utilizarlo y luego desechar el envase, contempla una gran cantidad de actividades interdisciplinarias, en las que están involucrados casi todos los sectores de la sociedad. La cotidianidad de los envases, es decir, lo que se da cada día en la producción de estos, implica una serie de consideraciones que bien pueden definirse como opresiones del presente. De inicio, se encuentra el sector energético. En los últimos 10 años el agua, la electricidad, los hidrocarburos y en general todos los energéticos han comenzado a experimentar una alarmante crisis a nivel mundial. Obtenerlos y distribuirlos resulta cada vez más costoso. Los precios de las materias primas que conforman un envase mantienen un gravamen variable y dependiente a las fluctuaciones del petróleo, la electricidad y el gas.

México es uno de los países con los costos de producción de envases más altos a nivel internacional. De acuerdo con los datos proporcionados por el Consejo Coordinador Empresarial, basado en PEMEX y en el Consejo Mundial del Gas, en los últimos 6 años los precios del gas natural crecieron 300%, los del combustible 164% y los de la electricidad industrial 124%. Esto, por supuesto, hace que los costos de la producción de envases se eleve de manera considerable, tal como se puede observar en las cifras oficiales:

Valor de la Producción de Envases de Plástico									
Millones de Pesos									
1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
10,029.8	11,427.1	12,948.1	14,810.1	15,290.6	15,668.6	17,301.7	18,023.7	20,774.9	22,749.6

Fuente: INEGI, Encuesta Industrial Mensual.

Valor de la Producción Nacional de Envases Metálicos									
Millones de Pesos									
1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
7,736.5	9,348.5	10,268.6	9,957.8	9,523.7	9,952.3	11,222.4	12,622.9	13,314.1	13,887.7

Fuente: INEGI, Encuesta Industrial Mensual.

Valor de la Producción de Envases de Vidrio									
Millones de Pesos									
1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
7,020.2	8,402.0	8,841.3	9,642.8	9,695.1	10,090.7	11,002.0	12,192.8	13,262.9	14,864.7

Fuente: INEGI, Encuesta Industrial Mensual.

Valor de la Producción de Envases y Embalajes de Papel y Cartón									
Millones de Pesos									
1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
12,725.1	15,584.5	16,139.2	18,322.2	21,133.7	21,628.1	22,330.9	24,432.1	26,182.5	28,065.5

Fuente: INEGI.

Así, mientras producir un envase cada vez cuesta más, elevar su valor en el mercado para su venta implica la disminución en su consumo.

Hoy en día sabemos que el envase ha pasado de ser un mero contenedor para integrarse a los procesos de publicidad y comercialización en un mundo influenciado cada vez más por la globalización de los mercados. Partiendo de estos puntos, diseñar un envase, requiere tener en cuenta todas estas consideraciones: costos de producción, mercadotecnia, fluctuaciones en los precios del mercado de los materiales para envasado, atender a los cambiantes estilos de vida de los consumidores, sin olvidar, por supuesto, la ética para su producción. En resumen, los creativos del diseño, deben incluir en la elaboración de sus proyectos, los conocimientos que les permitan trabajar con materiales que no impliquen un aumento excesivo en el costo final del producto.

El sector industrial involucrado en la producción de envases ha reportado que este es un fenómeno que preocupa de manera importante para proyectar los diseños que se utilizarán para las próximas décadas.

En la actualidad la gente lleva una forma de vida de mayor movilidad, y los envases han tenido que evolucionar para adaptarse a esta situación. Ha sido necesario diseñar variantes de los productos en un tamaño adecuado para las distintas necesidades de los consumidores. Esto mismo ha generado una política de actualización y mejoramiento progresivo en la gran mayoría de las empresas productoras de envases, lo que a su vez ha implicado un reto para los diseñadores.

Las tendencias de transformación de los envases no sólo parten de una competencia por lograr la preferencia de los consumidores ante otro producto de similares características. Actualmente los productos compiten consigo mismos, en una búsqueda por destacar sus cualidades mejoradas y, en su defecto, por persuadir al consumidor de adquirir los beneficios de la nueva presentación. El envase entra en una dinámica de perfeccionamiento continuo y progresivo en el que están involucrados aspectos tecnológicos e incluso mercadotécnicos con el fin de optimizar su presencia en el mercado.

A lo largo de las últimas dos décadas la filosofía de venta de las grandes empresas ha cambiado substancialmente. Ya no se piensa sólo en incrementar los niveles de las ventas como única meta, ni ver a los consumidores y sus necesidades como los elementos de menos importancia. Con las actuales tendencias de los mercados, el cliente adquiere un lugar prioritario en la mente de los empresarios. La nueva forma de hacer negocios considera al cliente desde su capacidad para adquirir bienes. En la vida cotidiana de un envase, para producirlo, primero se investiga el mercado al que está dirigido el producto que contendrá, para después venderlo. Se analiza quién es el cliente, dónde vive y trabaja, cuáles son sus ingresos y sus hábitos de consumo, entre otros. De igual manera, se debe analizar la naturaleza de la competencia y la posición del producto respecto a otros similares.

El diseñador debe comprender qué imagen o mensaje tiene que proyectar el envase. Se plantea la cuestión de si el envase tiene que ser una bolsa, una caja, una lata, o una envoltura y cómo se imprimirá; las formas del acabado también deben tomarse en consideración. La mayoría de estas especificaciones de competencia deben desprenderse del análisis de quiénes son los clientes tipo y de su carácter y necesidades específicas. Todo esto conforma una larga pero muy necesaria lista de datos que describen perfectamente a la sociedad consumidora para después decidir qué es lo que más conviene vender.

Conceptos tan importantes como la calidad y la satisfacción del cliente, han hecho su aparición en la toma de decisiones para el diseño de un envase e incluso para el arranque de una campaña publicitaria y son, invariablemente, factores determinantes en el éxito o fracaso de los productos. Las características del producto ya no se basan en gustos generales, ahora están enfocadas a satisfacer necesidades específicas de compradores específicos. Esto ha generado una enorme diversidad de productos, variantes sobre una misma entidad que, si bien atienden las exigencias de los individuos, dividen de alguna manera las preferencias de la sociedad y la fragmentan. Pensemos únicamente en el ejemplo de la leche: ese producto de uso cotidiano cuyo consumo no requería de grandes campañas de mercadeo, ni tampoco de grandes tecnologías. Para quienes lo llegamos a vivir, el adquirir la leche constaba en acudir al establo más cercano y, con el paso del tiempo, esperar la llegada del camión repartidor que se hacía acompañar por el interminable tintineo de las botellas de cristal coronadas por una tapa roja de metal. En ese tiempo, tal vez la única división que generaba la leche en la mesa familiar era la de saber quién se quedaría con la tapa roja, y su preciado regalo de crema de leche que quedaba adherida en su interior.

Hoy en día, para satisfacer el gusto por el consumo de leche para una familia se cuenta con una gran cantidad de variedades: entera, semidescremada, deslactosada, baja en calorías, baja en grasa, adicionada con vitaminas, con omega tres, con fórmula para personas con más de cuarenta años, preparada con miel y cereales para la etapa infantil, y aún la mezcla de todas estas posibilidades que van construyendo un largo etcétera. Así, la mesa familiar se ve dividida, pero satisfecha. La paradoja es aún menos clara: se trata de ofrecer al cliente más de lo que espera para que mediante una acertada toma de decisiones se logre superar

las expectativas hacia el producto que se vende. En este sentido, cada detalle de un envase deberá ser pensado en función de los requerimientos de cada producto, y deberá cumplir con los aspectos físicos y químicos relacionados directamente con su contenido.

Ante un panorama como este, en el cual la participación del diseñador es obligada, salta la pregunta, ¿cuál es la responsabilidad ética y creativa de su trabajo? De Certeau postula que la relación de los individuos es siempre social, por lo que son las relaciones entre los individuos y los objetos que lo rodean las que determinan lo social.¹ Siendo el diseñador el tamiz por el cual se filtrará hacia los usuarios la imagen y carga emotiva de los objetos que diseña, se torna importante el mantener en equilibrio la parte ética con la comercial, considerando que todo ello es parte de la configuración de lo social.

En años recientes, por ejemplo, tanto la seguridad como la ecología se han convertido en una de las grandes preocupaciones de los industriales. Sistemas de cierre eficaces y materiales reutilizables o reciclables son tan sólo algunas de las determinaciones que se han aplicado a los nuevos sistemas de envasado, con el fin de ofrecer al público servicios que satisfagan sus necesidades.

El ritmo de vida al que se han entregado las sociedades actuales llega a ser agobiante para los seres humanos. Las formas de comportamiento que imperan parecen exigir de nosotros la novedad inmediata para sentir que se ha alcanzado una verdadera satisfacción.

Y es innegable que este fenómeno se ha ido estructurando a partir de la lógica de los mecanismos de consumo, como explica Jean Baudrillard:²

Los objetos son en primer lugar función de las necesidades y cobran sentido en la relación económica del hombre con el medio.

Dicha exigencia se ha traducido en la creación de imágenes de gran impacto y colorido pero carentes de un contenido e incluso de un significado. Cumplen el cometido de ser deseados, ansiados por el consumidor, quien, una vez que adquiere el producto, se ve inmerso en una entramado de insatisfacciones y deseos por lo novedoso. El valor del objeto queda reducido por su función pragmática y no considera el intercambio social que provoca en los individuos. En este sentido, la producción en masa ha dado origen a un cambio en las formas de percepción de la sociedad, ya que el individuo tiende a anular sus respectivas particularidades, y con ello a perder su identidad. Sus anhelos individuales, sus expectativas personales son determinadas, en gran medida por las necesidades creadas por la información comercial, generando con ello actitudes más mercantiles que humanas, señaladas por Lipovetsky como las responsables de hacer de la nuestra una *Era del Vacío*.³

¹ De Certeau, Michel, *La Invención de lo cotidiano 1. Artes de Hacer*, México, UIA, México, 1996.

² Baudrillard, Jean, "La moral de los objetos", en *Los objetos*, Tiempo Contemporáneo, Buenos Aires, 1974.

³ Lipovetsky, Gilles, *La era del vacío*, Barcelona, Anagrama, 1990, 128 p.

Vivir el presente, sólo en el presente y no en función del pasado y del futuro, es esa 'pérdida de sentido de la continuidad histórica', esa erosión del sentimiento de pertenencia a una sucesión de generaciones enraizadas en el pasado y que se prolongan en el futuro' es la que caracteriza y engendra la sociedad narcisista. Hoy vivimos para nosotros mismos sin preocuparnos por nuestras tradiciones y nuestra posteridad: el sentido histórico ha sido olvidado de la misma manera que los valores y las instituciones sociales.

Y es aquí donde la labor del diseñador recobra el sentido profesional de su trabajo creativo. El diseñador es el creador de las imágenes que llegarán al público. Es el responsable, en buena medida, de las preferencias estéticas de la sociedad, ya que participa de los procesos de sensibilización de los individuos.

La sensibilidad es la que impulsa a nuestra mente para hacer de esas imágenes visuales, acústicas, táctiles o sensoriales elementos partícipes de un proceso intelectual, a partir del cual los individuos logramos formular una idea, un concepto o un sentimiento, de nosotros mismos y de nuestra realidad, con lo que a su vez se constituye parte de nuestra identidad.

Invariablemente, para muchas personas, el sacar un producto de su envoltura despierta la sorpresa y la expectativa del encuentro con el contenido. Por ello, un envase con calidad en su diseño nos propone un diálogo, al mismo tiempo que nos genera un aprecio por los efectos visuales que nos despierta. Un buen diseñador debe aplicar todos sus conocimientos y capacidad creativa para lograr un efecto óptimo a partir del cual permita establecer un vínculo grato de comunicación con el consumidor.

La labor actual de los creadores de envases y embalajes tiene como principal preocupación la de preservar los productos que contienen y proyectar la imagen de los mismos destacando, de manera óptima, sus cualidades y ventajas. Al mismo tiempo requiere presentar diseños capaces de captar la atención y preferencia de los consumidores, a fin de librar la batalla en la competencia comercial que hoy exigen los mecanismos del mercado. Tal panorama pareciera obligar al diseñador actual a dejar fuera de su función creativa a las cualidades estéticas y funcionales del diseño para dar prioridad a las necesidades comerciales y a la inmediatez mercantil.

Sin embargo, las consideraciones ante este fenómeno deben ser otras. La labor del artista creador de objetos funcionales, hoy más que nunca se encuentra comprometida con los procesos de evolución de las sociedades. Si tomamos en cuenta que el impacto de las imágenes en las diferentes culturas está modificando las formas de percepción de la realidad, y más aún, los modos de comportamiento de los individuos, los encargados de hacer llegar esas imágenes deben estar conscientes de la información, el contenido de fondo y el impacto estético que ocasionarán. En resumen, la creatividad del diseñador debe tener presente cuál

será la orientación que dará al contenido sustancial de su trabajo, en la inteligencia de que su impacto puede llegar a modificar, incluso, las formas de comportamiento y las tendencias estéticas de la sociedad.

La sensibilización de los individuos a partir de lo estético debe ser un compromiso, ya que es a partir de ella que nos podemos acercar a los aspectos estéticos de la realidad, en otras palabras, a sentir la realidad. La sensibilidad nos permite penetrar a un estado de conciencia de nuestro entorno y lo que acontece en él, donde el conocimiento racional y el sensitivo se complementan para generar en los seres humanos una concepción más completa de nuestra realidad, en suma, de lo que somos. Conocimiento que a su vez se transforma en conciencia que permite orientar los pasos hacia lo que deseamos ser en el futuro.

Ahora bien, la profundidad y capacidad de percepción y recepción del mundo depende, entre otros, del bagaje cultural, histórico y moral que los individuos desarrollemos. Los diseños, las imágenes conceptuales que estos proyecten pueden proporcionar así mismo, información que permita ampliar este acervo. Lo que en palabras de Manuel de la Cera se explica:

En realidad, estoy convencido de que el cultivo del pasado mediante su análisis y estudio, es una herramienta útil no sólo para enriquecer nuestra cultura sino también —y quizá esto sea lo fundamental—, es necesario para ayudarnos a evolucionar y a pensar mejor.⁴

Recurrir al pasado, por ejemplo, nos permite crear en el presente un sentido con más profundidad. Para los creativos, para los encargados de proyectar las imágenes que nos hacen compañía en nuestra cotidianidad, este principio se transfigura en la oportunidad de sustanciar con intensidad reflexiva nuestra existencia. Sin duda, esta consideración permite entender que la labor del diseñador puede transformarse en la llave de escape a la banalidad pasajera y superficial de las modas efímeras que implica el consumismo extremo, y cuyos atroces resultados suelen impactar la identidad de los individuos.

En el fondo, todo el mundo se sabe, sino es que se siente, juzgado por sus objetos, y en el fondo cada uno se somete a ese juicio, aunque más no sea para desmentirlo.⁵

Ante este panorama, se hace urgente cimentar el presente sobre un amplio conocimiento del pasado. Es necesario reasumir el contexto del presente a partir de una interpretación crítica y un análisis ponderado de los acontecimientos pasados para ampliar nuestra perspectiva visual actual. Ahora bien, en lo que se refiere al diseño que se ha desarrollado en las últimas décadas, los referentes históricos adquieren una mayor importancia, ya que en ellos se

⁴ De la Cera Alonso y Parada, Manuel, "El valor de la historia y el arte para el diseño", en Juan Manuel López Rodríguez, coord., *Semiótica. Memoria del grupo de investigación 1997*. UAM- Azcapotzalco, México, 1997, p. 21.

⁵ Baudrillard, Jean. "El orden doméstico y el verídico público", en *Los objetos, op. cit.*, p. 49.

encierran compromisos sociales, culturales, estéticos, éticos, etc. Y sobre todo, otorgan la solidez de la cultura y de las formas sociales a partir del enriquecimiento individual. En este sentido, el compromiso del diseñador no se limita a crear modelos innovadores, sino a fundamentarlos, dándoles un sentido sustancial para que éstos, al mismo tiempo, contribuyan a la configuración y evolución de las sociedades.

Hoy en día, la recuperación de las formas del pasado se presenta como una fuente de riqueza y herramienta fundamental para evolucionar propositivamente las formas del presente. Ahora bien, esta reevaluación del pasado no debe obedecer a un mero arranque de nostalgia ni mucho menos a un despliegue vanidoso de conocimientos. El conocimiento de la historia nos permite valorar en esencia lo que los seres humanos hemos construido y modificado en los diferentes contextos, y ello proporciona las bases para un mejor entendimiento de lo que somos. Como humanidad, la historia se nos presenta como *el privilegio que es preciso recordar para no olvidarse de sí mismo*.⁶ Ciertamente en este rubro, la historia de la vida social adquiere gran importancia ya que propone una nueva visión sobre el pasado: la idea de hacer despertar, en cada uno de nosotros, la conciencia de esas cosas que fueron y que hoy le dan sentido e identidad a las nuevas sociedades. En este sentido, estudiar la historia de la evolución tecnológica, permite de alguna manera comprender el recorrido de la evolución humana.

La actual historiografía plantea que, toda forma de expresión humana es factible de ser analizada, pues encierra en sí misma, datos que amplían información para saber cómo actuábamos los seres humanos frente a una realidad en transformación. Cómo y para qué servían los diferentes elementos que conformaban su vida cotidiana, y de qué forma fueron desarrollando características estéticas que transformaban lo cotidiano en algo además atractivo a la vista. Desde esta óptica, tales elementos son factibles de ser estudiados ya no únicamente como objetos, sino como documentos de cultura productores de sentido:

La historia se hace con documentos. Y estos documentos son comunicaciones producidas en la sociedad que se estudia, es decir, el documento es la emisión de un hablante a un oyente en una situación determinada. El documento no me lleva al referente externo sin la reconstrucción del sistema de comunicación en que se generó. No hay “hechos”, sino “comunicaciones”. Desde esta postura, las llamadas fuentes para la historia son, antes que nada, textos de cultura; dicho de otro modo, el historiador trabaja con la escritura en el sentido amplio, es decir, con enunciados de todo tipo: vestido, comida, arquitectura y... escritos.⁷

⁶ De Certeau, Michel, *La escritura de la Historia*, trad. Jorge López Moctezuma, 3a. ed., trad. revisada, Universidad Iberoamericana-Departamento de Historia, México, 1993, p. 18

⁷ Mendiola Alonso y Guillermo Zermeño, “De la historia a la historiografía. Las transformaciones de una semántica”, en *Historia y Gráfica*, núm. 4, Universidad Iberoamericana, 1995, p. 255.

La nueva visión de la Historia demanda entonces estudiar la parte viva que le da esencia a los estudios de lo que ha sido la evolución de los individuos y los espacios en los que habita. No se trata en este sentido de proponer soluciones, ni plantear un diagnóstico definitivo que determinará el porvenir, sino de hacer inteligible lo que ha sucedido, para así facilitar el ejercicio de la dilucidación que permita comprender todo aquello que lo impredecible nos ha enseñado de nosotros mismos, es decir, de eso en lo que después nos hemos convertido. En este sentido, se busca generar un modo de intervención adecuado para encontrar los caminos más ciertos hacia la veracidad de lo que ha determinado lo que hoy somos, de lo que es la cultura dentro de una sociedad.

Las distintas visiones que han formado parte de esta nueva orientación en los estudios de la Historia coinciden en que el punto de arranque para estos estudios debe enfocarse en las operaciones culturales que son esencialmente las que le dan forma al cuerpo social, y cuyas trayectorias insospechables constituyen ese algo esencial. Los objetivos de estos estudios deben entonces orientarse al análisis de la forma y los modos en que operan, cómo se utilizan y cómo adquieren significado, para con ello darles un estado de inteligibilidad.

Para ello es necesario dirigir el análisis hacia las operaciones y los usos individuales, sus encadenamientos y las trayectorias individuales de quienes la practican. En otras palabras, ser un analista de la evolución cultural y poner el acento en la cultura común y cotidiana considerando la manera en cómo ésta se lleva a la práctica. Las distintas escuelas que se han ocupado de esta nueva forma de aproximación han puesto el acento en la necesidad de elaborar modelos de análisis que correspondan al estudio de estas series de operaciones y las formas en que se articulan unas con otras en el tiempo.

En este sentido no pueden quedar fuera aspectos como el económico y el ecológico, que hoy por hoy son determinantes en las formas de comportamiento de los individuos y que, por ende, componen el ambiente que constituye a las diferentes culturas.

II. La preservación del medio ambiente: la cotidianidad del presente y del mañana en los envases

Al impacto económico como aspecto determinante para la elaboración y diseño de envases, se suma además otra grave crisis: la del medio ambiente. Los altos índices de contaminación en el mundo han generado iniciativas en la industria del envase para fomentar la preservación del medio ambiente. Y es que la realidad ya nos ha alcanzado en cuanto a la contundencia de las afectaciones. Investigadores ambientalistas han encontrado que el agua de todos –absolutamente todos– los mares del planeta tienen partículas plásticas y derivados del petróleo suspendidas en sus aguas.⁸ Lo mismo sucede con el aire y el alarman

○
⁸ Fuente: *Científicos al Servicio de la Investigación Agrícola*, septiembre 2007, revista electrónica disponible en Internet www.ars.usda.gov.

crecimiento de la perforación en la capa de ozono, así como el desgaste de los niveles de fertilidad en la tierra. Por todas estas razones, se ha hecho necesario depurar la relación entre la producción de envases y la preservación del medio ambiente, brindando soluciones racionales, inteligentes, sencillas y honestas que permitan la conservación de los hábitat sin que ello afecte los niveles de producción de insumos, ni deje sin servicios a los consumidores. De esta manera, la industria del envase, se ha dado a la tarea de trabajar en la investigación y optimización de materiales, uso de energía, generación de desechos, reaprovechamiento de los mismos y demás factores ambientales derivados de la producción, analizando todas las opciones disponibles en este momento, e iniciando la búsqueda de nuevas alternativas, bajo la premisa de contribuir a la conservación del medio ambiente.

Este cambio de mentalidad con respecto a los desechos y la toma de conciencia hacia la preservación de la ecología, necesariamente debe ser considerada por los diseñadores. Estamos hablando entonces de que hay un aspecto ético involucrado ya de por sí, y que invariablemente está modificando las formas de comportamiento social y de concepción de la realidad para el futuro.

Hoy por hoy, la problemática ambiental requiere ante todo la prevención; en este sentido la reducción en la fuente productora de polución, así como la reducción de desperdicios, ha dado origen a la creación de nuevas alternativas de envasado, como lo son los envases Biodegradables. Recientemente en México se cuentan ya con trescientas opciones de envases biodegradables que incluyen envases para alimento, sustitutos de bolsas de plástico, vasos y platos desechables y hasta envases para cosméticos. En este sentido, el diseño de envases requiere tomar en cuenta las cualidades y limitaciones que estos materiales proporcionan para implementar formas creativas, al mismo tiempo que prácticas y comercialmente atractivas.

La opción más reciente en materiales para envasado son los envases biodegradables, los cuales, además de evitar alteraciones en el medio ambiente por ser elaborados con materiales que son fáciles de obtener de la naturaleza sin afectarla, resuelven considerablemente el problema de la obtención de energéticos para su elaboración. El principio de los envases biodegradables es la creación de fibras hechas a base de productos naturales que originalmente pueden ser considerados como desperdicios. La fibra de bambú, la caña de azúcar, el almidón así como derivados de la composta han resultado ser un material magnífico con el que se pueden fabricar envases cuya resistencia puede ser aplicada tanto en productos congelados como en calores extremos, como los que se utilizan en un horno de microondas. Se han incluido también productos de origen industrial que puedan ser reabsorbidos por el medio ambiente en beneficio de éste.

Por ejemplo, uno de los principales envases que preocupan por lo complicado que resulta su reciclaje o reutilización es el unicel. Sus partículas, además de propiciar el calentamiento

de la atmósfera, tardan hasta 1040 años en desintegrarse por completo⁹. En este sentido, los envases que más expectativas están creando son los que se obtienen del almidón de céreal y, especialmente, del almidón de trigo. Hasta hace pocos años este componente se utilizaba en el ámbito de la nutrición por ser una importante fuente de hidratos de carbono y, consecuentemente, por su especial aporte de energía al organismo. Con el apoyo que se ha dado a la agricultura muchos países han conseguido aumentar la producción de este alimento, no obstante, las consecuencias de ello no fueron del todo benéficas, ya que al aumentar su producción se generó un descenso en los precios, así como una competencia desleal con los países en desarrollo que no podían competir con los bajos precios del mercado ni cubrir los costos de producción. Ante esta problemática, ¿cómo nivelar las oportunidades que da este producto, sin que ello genere un impacto ecológico ni económico de graves consecuencias? La solución que se ha dado ha sido la de considerar al trigo como materia prima para la creación de envases, los cuales, al momento de ser desechados puedan incluso ser alimento tanto para la tierra como para animales de granja.

Los envases biodegradables elaborados a base de trigo se pueden fabricar en máquinas de moldear que funcionan de manera semejante a una waflera gigante. El proceso comienza con verter el compuesto de almidón de trigo en un molde caliente, el cual se cierra a presión; la humedad en el batido genera vapor que, por su parte, causa espuma, que se expande, y llena el resto del molde. El vapor se escapa y cuando la “cocción” termina, el molde se abre, el producto se saca, y el ciclo comienza de nuevo. El proceso entero toma menos de un minuto. Una capa resistente al agua, agregada más tarde, ayuda al envase a mantener su resistencia y forma. El paso siguiente queda totalmente en manos del diseñador, es decir, su trabajo creativo es el que puede darle una proyección de estilo y presentación comercial, tanto al concepto ecológico del envase como al producto que en él se presente.

Las investigaciones han probado además que los envases biodegradables son tan fuertes, resistentes e impermeables en su uso como sus homólogos hechos de poliestireno. Además, el respaldo de que son amigables con el medio ambiente los han hecho aún más atractivos para los consumidores, y aún para los gobiernos, ya que como se biodegradan fácilmente, los productos desechables hechos de almidón reducen la carga para basureros municipales, que ya se encuentran demasiado llenos. En algunas ciudades como Monterrey, se ha sabido aprovechar el tratamiento de estos envases y de la basura en general como fuente de producción de energía que les permite mantener iluminada gran parte de sus ciudades.

La gran variedad de almidones –tales como de trigo, papa, camote, remolacha o maíz– da a los fabricantes de productos biodegradables alguna flexibilidad de adquisición, lo cual les brinda la posibilidad de asegurar que sus precios sean competitivos frente a los envases o artículos fabricados de poliestireno. La existencia de estas nuevas posibilidades para los productos procedentes del campo puede cambiar significativamente la situación ambiental a mediano plazo.

□

⁹ Fuente: *Environmental Research*, julio 2006, revista electrónica disponible en Internet: www.elsevier.com

En este sentido, actualmente ya se están explorando nuevas vías de producción de biocarburantes y se abre la expectativa hacia nuevos envases. De esta manera, se está valorando la producción agrícola como el mejor sistema para el abastecimiento de materias primas, tanto energéticas como de uso cotidiano, que no tengan implicaciones negativas para el medio ambiente, con un margen comercial muy superior a los obtenidos mediante la agricultura tradicional. Esto permitiría incrementar la producción de diversas especies vegetales; además, con la tecnología adecuada se pueden conseguir grandes producciones sin inversiones excesivamente elevadas.

Los resultados positivos ya se están constatando en diferentes países, aunque los resultados más óptimos se verán en un periodo de tiempo más largo. Cabe destacar que las investigaciones sobre este campo han incluido la posibilidad de utilizar combustibles que procedan de una fuente vegetal, como el biodiesel o el bioetanol, completamente compatibles con los motores actuales y con una reducción de la dependencia exterior del petróleo. De esta manera, podrá incrementarse la producción de vegetales con capacidad para ser utilizados en la producción de envases biodegradables, lo que conseguirá que el propio envase sea de uso alimentario, sin consecuencias negativas para la salud y que el medio ambiente no se vea afectado.

Ahora bien, los nuevos materiales para alimentos obligan a valorar aspectos como la influencia de los pesticidas en los cultivos y su potencial transferencia. Los envases vegetales se están elaborando sobre todo a partir de almidón de trigo, que posee una plasticidad importante. Para que pueda tener una acción nutritiva necesita melificarse, y esto se consigue mezclando el producto con agua y calentando a una cierta temperatura. Cuando el almidón comienza a albergar agua en su interior, se hincha y da lugar a una estructura plástica, característica que le permite ser moldeado y adaptado a la forma que se considere apropiada. Una vez que se seca, se pueden conseguir diferentes niveles de aglutinación y dureza que lo asemejan a los envases de plástico, bastante resistentes y con muy buena protección.

Con esta misma técnica es posible conseguir una película fina con la que se puede generar un material similar al papel de envolver o al cartón, mientras que si el grosor es mayor se pueden obtener materiales similares a las bandejas empleadas en el envasado de fruta. El principal problema que presenta este tipo de material para su aplicación al envase es la sensibilidad al agua, lo que implica que los alimentos líquidos, o que desprenden una cierta cantidad de líquidos, puedan afectar y reblandecer la estructura del contenedor. No obstante, se está trabajando en la evolución de la tecnología y en la experimentación con materiales diferentes.

Ante esta nueva revolución en el sector de los materiales para el envasado de alimentos es primordial evaluar su eficacia, su nivel de impermeabilidad y sus riesgos asociados. De esta manera, tendrán que valorarse aspectos como la influencia de los pesticidas en los procesos

de cultivo y su potencial transferencia a los alimentos o el riesgo latente del crecimiento de microorganismos patógenos en estos materiales, lo que podría ser un riesgo potencial para el consumidor.

La investigación sobre biopolímeros se inició hace años con un trabajo a partir de ácido glicólico y otros ácidos-alcoholes. Al poco de iniciarse fue abandonada porque los polímeros resultantes eran demasiado inestables para su utilización industrial a largo plazo. Esta inestabilidad, es decir, su degradación en la naturaleza, es lo que ahora se está retomando. Los bioplásticos de nueva generación retienen sus propiedades fisicoquímicas termoplásticas a lo largo del ciclo de vida del producto manufacturado pero, una vez depositados en condiciones de compostaje o metanización, se biodegradan completamente del mismo modo que los residuos orgánicos, es decir, son transformados por microorganismos en agua, dióxido de carbono y/o metano a un ritmo equivalente o superior al de la celulosa.

La inestabilidad intrínseca de estos elementos los convierte en herramientas interesantes, ya que se producen a partir de recursos renovables y se transforman en herramientas que facilitan la colecta selectiva y la posterior valorización de los residuos orgánicos generados. Algunos de estos materiales pueden ser los llamados alcohol polivinílico o polietenol, que se obtienen a partir del acetato de polivinilo o polietanoato. Este polímero tiene una estructura parecida a la del polietileno. Lo más destacado es que el polímero es hidrófilo y, por tanto, soluble al agua. En realidad no es que se elimine ante la presencia de agua, sino que es degradado al cabo de unos 30 días en presencia de agua y de microorganismos ambientales, lo cual garantiza su total reabsorción en el medio ambiente sin dañarlo.

Estos avances han permitido el desarrollo de importantes tecnologías, como la que se ha dado en la Sección de Biotecnología de la Coordinación de Estudios de Posgrado, de la Facultad de Estudios Superiores de la UNAM, ubicada en Cuautitlán. Ahí, encabezado por la investigadora Susana Patricia Miranda, un equipo de estudiantes y profesores han desarrollado una película polimérica biodegradable y comestible a base de quitosán. Esta película limita la migración de la humedad, aromas y lípidos de los alimentos para prolongar la vida útil de frutas, verdura y pescados, entre otros. Estas películas tienen la ventaja de ser reciclables y no afectar la salud del consumidor ni del medio ambiente, ya que sus componentes son fácilmente degradados por los microorganismos del entorno.

Las películas comestibles se definen como una capa de material formada sobre el alimento como cubierta o puesta preformada. Con frecuencia los términos película, recubrimiento o cubierta se emplean como sinónimos, pero la diferencia que existe entre ambas radica en que las películas son preformadas y los cubrientes se forman directamente en los productos. Las cubiertas han sido empleadas como método para la preservación de los alimentos a lo largo de la historia: las cubiertas de cera en las frutas, la grasa en las carnes y en los confites la aplicación de azúcar y chocolate.

Este tipo de cubiertas ha propiciado además la exportación de alimentos cuyo manejo es delicado, sobre todo en su transportación. Tal es el caso del aguacate, el kiwi, la pera y las ciruelas. En el estudio que se le realizó al aguacate Hass, por ejemplo, la aplicación de las películas de quitosán demostró grandes ventajas, ya que permite su manejo comercial sin merma en el aspecto del fruto.

Esta es sin duda una nueva etapa en la producción de envases. El envase biodegradable se está haciendo cada vez más presente en productos utilizados en la vida diaria, ya que son elaborados con materiales –naturales o sintéticos– reutilizables, reciclables, pero sobre todo reabsorbibles, que se integran fácilmente a la naturaleza sin causarle daño, que además consumen un mínimo de energía y materia prima en su elaboración, y/o que generan un mínimo de contaminantes durante su fabricación, uso y disposición.

Bibliografía

- Baudrillard, Jean, *El sistema de los objetos*, Siglo XXI, México, 1997.
- , “Figuras de Alteridad y la espectralización del Otro”, en *Figuras de Alteridad*, Anagrama, Barcelona, 2001.
- , “La moral de los objetos”, en *Los objetos*, Tiempo Contemporáneo, Buenos Aires, 1974.
- Bourdieu, Pierre, *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*, Taurus, México, 2002.
- De Certeau, Michel, *La invención de lo cotidiano. 1 Artes de hacer*, trad. Alejandro Pescador, Universidad Iberoamericana-Departamento de Historia, México, 2000.
- , *La invención de lo cotidiano. 2 Habitar, cocinar*, trad. Alejandro Pescador, Universidad Iberoamericana-Departamento de Historia, México, 2000.
- , *La fábula mística. Siglos XVI-XVII*, trad. Jorge López Moctezuma, 2a. ed., trad. revisada, Universidad Iberoamericana-Departamento de Historia, México, 1994.
- Fishel, Catharine, *The perfect package*, Rockport, Nueva York, 2001.
- Hine, Thomas, *The total package*, Little, Brown and Company, Nueva York, 1995.
- Lloyd Morgan, Conway, *Diseño de un empaque*, Documenta, Buenos Aires, 1999.
- Lipovetsky, Gilles, *La era del vacío*, Anagrama, Barcelona, 1990.
- Müller-Brockmann, Josef, *Historia de la comunicación visual*, Gustavo Gili, México, 1998.
- Sonsino, Steven, *Packaging. Diseño, materiales, tecnología*, Gustavo Gili, Barcelona, 1990.
- Vidales Giovannetti, Ma. Dolores, *El mundo del envase*, Gustavo Gili, México, 2007.
- , *Envase y Mercadotecnia*, Empaque Performance, México, 2000.
- Zimmermann, Yves, *D Del diseño*, Gustavo Gili, Barcelona, 2002.



El diseño industrial en la vida cotidiana

EL CASO DE LA COOPERATIVA *MUJERES PARA HOY*



EVOLUCIÓN DE LOS PRODUCTOS JAPONESES
Y SU PRESENCIA EN NUESTRA
VIDA COTIDIANA Y DISEÑO



EL DISEÑO COMO
CIENCIA, TECNOLOGÍA Y ARTE





El caso de la cooperativa *Mujeres Para Hoy*

DANIELA ESPARZA AGUILAR

El diseño en lo cotidiano

La vida cotidiana es un tema que durante los últimos años ha cobrado relevancia en el ámbito de la historia, la antropología y la sociología. La disciplina del diseño no puede escapar a esta situación. Como actividad está involucrado de manera intrínseca en la reconstrucción de un momento histórico determinado. Es así como a partir de las vasijas y elementos ornamentales se puede esclarecer costumbres y rituales en culturas prehispánicas, por ejemplo. Este trabajo pretende evidenciar la actividad cotidiana de crear y manufacturar objetos, es decir de diseñar, y no sólo la relación de los objetos con la sociedad. Primero se hará un acercamiento a definiciones del diseño para evidenciar la acción de diseñar y el desarrollo de la técnica como aspectos fundamentales para desarrollar productos en la actualidad. Luego se analizará el caso de una pequeña unidad productiva textil, la cooperativa Mujeres Para Hoy. Con un par de ejemplos se intentará demostrar cómo en lo cotidiano se realizan dichas prácticas de diseño.

No es necesario profundizar demasiado para entender que la historia del hombre ha estado muy vinculada al desarrollo de herramientas y objetos que le han permitido resolver sus múltiples necesidades. El desarrollo de la humanidad ha estado marcado por la búsqueda incesante de resolver los problemas que plantea el medio. Es así como el diseño de utensilios, herramientas y objetos para cazar, comer, vestirse, distinguirse, albergarse, transportarse, etc., fue parte de las actividades cotidianas y colectivas de hombres y mujeres. El desarrollo de todos estos elementos tuvo distintas etapas que, a través de la observación de la naturaleza y las relaciones establecidas entre la necesidad y los conocimientos adquiridos, permitieron crear técnicas¹ que les ayudaron a mejorar los objetos, tanto en su utilidad como en su significado.

¹ La técnica puede definirse como la capacidad de manejar y controlar la realidad exigiendo no solo el "saber cómo" (conseguir un objetivo) sino el "saber hacer". Por lo tanto, la técnica es más que conocimiento, es la capacidad de actuar o hacer. Para Varela, la tecnología o técnica considera también los conocimientos y habilidades, pero agrega además los materiales o aparatos necesarios para modificar el orden (es decir, las relaciones espacio tiempo) de algún conjunto de formas y energías o para lograr una conversión de energía. Ver en Varela, Roberto (1997). "Cultura, tecnología y dispositivos habituales" en Santos, María Josefa y Rodrigo Díaz Cruz (compiladores), *Innovación tecnológica y procesos culturales: nuevas perspectivas teóricas*, México, Ediciones Científicas Universitarias, p. 72.

También se puede plantear que mientras más dificultades tuvieron los hombres para sobrevivir, más desarrollaron su técnica o tecnología, permitiendo por una parte *conseguir de forma eficiente un resultado valioso* para un determinado grupo social y por otra parte, mejorar las capacidades y manejo de la realidad.² La técnica y la tecnología han dado cuenta, a lo largo de la historia, del desarrollo y evolución del ser humano y la sociedad. Desde la antigüedad se buscó desarrollar la técnica para manejar el medio que nos rodea. Es decir, ha sido la forma de satisfacer las múltiples necesidades para habitar un determinado lugar.

Por ejemplo, imaginar la utilidad y el significado de una aguja, en estos tiempos, no tiene mayores impactos. Sin embargo, la aguja existe hace más de 20,000 años y sus primeras versiones en espina y hueso de animal cortado con sílex, pulido con arenisca y usando tendones de ciervo para coser, trajo consigo una gran cantidad de cambios en el hombre: la posibilidad de unir materiales, confeccionar vestimentas, zapatos, abrigos y morrales para el traslado de alimentos, construcción de habitaciones, etc. Modificó el modo de enfrentarse al medio y significó el surgimiento de nuevas prácticas sociales.

De este modo el diseño es una experiencia que debe ser entendida como una *síntesis de un sistema complejo*,³ inmerso en la cultura, capaz de mejorar y/o modificar conductas y valores en la sociedad, no sólo del usuario, sino de todos los involucrados en el desarrollo de un producto respecto a su creación y producción como a su uso.

...[el diseño] como la capacidad humana de dar forma y sin precedentes en la naturaleza a nuestro entorno, para servir a nuestras necesidades y dar sentido a nuestras vidas.⁴

El diseño como actividad está, en la actualidad, a cargo de profesionales y técnicos de diversas disciplinas⁵ que ofrecen, a través de empresas (grandes, pequeñas y micro), talleres artesanales, cooperativas o unidades productivas, mejorar productos y servicios, en su mayoría, relacionados con la vida cotidiana. El término diseño es usado con distintos significados, como concepto o propuesta, verbo, acción o proceso y también como la denominación de un producto.⁶ Por lo tanto, el diseño se presenta en lo cotidiano, por una parte, en la relación de los usuarios con productos de la cultura material, en una determinada

² Los círculos de calidad son grupos de 5 a 8 compañeros de trabajo, que se reúnen de manera voluntaria para estudiar textos con temas de calidad, o para tratar de solucionar un problema de producción al que se enfrentan.

³ Fernando Shultz, "Teoría y Educación del Diseño", en Conferencia Internacional: Información, Comunicación y Diseño, Exploraciones sobre la Complejidad en el Mundo Contemporáneo, 7 de noviembre 2006, UAM Cuajimalpa.

⁴ Heskett, John, *El diseño en la vida cotidiana*, Barcelona, Gustavo Gili, 2005, p. 7.

⁵ La empresa Design Strategy & Research (http://www.dsr-group.com/home_s.htm) se dedica al diseño e innovación utilizando para ello métodos provenientes de la sociología, psicología, antropología e ingeniería, así como también el trabajo transdisciplinario con profesionales de dichas disciplinas. Una de los métodos que utilizan es la investigación cualitativa, es decir, la vida cotidiana de las personas y su relación con el entorno.

⁶ Heskett, John, *El diseño en la vida cotidiana*, Barcelona, Gustavo Gili, 2005, p. 7.

realidad compartida por un grupo: y por la otra, como la acción de diseñar en lo cotidiano, relacionado al trabajo profesional o no, en el desarrollo de productos y servicios que buscan mejorar, en distintos niveles, la calidad de vida de las personas. La acción de diseñar es entonces en palabras de Miguel Ángel Quintanilla:

...concebir un sistema intencional de acciones capaces de transformar objetos concretos de forma eficiente para conseguir un objetivo que se considera valioso.⁷

Según esta definición podríamos decir que una gran parte de lo que hacemos diariamente es diseñar: cuando procesamos alimentos, en el desempeño laboral, al organizar nuestras actividades en la semana o cuando nos vamos de paseo. Pero en este caso nos referiremos a la acción de diseñar para conseguir un producto comercial.

En este sentido, el diseñar es una labor que involucra un compromiso con la sociedad y da cuenta también del manejo tecnológico factible, y para esto es necesario conocer lo que en la actualidad se usa, pero también lo que se usó y cómo, con el objetivo de resolver un problema⁸ o una necesidad similar. Es relevante, por tanto, el interés de las últimas décadas, por la historia de la vida cotidiana; por la reconstrucción del pasado a partir de fotografías, narraciones orales y la cultura material en un determinado momento.

Para acercarse a lo cotidiano hay que tener presente, según Pilar Gonzalbo,⁹ aquello que para todos es común y lo particular de un lugar en un momento con determinados sujetos. Lo cotidiano es la rutina, lo estable e institucionalizado, lo que se hace sin mayores reflexiones y se comparte con un grupo de personas. Por esto, un aspecto importante para entender la vida cotidiana es el impacto de los cambios tecnológicos como el transporte, las construcciones urbanas, las máquinas y herramientas, los nuevos materiales, los electrodomésticos, la moda, etc., pues al producirse estos cambios, salimos de lo cotidiano; se alteran rutinas y costumbres. Se requiere entonces de un periodo de adaptación, que tendrá como resultado nuevas rutinas y un significado distinto a la práctica de antes. Esto, sumado a los acontecimientos históricos, políticos y sociales, va dando forma a lo cotidiano.

⁷ Quintanilla, Miguel Ángel. *Tecnología: un enfoque filosófico y otros ensayos de la filosofía de la tecnología*. México, Fondo de Cultura Económica, 2005. p. 113.

⁸ En términos abstractos, "problema" se puede definir como la presencia de un conflicto del ser humano entre lo que desea y lo que tiene, es decir, lo real y lo imaginable. La capacidad de mejorar la realidad para alcanzar lo deseable, se llama "acción humana modificadora". La solución de un problema, según Lara, tiene dos vías, una de ellas es a través de acciones pertinentes para cambiar la realidad, esto es "el saber hacer" que define a la tecnología. La otra es la modificación de lo deseado a lo real, es decir, disolver el problema. Por lo tanto, las soluciones están condicionadas por los conocimientos que sobre la realidad tenga dicha sociedad. Ver en Lara Rosano, Felipe. (coord.). *TECNOLOGÍA: Conceptos, problemas y perspectivas*. México, Siglo XXI, Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades de la UNAM, 1998, p. 5.

⁹ Gonzalbo, Pilar. *Introducción a la historia de la vida cotidiana*. México, El Colegio de México, 2006.

Pero por qué son importantes los trabajos centrados en este tema. Una primera respuesta podemos buscarla en los aspectos históricos de la vida de los seres humanos. Esto permite ver cómo las personas se enfrentan al acontecer histórico desde su propia existencia.¹⁰ Hasta el momento, la Historia, la Sociología y la Antropología han desarrollado investigaciones sobre la vida cotidiana. Sin embargo, el diseño como disciplina, se ha mostrado reticente a este tipo de estudios, pese a que puede entregar una visión de la vida cotidiana desde la perspectiva del hacer.

El diseño de un artefacto o de una técnica no es una simple operación de “aplicación” de conocimientos a situaciones o problemas prácticos definidos de antemano. Por el contrario, por una parte incluye un elemento de invención o de creación práctica (el descubrimiento de problema práctico, la ideación de un nuevo objetivo para la creación) y, por otra parte, el uso de criterios específicos de evaluación, en especial criterios de factibilidad, rendimiento, eficiencia, fiabilidad, etc. En ambos casos se puede aplicar conocimientos específicos, pero se hace algo más que eso.¹¹

Entonces, esta disciplina al realizar un proceso que permite resolver necesidades —o problemas— concretándolos en ideas factibles es, en gran medida, parte fundamental de la vida cotidiana. Aprender significados, valores y costumbres para poder entrar en la intersubjetividad con otras personas como menciona Alfred Schütz,¹² es entre otras cosas, compartir ideas, lenguajes y símbolos que representan nuestra visión del mundo. El diseño, por tanto, está presente en nuestras interacciones, en las ideas compartidas y en el uso de objetos comunes. Pero se puede decir también que el *diseño es la materialización de la técnica* y el desarrollo de ésta se vuelve fundamental en la vida cotidiana de pequeños talleres productivos, como es el caso de la cooperativa que se analizará a continuación.

Diseñar en lo cotidiano de una cooperativa

En este apartado me interesa explorar la *acción de diseñar* en la vida cotidiana de un grupo de mujeres en su lugar trabajo, la cooperativa textil Mujeres Para Hoy (CMPH en adelante). Cuando pensamos en cualquier taller productivo por pequeño que sea, allí se desarrollan

¹⁰ Un ejemplo de estas investigaciones la encontramos en el trabajo realizado en México y dirigido por Pilar Gonzalbo. La historia de la vida cotidiana, con 5 tomos, donde retoma desde el periodo prehispánico hasta mediados del siglo pasado. En uno de esos artículos. Alvaro Matute, a través de anuncios publicitarios donde se muestran nuevos electrodomésticos enfocados para la dueña de casa, a través del acontecer político y de fotografías de distintas temáticas, por ejemplo los nuevos “supermercados” de autoservicios, y a través de otros recursos, va reconstruyendo un poco de los diversos panoramas cotidianos en la ciudad de México del siglo pasado. Ver en Aurelio de los Reyes (coord.), *La historia de la vida cotidiana en México, Siglo XX. La imagen, ¿espejo de la vida?*, Tomo V, Volumen 2, México, Fondo de Cultura Económica y El Colegio de México, 2006.

¹¹ Quintanilla, Miguel Ángel, *Tecnología: un enfoque filosófico y otros ensayos de la filosofía de la tecnología*, México, Fondo de Cultura Económica, 2005, p. 58.

¹² Estrada Saavedra, Marco, “La vida y el mundo: distinción conceptual entre mundo de vida y vida cotidiana,” en *Sociológica*, año 15, núm. 43, México, Universidad Autónoma Metropolitana, 2000.

labores de diseño, por supuesto diferentes a las grandes industrias con producciones automatizadas y sistemas laborales flexibles. Aquí, es el artesano o técnico quien debe comprender el mercado y su competencia, conocer la tecnología de los materiales que utiliza, cultivar relaciones con otros productores, tener conocimientos para innovar¹³ en la producción y en sus productos, etc. Es decir, en estos espacios, los propios integrantes deben tomar las decisiones que permitan manufacturar un buen producto, que posibilite la subsistencia de la unidad productiva y de quienes laboran en ella. En palabras de Quintanilla:

Una realización técnica es un sistema de acciones intencionalmente orientado a la transformación de objetos concretos para conseguir de forma eficiente un resultado valioso.¹⁴

Aunque el conocimiento en este proceso es muy importante, debe también existir la habilidad para concretar las ideas en productos. Es decir, debemos comprender que "saber hacer" es al mismo tiempo conocimiento y habilidad. Por lo tanto, lo que se analizará es el "saber hacer", o sea, *la acción de diseñar* en lo cotidiano de la cooperativa.

La CMPH tiene sus orígenes en pobladoras de la colonia Piloto Infonavit, en la Delegación Coyoacán. En el año 1977, reciben sus viviendas, conformadas en una unidad habitacional. Comparten valores, costumbres, aspiraciones y también una realidad social con carencias y diversos problemas. Se enfrentan a la crisis económica de los ochenta, a la escasez de recursos y al desempleo. Comienzan, a través de la organización, a emprender diversos proyectos para mejorar sus condiciones de vida.

La acumulación de experiencias o acervo de conocimiento, de muchas de las mujeres revelan la precariedad de recursos y el enfrentamiento a situaciones difíciles. Esto de alguna manera potencia las posibilidades de innovar y por tanto de desarrollar técnicas nuevas o readaptarlas.¹⁵ Así fue entonces como este grupo de mujeres, ya organizadas, deciden construir una cooperativa justo en la contingencia del terremoto de 1985. Apoyan a las obreras textiles y participan en el Sindicato 19 de Septiembre. A partir de distintas colaboraciones pudieron obtener el equipamiento necesario para emprender el nuevo proyecto. Consiguieron una casa, que equiparon como taller de corte y confección, en la colonia Emiliano

¹³ Siguiendo con los planteamientos de Miguel Ángel Quintanilla, debemos entender la innovación como la aplicación de conocimientos asimilados y creados para generar un bienestar social de una manera diferente y nueva. Ver Quintanilla, *Tecnología...* p. 251. Para Casalet la innovación es fundamental en la organización de la producción. Las actividades innovativas están relacionadas con la calidad, normalización de productos, formación de redes y las distintas interfaces que se establecen entre empresas e instituciones. Ver Casalet, Mónica. "Red de apoyo para la innovación", en Lara Rosano, Felipe (coord.), *Tecnología, conceptos, problemas y perspectivas*, México, Siglo XXI, Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en ciencias y humanidades, UNAM, 1998, p. 22.

¹⁴ Quintanilla, Miguel Ángel, *Tecnología: un enfoque filosófico y otros ensayos de la filosofía de la tecnología*, México, Fondo de Cultura Económica, 2005, p. 47.

¹⁵ *Ibid.*, p. 259.

Zapata (ver imagen 1) muy cerca de la colonia Piloto Infonavit. Comenzaron con trabajo de maquila, pero luego decidieron desarrollar productos propios; así nace el pañal de tela- algodón Comosito (ver imagen 2), que hasta la fecha siguen confeccionando. Desde ese momento se han especializado al rubro de madre y bebé.¹⁶ En la actualidad, la CMPH está compuesta por un número fluctuante de mujeres, entre 4 y 8, trabajan de lunes a viernes, de nueve de la mañana a seis de la tarde.



Imagen 1. Calle Anenecuilco, donde se encuentra la Cooperativa



Imagen 2. Poster promocional del pañal de tela Comosito

Uno de los aspectos más interesantes es cómo ellas han plasmado en sus productos valores esenciales de su vida, acudiendo al diseño y a la técnica como actividades cotidianas.

¹⁶ Véase en www.mujeresparahoy.blogspot.com

Por lo tanto, lo relevante desde esta perspectiva es ahondar en su vida cotidiana, pero no a partir de la reconstrucción de lo material, sino a partir de las interacciones entre ellas y su producción. La precariedad de sus recursos les exige enfrentar los procesos de diseño de una manera integral y en conjunto, es decir, no hay un departamento especializado de diseño, no hay I+D, sino más bien, existe la intención de “*mejorar los productos a partir de nuestras ideas y experimentaciones*”, dicen ellas.¹⁷

Entre cuatro y ocho mujeres se reúnen todos los días en la cooperativa, viven muy cerca; sólo una de ellas, Ester Macareno, tiene que recorrer desde Ciudad Neza hasta la colonia Emiliano Zapata, al sur de Coyoacán. Durante el día la radio acompaña los sonidos de las máquinas de coser. La radio transmite a veces noticias, a veces música: rancheras, pop, boleros, no hay mayor discriminación; excepto en las noticias, ahí sí discuten qué emisora escuchar, y aún más, critican, aplauden y se burlan de los locutores. Conversan mientras cosen, se ríen y hacen juicios de las noticias que escuchan. También acompañan su trabajo con un vaso con agua o refresco y alguna botana sobre su máquina de coser (ver imágenes 3 y 4).



Imagen 3. Silvia en su puesto de trabajo



Imagen 4. Mujeres en el taller de costura

¹⁷ Entrevista a la cooperativista Teresa Hernández, agosto, 2007.

Todas coinciden en que ese espacio y la forma de trabajo por la cual optaron han sido muy importantes en sus vidas. Para ellas esta opción es un “lujo”, en el sentido de que aquí han encontrado la libertad de trabajar a conciencia y tranquilas. Para Ester, una de las cosas más importantes de la CMPH es que:

...trabajas dignamente, no te cuentan las veces que vas al baño, no te descuentan por llegar con retraso, puedes pedir permiso y luego reponerlo, puedes convivir y conversar, puedes escuchar la música que tú quieres y en algunas ocasiones ganar lo que realmente vale el trabajo que realizas...¹⁸

Para Ester la cooperativa ha sido una experiencia muy diferente respecto a su trabajo en una fábrica textil, donde trabajó por más de veinte años en condiciones absolutamente contrastantes.

Esa era una empresa donde llegas a las 8:30 a trabajar desde que te sientas hasta la una de la tarde, que ya es hora de comida...45 minutos nos daban. Entraban un cuarto para las dos de la tarde, hasta las seis de la tarde. Había el encargado ahí, que te contaba cuantas veces ibas al baño, ¿Por qué te tardas tanto?, nos llamaban la atención. No podías comer tampoco dentro [de la fábrica], no podías llevar anillos, reloj, ni te pintabas los labios, todo eso te lo prohibían, ni comer tampoco adentro, por eso se hacían los animales, las cucarachas, porque tenías siempre comida en los cajones de la máquina y si no hacen limpieza... Todo eso tenías que ocultarlo.¹⁹

Para Silvia y Eleonor también es relevante el lugar de trabajo, si bien reconocen que no es mucho lo que ganan, las condiciones son muy distintas a una fábrica textil. Por ejemplo, para Silvia es muy reconfortante poder realizar la confección total de un producto y no estar mecanizadamente haciendo cierres en una fábrica durante ocho o nueve horas todos los días. Todas coinciden en que la cooperativa es un lugar para conversar y discutir cuestiones de trabajo, pero también de sus vidas familiares. Y en relación a lo último, existe una ayuda mutua que va más allá de la relación laboral, por ejemplo, Eleonor lleva a su nieto algunos días por las tardes (ver imagen 5) y Silvia realiza algunas horas de trabajo en su casa, pues tiene que ver a su madre enferma.

¹⁸ Entrevista a la cooperativista Teresa Hernández, agosto, 2007.

¹⁹ Entrevista a la cooperativista Teresa Hernández, agosto, 2007.

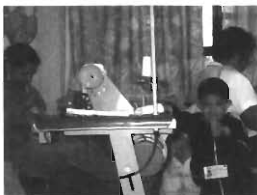


Imagen 5. Diego, el nieto de Silvia

En relación al aprendizaje y al desarrollo de sus habilidades, cuestión fundamental en el desarrollo de su técnica y capacidades de diseñar, la precariedad ha significado resolver necesidades “con sus propias manos”. Por ejemplo, al comprar con mucho esfuerzo las máquinas cortadoras, tenían que pagarle a una persona para que la manipulara, lo que se traducía en dinero, que definitivamente no tenían. Entonces Ester decidió aprender a manejarla, no quedaba otra opción. En sus propias palabras:

Al principio, cuando nos compramos esta máquina, como en dos ocasiones vino un cortador a cortarnos el pañal. En ese tiempo nos cobraba cincuenta centavos por pieza, pero cincuenta centavos que no podíamos pagar por un pañal. Y entonces decíamos ¡no pos, hay que aprender!²⁰

La cooperativa también ha sido una escuela de capacitación. Es aquí donde comienzan a vislumbrar y asumir el conocimiento que manejan y el deseo de ayudar a jóvenes de la colonia, a partir de la enseñanza de la técnica y también abordando temas de género como leyes laborales de mujeres, sexualidad, familia, etc. Retomando la definición de la acción de diseñar como la transformación de objetos a partir de acciones para conseguir un resultado que se considera valioso, queda en evidencia en este caso que lo valioso no sólo está relacionado con el aspecto económico.

La acción de diseñar en la cooperativa se operativiza en las diversas labores de corte y confección: desarrollar moldes, cortar manualmente o con máquina eléctrica, confección de muestra y prueba de las mismas, correcciones de molde, confección del producto final requerido, planchado y terminado. Estas actividades las desarrollan con base en sus conocimientos y experiencias, ellas saben de telas, de materiales textiles y confección, manejan máquinas y herramientas para la costura, pero también saben de bebés y madres, su rubro, por experiencia personal y también por la necesidad de conocer a los usuarios y consumidores de sus productos. El pañal de tela Comosito nació cuando la CMPIH comenzaba y una de sus asesoras del Grupo de Educación Popular con Mujeres (GEM) les presentó pañales de tela que se confeccionaban en otros países y les propuso realizar un rediseño de éstos. Uno

²⁰ Entrevista a la cooperativista Teresa Hernández, agosto, 2007.

de los aspectos que permitió a las mujeres de la cooperativa poder rediseñar un producto fue no tener como referencia el trabajo de una obrera textil, que consiste hasta el día de hoy en realizar una parte del proceso productivo repetidamente por ocho y más horas, y por lo tanto estaban más dispuestas a enfrentar nuevos proyectos. Pero lo que sí conocían era sobre la experiencia de ser madres, enfrentar la escasez de recursos y resolver las necesidades que demandaba la familia.

Tras un proceso de prototipos, probaron la técnica de la confección de telas y otros materiales y el uso de las pruebas en bebés. Durante ese periodo, que fue asesorado por GEM, aprendieron sobre la tecnología de telas y hules; ergonomía y bebes; planificación para la producción y a trabajar en cooperativismo; en términos generales, aprendieron a desarrollar y producir un producto comercial.

Finalmente propusieron una nueva forma y uso de pañales de tela, pero también apostaron a una alternativa ecológica y económica, mejorando la existente, para no seguir contaminando con el uso de pañales desechables. En el pañal ven no sólo un gran logro de la cooperativa sino un concepto relevante en el mundo de hoy con tantos problemas por la contaminación. Actualmente, para ellas lo más rutinario es la confección del pañal, cortando grandes cantidades de tela y aprovechando al máximo tanto el material como el tiempo de confección (ver imágenes 6, 7, 8, 9 y 10). Sin embargo, en la actualidad saben que el producto debe renovarse en cuestiones de empaque y etiquetado, y están buscando la manera de poder realizarlo.



Imagen 6. Ester cortando la tela para confeccionar el pañal



Imagen 7. Teresa revisando y corrigiendo imperfecciones del corte



Imagen 8. Ester cosiendo una parte del pañal



Imagen 9. Jazmin cosiendo una parte del pañal



Imagen 10. Pañal de tela Comosito

También se enfrentan al desarrollo de otros productos que confeccionan esporádicamente, por ejemplo una maquila de una muñeca de tela. Les mandaron imágenes a través del correo y los materiales de confección. Con esto, empezaron con los moldes y por entregar una primera muestra al cliente, al que le hicieron saber que la tela del vestido no era adecuada para el trabajo de bordado que había que hacerle. Teresa y Silvia se dedican a

la confección de dichas muñecas, que a pesar de ser una maquila, deben resolver detalles como el bordado, el vestido, el pelo y la cara de la muñeca. ¿Por qué? Porque debe quedar lo mejor posible para que le agrade al cliente. Y ahí están ellas dos, viendo cómo van quedando las muñecas, cómo es mejor el bordado del vestido; cada una propone una solución, que el bordado es más rápido de tal manera, que es mejor en la dirección contraria; que la tela se debe cortar de otra forma para que la costura quede mejor, en fin, llegan a un acuerdo y se lo comentan a la joven que está a cargo del bordado. En ese momento, que son unos pocos minutos, un tiempo muy fugaz, aparece la acción de diseñar en lo cotidiano; casi de manera inconciente se transforma un objeto con el fin de generar un resultado valioso. En este caso lo valioso será la calidad del producto, junto con el pago del trabajo. Compartir esta acción de diseñar no es casual, es necesario conocerse, entenderse, compartir experiencia, tenerse confianza para poder construir juntas.

A modo de conclusión, conviene volver a las definiciones de vida cotidiana, especialmente lo que menciona Estrada:

La vida cotidiana se expresa en la relaciones de los actores sociales entre sí y en cómo comprenden y constituyen la realidad social.²¹

Este rol cotidiano se comparte en este grupo de mujeres, con habilidades comunes, con un lenguaje propio que probablemente dejan al salir del taller, para pasar a ocupar otro rol, el de madres o esposas. Pero de igual forma llegan a sus casas y siguen transformando lo material con el fin de conseguir algo valioso como es ocuparse del funcionamiento de una vivienda.

Para finalizar se puede decir que el diseño como acción está presente en el desarrollo de los procesos productivos de la cooperativa, pero sin tener plena conciencia del significado de los conceptos "teóricos" sobre la disciplina. Las pequeñas unidades productivas tienen potencial en el desarrollo del diseño, aunque a veces los recursos económicos son una gran barrera a superar. Sin embargo, tener trabajadores que "saben hacer" es lo que se necesita para generar nuevos productos valiosos, tanto para los usuarios como para quienes los producen, y a lo mejor no tan tecnológicos ni automatizados, pero para eso ya existe una gran industria, que por cierto, se ubica en otras regiones del planeta.

²¹ Estrada Saavedra, Marco, "La vida y el mundo: distinción conceptual entre mundo de vida y vida cotidiana", en *Sociológica*, año 15, núm. 43, México, Universidad Autónoma Metropolitana, 2000.

Bibliografía

- Casalet, Mónica, “Red de apoyo para la innovación”, en Felipe Lara Rosano (coord.), *Tecnología, conceptos, problemas y perspectivas*, México, Siglo XXI, Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades de la UNAM, 1998.
- Estrada Saavedra, Marco, “La vida y el mundo: distinción conceptual entre mundo de vida y vida cotidiana”, en *Sociológica*, año 15, núm. 43, México, Universidad Autónoma Metropolitana, 2000.
- Gonzalbo, Pilar, *Introducción a la historia de la vida cotidiana*, México, El Colegio de México, 2006.
- Heskett, John, *El diseño en la vida cotidiana*, Barcelona, Gustavo Gili, 2005.
- Lara Rosano, Felipe (coord.), *TECNOLOGIA: Conceptos, problemas y perspectivas*, México, Siglo XXI, Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades de la UNAM, 1998.
- Quintanilla, Miguel Ángel, *Tecnología: un enfoque filosófico y otros ensayos de la filosofía de la tecnología*, México, Fondo de Cultura Económica, 2005.
- Reyes, Aurelio de los (coord.), *La historia de la vida cotidiana en México. Siglo XX. La imagen, ¿espejo de la vida?*, tomo V, vol. 2, México, Fondo de Cultura Económica y El Colegio de México, 2006.
- Varela, Roberto, “Cultura, tecnología y dispositivos habituales”, en María Josefa Santos y Rodrigo Díaz Cruz (comps.), *Innovación tecnológica y procesos culturales: nuevas perspectivas teóricas*, México, Ediciones Científicas Universitarias, 1997.



Evolución de los productos japoneses y su presencia en nuestra vida cotidiana y diseño

JORGE RODRÍGUEZ MARTÍNEZ

Introducción

Este artículo analiza la evolución del diseño japonés y su impacto en nuestra vida cotidiana. Se hace un breve recuento de los antecedentes históricos, sociales y económicos de este país asiático. A partir de la Segunda Guerra Mundial, el Japón cambió su estrategia de desarrollo: de una ofensiva militar paso a una comercial. Sin embargo, al no tener recursos materiales, el gobierno consideró que la única opción para sobrevivir era la de exportar productos con el mayor valor agregado posible. Otro problema al que se enfrentaron los industriales japoneses fue el de la mala imagen de los productos japoneses en el exterior. Para la mejora de la calidad se aplicaron técnicas de control estadístico, círculos de calidad, así como nuevas maneras de producir productos, como fue el sistema de “justo a tiempo”, que es la eliminación de todo tipo de desperdicios. Si bien la calidad y el bajo precio de los productos japoneses fueron la puerta de entrada a los mercados mundiales, el diseño cada vez juega un rol más importante como herramienta competitiva. En la última parte del artículo se analiza el impacto que han tenido estos productos orientales en nuestra vida cotidiana en México, su creciente influencia y cuáles son las tendencias a futuro.

Antecedentes geográficos, históricos y económicos del Japón hasta antes de la Segunda Guerra Mundial

Japón es un país relativamente pequeño (380,000 km²) formado por islas; las montañas cubren más del 70% del territorio, lo que provoca que la gran mayoría de los 127 millones de habitantes vivan en la costa, particularmente en la zona noreste del país. Se cree que de China llegaron la cultura, la religión (confucianismo y budismo), los orígenes del lenguaje, así como el cultivo del principal alimento de su dieta que es el arroz.

Durante el siglo XVII, en el periodo conocido como Edo, se prohibió cualquier tipo de contacto con países extranjeros. Este aislamiento cultural, político y económico duró más de dos siglos y buscó que el país lograra su autosuficiencia, objetivo que no se alcanzó. En términos agrícolas, las tierras japonesas no son lo suficientemente extensas, ni fértiles para sostener una población tan grande. En 1858 el Comodoro Perry de los Estados Unidos, obligó por la fuerza a que Japón abriera sus mercados a los productos estadounidenses.

A partir de la segunda mitad del siglo XIX y las primeras décadas del siglo XX, el país se industrializó rápidamente, basando su desarrollo en la industria pesada y química, así como en la industria de armamentos. El gobierno tenía objetivos expansionistas, dentro de Asia, que lo llevó a conflictos armados con dos de sus vecinos: China y Rusia. En 1941, al atacar Japón la base de Pearl Harbor de los Estados Unidos, comenzó la Guerra del Pacífico, que terminó con resultados desastrosos para el país oriental, que además de perder la guerra, sufrió los primeros ataques atómicos a sus ciudades de Hiroshima y Nagasaki.

El periodo de desarrollo de la Posguerra: la década de los cuarenta

A partir de la Segunda Guerra Mundial, el Japón, que fue ocupado militarmente por los Estados Unidos, tuvo que cambiar su estrategia de desarrollo: de una ofensiva militar paso a una comercial. Sin embargo, al no tener recursos materiales, el gobierno consideró que la única opción para sobrevivir era la de exportar productos con el mayor valor agregado posible. Antes de la guerra, el país había llegado a alcanzar un nivel de desarrollo alto, que le permitió fabricar aviones, barcos, portaviones y todo tipo de armamento. Si bien el país sufrió pérdidas materiales, contaba con los recursos humanos, y una cultura en la que se cultivan virtudes tales como el ahorro, la economía, la educación, dedicación al trabajo y al estudio, así como la habilidad de trabajar en equipo. El gobierno japonés planteó metas en común, que además de las cualidades antes mencionadas, permitió que el país se recuperara en un tiempo relativamente corto.

El periodo de finales de la década de 1940 y los años cincuenta, fue una época de recuperación y acelerado desarrollo económico. El gobierno japonés, a través del Ministerio de Comercio Internacional e Industria,¹ se encargó de seleccionar aquellas industrias en las que los productores tenían ventajas competitivas. Sin embargo, el principal problema al que se enfrentaron los industriales japoneses fue el de la mala imagen de los productos japoneses en el exterior, que eran considerados baratos pero malos.

Las fuerzas armadas de ocupación de los Estados Unidos encontraron que el sistema de comunicación telefónica era poco confiable, por lo que se exigió a las compañías que

¹ MITI Ministry of International Trade and Industry, por sus siglas en inglés.

proveían este servicio implantaran sistemas de calidad, que fueron de los primeros en el país. Como parte de los esfuerzos de reconstrucción en Japón, el ejército estadounidense invitó a dos expertos en calidad, el primero de ellos, Edwards Deming, llegó en 1950 a impartir cursos sobre el control estadístico del proceso (1950), y un año más tarde se estableció el Premio Deming de calidad, el primero de su tipo en el mundo. El otro experto de calidad que visitó Japón fue Joseph Juran que también desarrolló una labor destacada en la promoción de la calidad. Para la mejora de la calidad se aplicaron técnicas de control estadístico, círculos de calidad, así como nuevas maneras de producir productos, este es el caso del sistema de “justo a tiempo” que busca la eliminación de todo tipo de desperdicios, y la incorporación de dispositivos a prueba de errores (poka-yoke).



- El primer auto de pasajeros de la compañía Toyota, el Modelo AA del año 1936. El diseño estuvo influenciado por las tendencias aerodinámicas de la época de la industria automovilística de los EUA. Referencia: Museo del automóvil de Toyota, Nagoya. Foto de Jorge Rodríguez Martínez, 1999 ©

La década de los cincuenta en cuanto a diseño y calidad

La estrategia de recuperación de la economía japonesa se basó en la exportación de sus productos a Estados Unidos y posteriormente a Europa. Para mejorar la aceptación de los productos japoneses se hicieron grandes esfuerzos por mejorar la calidad de los productos en la industria; estos comenzaron a dar frutos poco a poco. La percepción de los productos japoneses en la mente de los consumidores occidentales cambió de productos baratos pero malos a ser baratos pero buenos. De manera irónica, otra guerra ayudó a cimentar la recuperación de Japón, la Guerra de Corea de 1950 a 1953, que se combatió en territorio muy cercano a Japón. El ejército de Estados Unidos apoyó a Corea del Sur en su lucha contra los coreanos del norte (aliados de los chinos); para tal efecto solicitó que los japoneses, por su cercanía geográfica, ensamblaran camiones y manufacturaran material bélico.

Los albores del diseño japonés se pueden atribuir a la compañía Matsushita (de aparatos electrónicos) que fue la primera en tener un departamento de diseño industrial. En poco tiempo otras compañías como Canon y Sony desarrollaron nuevos modelos de productos que no sólo eran tecnológicamente avanzados, sino que también mostraban un incipiente interés por el diseño. En 1952 se establece la Asociación Japonesa de Diseño Industrial

(JIDA), y en 1956 el Consejo Promotor de Diseño que premia a los mejores diseños de productos con la marca "G". El objetivo del premio era reconocer al buen diseño, y buscar reducir la práctica, muy extendida entre las compañías japonesas de copiar productos estadounidenses o europeos.

En cuanto al tema de la calidad se implantaron sistemas de calidad basados en las enseñanzas de Edwards Deming y de Joseph Juran, los expertos estadounidenses que visitaron Japón en varias ocasiones durante esta década. La calidad se basaba en el control estadístico del proceso (CEP), y se daba prioridad al cumplimiento de los requerimientos internos de producción más que el de los clientes.

Se incluyen imágenes de productos representativos de la década de 1950.



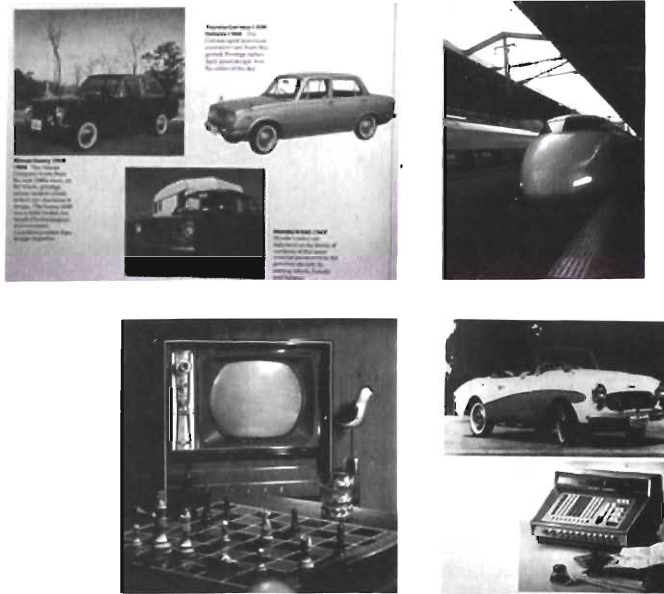
- Fotografías: Toyota Corolla, Museo Toyota del Automóvil, Jorge Rodríguez Martínez, 1999 ©; Motocicleta Honda K, 1954 y Yamaha YA1, 1955; Sony radio transistor TR 610, 1958; primera TV portátil Sony 1959. Libro Modern Japanese Design, páginas 72, 24 y 44 respectivamente.

La década de los sesenta en cuanto a diseño y calidad

La estrategia de las compañías japonesas fue la exportación masiva de productos a Europa y Estados Unidos. Ejemplos de estos productos fueron aparatos electrodomésticos, motocicletas, cámaras fotográficas y autos. En esta época en los Estados Unidos, los autos japoneses que eran compactos, económicos y rendidores tuvieron poco éxito, ya que el precio del petróleo era muy económico, lo que favorecía el consumo de autos grandes y equipados.

La economía japonesa se benefició en esta década de la Guerra de Vietnam (1963-1975), tal como lo había hecho en la década anterior con la Guerra de Corea. Los juegos olímpicos que se celebraron en la ciudad de Tokio en 1964, se celebran con éxito. Este importante evento sirvió para mostrarle al mundo los grandes avances logrados por el país a menos de 20 años de su derrota en la Segunda Guerra Mundial. Un ejemplo de logro tecnológico fue la inauguración del servicio de tren rápido, denominado tren bala (shinkansen).

En cuanto a la calidad, en esta década se implantaron nuevos métodos de control, como el estadístico y los círculos de calidad,² mismos que fueron adoptados por un gran número de compañías japonesas. Se incluyen algunas imágenes de productos representativos de la década de 1960.



- Créditos de las fotografías: Autos compactos de los sesenta, modelos Toyota, Honda y Nissan (p.74); Tren bala, foto de Jorge Rodríguez Martínez 1994 ☺; TV a color marca Sharp (p. 41), auto Nissan SP 212 y caja registradora Sharp 1964 (p.). Libro Modern Japanese Design.

² Los círculos de calidad son grupos de 5 a 8 compañeros de trabajo, que se reúnen de manera voluntaria para estudiar textos con temas de calidad, o para tratar de solucionar un problema de producción al que se enfrentan.

La década de los setenta en cuanto a diseño y calidad

Durante el decenio 1970-1980, las compañías japonesas se distinguieron por competir en los mercados internacionales con productos de bajo costo (resultado de los grandes volúmenes que les permitía economías de escala) y un diseño práctico. Los productos más característicos de esta época son los autos, motocicletas, cámaras y electrónicos.

Dos eventos que son dignos de mencionarse son la Feria Mundial de Osaka que se celebró en 1970, oportunidad que sirvió de escaparate a los fabricantes japoneses para mostrar sus avances tecnológicos. Pero fue el embargo petrolero de los países árabes productores de petróleo de 1973 y 1979, lo que provocó una crisis energética a nivel mundial, ofreciendo una oportunidad inesperada a las compañías japonesas: un ejemplo son los autos nipones que al ser readidores, económicos y de tamaño compacto, se establecieron en los gustos de los consumidores que buscaban una alternativa más atractiva que los autos estadounidenses de gran tamaño, y poco eficientes; lo cual no fue problema cuando los precios de los energéticos eran muy bajos, más no así al subir su precio de venta de una manera considerable, provocando además desabasto.

La calidad se establece como estrategia indispensable para la competitividad. Un gran número de compañías adoptan el control total de la calidad, que se aplica a todos los niveles, departamentos y a todas las personas. Se incluyen algunas imágenes de productos representativos de la década de los años setenta.



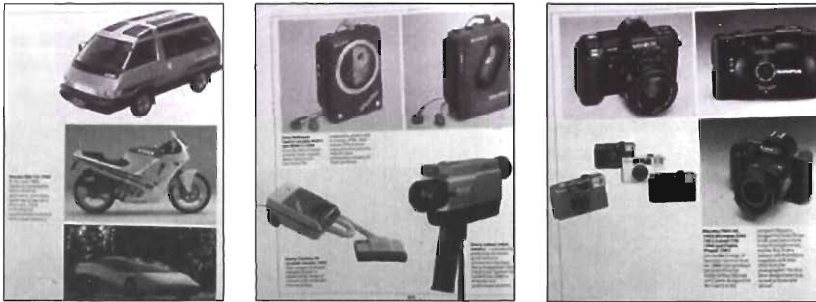
- Fotografías: Auto deportivo Toyota, foto de Jorge Rodríguez Martínez 1999 ©; Honda 600 y Honda Civic, Modern Japanese Design, p.75; Motocicleta Kawasaki GPz 1100, Design Source Book, p. 199

La década de los ochenta en cuanto a diseño y calidad

Se puede decir que durante la década de los años ochenta, los productos japoneses adquieren su “mayoría de edad”, los productos se transforman, ya no son copia fiel de lo producido en Europa o Estados Unidos. Los productos comienzan adquirir personalidad propia,

y compiten ya no por precio, sino por diseño, calidad y confiabilidad. Los productos y servicios japoneses se orientan a satisfacer las necesidades y expectativas de clientes a nivel mundial, que cada vez son más exigentes al tener más opciones que nunca en los mercados. En la electrónica se extiende la era de la miniaturización. El concepto de tecnología se enfoca al entretenimiento personal; el ejemplo más característico de esta época es el “walkman” de la compañía Sony.

Hay dos eventos a nivel mundial que sirven para difundir los logros alcanzados en ciencia, tecnología y diseño. El primero es la Exposición Mundial de Ciencia y Tecnología que se celebró en Tsukuba en 1985. El segundo, el Congreso Mundial de Diseño del ICSID en Nagoya de 1989. En esta década surge el concepto del Control Total de la Calidad (TQC Total Control), el enfoque de la calidad es hacia el aseguramiento de la calidad de todos los procesos y de las personas que participan en la elaboración de un producto o en ofrecer un servicio que va a recibir un cliente. Se incluyen algunas imágenes de productos representativos de la década de 1980.



- Créditos de las fotografías: Camioneta Toyota 1985, Moto Honda y vehículo Honda, Modern Japanese Design, p.78; Modelos Sony Walkman 1985, aspiradora y cámara de Sharp, Modern Japanese Design, p. 60, Cámara auto focus de Olympus, Japan Design, p.20; Diferentes modelos de cámaras de la década de los ochenta, Minolta, Olympus, Canon y Fujica, Modern Japanese Design, p. 62

La década de los noventa en cuanto a diseño y calidad

Los productos japoneses de esta época se distinguen por producir productos que se proyectan en función del valor económico, calidad, costo y oportunidad del producto. Ejemplos de los productos japoneses más característicos de esta época son:



- Créditos de las fotografías: izquierda, cartel en la planta de asientos Shiroki para Toyota que usa el TQM, Nagoya; centro, célula de producción con operarios multi-habilidades dentro de la misma planta. Derecha, la compañía Toyota tiene entre sus prioridades el tener una línea de producción que sea lo más cómoda y amigable para los obreros que en ella trabajan. Las tres fotos son de Jorge Rodríguez Martínez, 1999 ©.

Con respecto a la calidad muchas compañías adoptan el concepto de la Administración Total de la Calidad (TQM), que involucra a todas las personas y todas las funciones de la empresa. Este término es una evolución del término de Control de Calidad Total, ya que se deja de lado la palabra “control”, que puede tener un significado negativo. La calidad no sólo abarca el producto que llega a las manos del consumidor, ya que existe también preocupación por los empleados. Por ejemplo, la compañía Toyota tiene entre sus prioridades el lograr que la línea de ensamble sea lo más cómoda y amigable para sus trabajadores. También se logra que las líneas de producción sean versátiles, y que en la misma línea se ensamblen no sólo una variedad de modelos, sino también de colores, lo que le permite reaccionar rápidamente a cualquier cambio en el mercado. La calidad de los autos japoneses, particularmente de Toyota, es reflejo de esta preocupación.

El diseño japonés de finales del siglo XX y principios del XXI

Durante la década de los noventa, el Japón entró en crisis, como consecuencia de los años de especulación y de un crecimiento insostenible; fue cuando la economía “burbuja” se

reventó. La mayor parte de esta década se caracterizó por un periodo de estancamiento y de muy bajo crecimiento. Las compañías que habían diversificado sus negocios, descubrieron que tenían que volver a sus raíces (*core business*). Las compañías japonesas se distinguieron durante las primeras décadas del periodo de posguerra por ofrecer productos confiables de buena calidad y bajo costo. Pero en la actualidad los productos japoneses enfrentan una dura competencia, ya que los mercados internacionales son altamente competitivos. Esta competencia proviene principalmente de países de reciente industrialización, como es el caso de China

En la actualidad, las compañías japonesas buscan desarrollar productos de calidad y confiables, pero dirigidos a un nicho de mercado. Este tipo de productos son exclusivos y de alto precio. El reto para las compañías es darle el mayor valor agregado a sus productos. El *criterio de selección* de los consumidores se está alejando del valor puramente funcional y económico, a un valor sensitivo (basado en los sentidos), y basado en la ecología.

El diseño japonés en la actualidad y preocupaciones de las compañías

Hardware >>>>> Software >>>>> Humanware

Los productos japoneses han ido cambiando su enfoque principal, si bien en el periodo de posguerra la preocupación de los productores era el *hardware*, producir productos duraderos y de bajo costo; en años posteriores las compañías se orientaron al *software*. En la actualidad, son varias las compañías que basan su estrategia en lo que se ha denominado *humanware*, es decir la interacción del producto con el usuario y con el medio ambiente. Este nuevo énfasis coloca a la persona como la preocupación central y la razón de ser del producto.

En el 2004, el gobierno japonés, a través del Ministerio de Economía, como parte de un programa de recuperación económica, creó una estrategia de creación industrial donde destaca el papel que juega el diseño. Pero no sólo a nivel gobierno se ha reconocido la importancia del diseño como una herramienta competitiva. Compañías tan conocidas como Nissan, Panasonic y Hitachi, han revalorado la posición del diseño en sus organizaciones, cambiando el departamento de diseño del área de ingeniería o de I+D, a estar directamente bajo la dirección general. Es cada vez más común que las compañías japonesas contraten diseñadores externos para complementar a su departamento interno de diseño.

Otros temas de actualidad entre las compañías japonesas, y que son reflejados en sus productos, son el diseño universal, el diseño ecológico, así como un cuidado extremo en el manejo de sus marcas. El Diseño universal: es un reflejo del rápido envejecimiento de la población japonesa, así como de personas con discapacidades; este tipo de diseño busca ser inclusivo. Diseño ecológico: refleja una preocupación por el medio ambiente, mediante el uso de materiales y procesos que tengan el menor impacto. La administración del diseño

incluye el desarrollo del concepto del producto, con una marca que sea constante y reconocible visualmente (branding).

Dos ejemplos de productos y compañías japoneses que aplican el concepto de Diseño Universal

La compañía Kokuyo (<http://www.kokuyo.co.jp/>) que produce artículos para oficina, hospitales y museos, fue designada en Japón como la compañía que ha hecho más por aplicar los conceptos de diseño universal a sus productos. La compañía desarrolló, junto con la compañía de diseño Tripod design (www.tripoddesign.com), unas tijeras con la marca *Tepita* que han tenido mucho aceptación.



11

**Final decision
on the design.**



Los seis principios básicos para la aplicación del diseño universal en la compañía Kokuyo son:

1. La función básica y desempeño se mantiene.
2. El producto es seguro en todas las condiciones de uso posible.
3. El producto debe ser cómodo, por lo que se toma en cuenta la forma y el color.
4. El diseño universal busca que el producto se use intuitivamente, resolviendo la interfase entre el producto y el usuario.
5. Establecer una manera de entender el mecanismo: engrapadora de material transparente.
6. El precio de este tipo de productos no debe ser muy diferente del rango de productos tradicionales.

Otro ejemplo destacado de diseño universal es la lavadora inclinada de Panasonic. Esta nueva lavadora ha establecido un nuevo estándar internacional, mejorando su desempeño y utilizando la mitad del agua que las lavadoras convencionales. Este nuevo modelo es más

fácil de usar por todo tipo de personas: de la tercera edad, niños y hasta personas en sillas de ruedas. Es un buen ejemplo de Diseño Universal. Información e imágenes obtenidas en la página Web <http://panasonic.com.sg>



Diseño y manejo de la marca (*branding*)

Antes de que la compañía Louis Vuitton (fabricante de bolsas para dama muy exclusivo) se estableciera en Japón, las compañías no ponían mucha atención a las marcas. En la actualidad los japoneses son ávidos consumidores de productos de marcas famosas. Algunas recomendaciones que dan las compañías japonesas que se distinguen por su manejo de la marca, es que el tratamiento debe ser consistente. Para que una marca se establezca en la mente del consumidor, la compañía debe planear todos los puntos de contacto del usuario con los servicios y productos de la compañía.

En la industria automotriz japonesa, las compañías de autos han establecido marcas de lujo, que se manejan diferente de sus marcas tradicionales. Estas nuevas marcas para sus modelos de lujo, tienen centros de venta y servicio especiales. Este es el caso de Toyota con sus modelos Lexus; Nissan con Maxima y Altima; y Honda con su modelo Accura, etc. Compañías de electrodomésticos como **Panasonic** tenía varias marcas comerciales como National, Quasar, etc.; la estrategia que siguieron fue unificar todas las marcas en una sola marca “Panasonic”.

Productos japoneses en México y su presencia en nuestra vida cotidiana

Antecedentes de las relaciones históricas y comerciales entre México y Japón. En los siglos XVI y XVII hubo acercamientos entre Japón y la Nueva España, la colonia española más importante en el continente americano. España quería ampliar el comercio de sus colonias americanas con el Oriente, más allá del intercambio que existió con su colonia de

las Filipinas. Sin embargo, la política de aislamiento de Japón con los países extranjeros, que duró más de dos siglos (de 1639 a 1853), impidió que pudiera florecer el comercio entre nuestros dos países. Al alcanzar México su independencia se reanudó el interés por forjar lazos de amistad. En 1888 llega el primer grupo de inmigrantes japoneses a México, mismos que se establecieron en el estado de Chiapas. En 1889 se firma entre México y Japón un tratado comercial, que fue el primer tratado en términos de igualdad, ya que Japón tenía convenios con algunas de las potencias occidentales, pero que se habían firmado en términos desventajosos para Japón (Fuente: embajada del Japón en México, página Web: www.mx.emb-japan.go.jp)

Relaciones comerciales actuales entre México y Japón

Japón es el cuarto socio comercial más importante para México, sólo detrás de los Estados Unidos, de la Unión Europea y de China.³ Aunque la relación no termina a nivel comercio, sino que el interés del país del sol naciente se extiende a las inversiones. Japón es el séptimo inversionista extranjero más importante en México.⁴ Durante el periodo 1994 a 2006, Japón ha tenido una inversión acumulada en México de casi 4000 millones de dólares. La mayor parte de las inversiones son en el sector manufacturero, como automotriz y autopartes, así como equipos eléctricos y electrónicos

- Principales productos importados de Japón a México
- Automóviles y partes automotrices.
- Televisiones y componentes para televisión.
- Principales productos exportados de México a Japón
- 61 por ciento son productos manufacturados como automóviles y autopartes.
- 19 por ciento son materias primas, y 20 por ciento son productos alimenticios como carne de cerdo, productos agrícolas y marinos.

A continuación se muestra el resultado de la balanza comercial durante el periodo 1996 a 2006 (Ver Tabla 1). El comercio se ha ido incrementando, aunque sigue siendo deficitario para nuestro país. México y Japón firmaron un acuerdo de asociación económica que entró en vigor en 2005; desafortunadamente, aunque la tendencia del crecimiento del comercio es a la alza, el intercambio sigue siendo deficitario para nuestro país.

³ Artículo "Aumentaron 18% las exportaciones mexicanas a Japón en 2007", de Marvella Colín, *El Financiero*, 21 de Enero de 2007, página 18A.

⁴ Según la oficina de JETRO (*Japan External Trade Organization*) en México la inversión acumulada de 1994 al 2006 era de 3950 millones de dólares, que representan el 2.7% del total. Superan en inversión extranjera los siguientes países: Estados Unidos con 76.8% del total; España con 10.6%; Holanda con 10.3%; Reino Unido con 4.8%; Canadá con 3.8%; y Alemania con 3.0%. Referencia <http://www.jetro.go.jp/mexico/> [consultada el 29 de agosto 2007].

Tabla 1

Año	Exportaciones Japonesas hacia México	Importaciones Japonesas desde México	Balanza
1996	3,668,741,299	1,891,358,400	- 1,777,382,899
1997	3,894,015,210	1,617,636,362	- 2,276,378,848
1998	4,190,651,373	1,224,656,717	- 2,965,994,656
1999	4,388,508,085	1,652,542,303	- 2,735,965,782
2000	5,224,833,393	2,396,833,735	- 2,827,999,658
2001	4,108,533,209	2,018,618,611	- 2,089,914,598
2002	3,757,693,806	1,785,467,169	- 1,972,226,637
2003	3,624,830,302	1,770,136,595	- 1,854,693,707
2004	5,182,263,635	2,169,573,785	- 3,012,689,850
2005	6,920,504,761	2,551,534,104	- 4,368,970,657
2006	9,283,219,680	2,823,210,962	- 6,460,008,718

- Datos de JETRO Japan External Trade Organization – México
<http://www.jetro.go.jp/mexico/economicas/Comercio>

Al término de la Segunda Guerra Mundial, resurge el interés comercial de Japón por México, tanto para comerciar como para invertir. A finales de la década de los cincuenta se establece la compañía Nissan en México para importar y distribuir autos japoneses.

Al estar bajo el área geopolítica y económica de los Estados Unidos, y en menor escala de Europa, las compañías japonesas no tienen una presencia tan fuerte en el mercado mexicano como sí lo tienen en Asia. Sin embargo, hay una serie de compañías, y sus productos son usados en nuestra vida diaria en el hogar, oficinas, fábricas y calles. Los productos japoneses lo mismo sirven para aligerar la carga del trabajo doméstico; que el trabajo de construcción o manufactura sea más eficiente; para entretenernos, o transportarnos con rapidez y seguridad de un lugar a otro.

A continuación se hace un breve recuento de los diferentes sectores económicos en los que nos podemos encontrar productos de compañías japonesas; algunos de ellos hechos en nuestro país y otros importados. Como se muestra un poco más adelante, la balanza de comercio exterior entre los dos países favorece ampliamente a Japón, pues consumimos muchos más de sus productos que lo que exportamos.

- **Mercado Automotriz:** Nissan es la compañía japonesa que tiene más años en el mercado nacional; comenzó importando autos en la década de 1950, y a partir de la década siguiente produce y exporta autos compactos y subcompactos. Tal vez el modelo más popular de Nissan en México ha sido el Tsuru, que lo mismo se usa como taxi que

para transporte de pasajeros. En este nuevo milenio ha aumentado la presencia de otras compañías japonesas como Honda y Toyota, a las cuales se les han unido otras compañías en años más recientes, como son Mitsubishi, Suzuki y Subaru.

- **Llantas para automóvil o camión:** Firestone y Bridgestone.
- **Camiones y pick-ups:** la marca Isuzu, así como Nissan, producen vehículos de carga ligeros.
- **Motocicletas:** este sector estuvo dominado durante la primera mitad del siglo XX por los ingleses y los alemanes, sin embargo esta posición les fue arrebatada por los modelos de las marcas Honda, Yamaha y Kawasaki. Estas marcas producen motocicletas para diferentes segmentos: el comercial para repartidores de comida o de mensajería; el sector de competencias; o el de transporte de personas.
- **Cine y televisión:** los japoneses incursionaron desde la década de los años sesenta con la creación de personajes que aparecieron tanto en la pantalla chica como en la grande. Algunos de estos personajes son Godzilla, la señorita Cometa, o series animadas donde aparecían el hombre de acero, Astroboy, y en época más reciente Pikachu y Sonic, por mencionar sólo algunos de los más conocidos.
- **Comics o historietas:** este género que también se le conoce como “manga” produce una gran variedad de títulos dirigidos a niños, adolescentes y adultos. Algunos de estos productos han adquirido el estatus de iconos, y lo mismo se ve niños o jóvenes que consumen la variedad de productos donde aparecen sus personajes favoritos, lo mismo en estampas que se intercambian, camisetas, posters, o juguetes de plástico con la representación de los personajes.
- **Video juegos:** Nintendo ha desarrollado una variedad de juegos y personajes dirigidos a niños y jóvenes. Estos juegos se controlan mediante el uso de botones y efectos especiales que hace que los caracteres brinquen, se desplacen o ataquen a sus contrincantes. Los juegos consisten en llegar a una meta y ayudar a alguien, ya sea mediante el ingenio o la fuerza. Para evitar el aburrimiento o que se pueda predecir el resultado, la complejidad se incrementa según la habilidad del jugador. Una de las versiones más modernas es el juego que se denomina Wii., el cual permite jugar con controles inalámbricos, en vez de utilizar botones, con lo cual la interacción del jugador es lo más posible a la realidad. Algunos de los personajes más conocidos son Mario Brothers, como son Mario y Luigi; King Bouser, Princesa Peach; Lakitu; Sonic, la Leyenda de Zelda.
- **Equipos deportivos:** la compañía Mizuno produce manoplas para béisbol o pelotas para jugar voleibol, entre otros deportes.
- **Maquinaria para construcción:** Komatsu produce maquinaria y equipo para construcción pesada. Otras compañías como Mitsubishi y Toyota producen montacargas.
- **Línea blanca y electrodomésticos:** la compañía Panasonic produce una gran variedad de productos como hornos de microondas, lavadoras o refrigeradores.
- **Televisiones:** algunas de las marcas japonesas más conocidas son Sony, Mitsubishi o Hitachi. Compañías como Sony tiene una amplia gama de productos electrónicos para el hogar.

- **Calculadoras, relojes de pulso y cajas registradoras:** los productos japoneses han entrado a nuestras oficinas y hogares, ejemplo de ello son las calculadoras de Canon; las cajas registradoras como las de la marca NCR; los relojes digitales de marcas Casio, Seiko, Citizen; es importante hacer mención que en la década de los ochenta, las compañías japonesas les arrebataron el liderazgo a los suizos, en el sector de los relojes económicos.

- **Cámaras fotográficas:** este sector fue dominado durante la primera mitad del siglo XX por los alemanes en el segmento de las cámaras profesionales, mientras que en las cámaras sencillas, el líder fue Kodak y otras empresas. Sin embargo, las compañías japonesas tomaron la delantera de la década de los sesenta en adelante con varias compañías que producen excelentes productos como: Canon, Konica, Pentax, Olympus, Yashica y Lumix entre otras compañías. La película fotográfica de marca Fuji fue la competencia más fuerte para Kodak a nivel mundial.

- **Comida:** En la década de los ochenta la comida japonesa se popularizó en México, fue la época en que se comenzaron a instalar restaurantes como el Darumen, Sun-tory, etc., así como franquicias como el Sushi-Itto y Mr. Sushi. De la misma manera las sopas Ramen, que permiten tener una sopa con sólo agregarle agua caliente, o meterla a un horno de microondas por unos minutos.

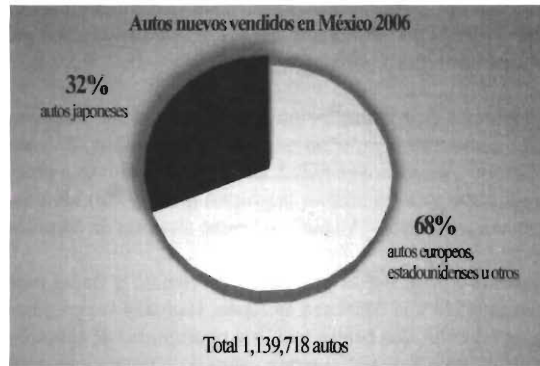
Autos nuevos vendidos en México en el 2007 y la participación de mercado de las marcas japonesas

La compañía japonesa en México con más tradición es la Nissan;⁵ tiene una presencia de casi 50 años, primero importando autos, y posteriormente produciéndolos para el mercado nacional con su planta en Cuernavaca, Morelos, y posteriormente abrió otra planta de ensamble en la ciudad de Aguascalientes. La importancia del mercado mexicano, por el tamaño de su mercado interno, o como plataforma para exportar a otros países de la región, han atraído en años recientes a compañías automotrices como Honda y Toyota, y a estas compañías se les han unido Mitsubishi, Suzuki y Subaru.

En la Figura 1 se muestra la venta de autos nuevos en México en 2006 y 2007. La Asociación Mexicana de la Industria Automotriz (AMIA) reportó que el mercado doméstico se contrajo en un 3.5%, mientras que las ventas de autos nuevos alcanzaron la cantidad de 1,139,718 unidades, esta cifra se redujo en el 2007, por un descenso de la actividad económica, a 1,099,866 autos.

⁵ Nissan tiene una larga historia en el mercado mexicano. En 1959 comenzó a distribuir autos importados en México. En 1961 se constituye la compañía Nissan mexicana. En 1966 se produce en su planta de Cuernavaca el primer auto hecho en México. A partir de 1972 comenzó a exportar autos a Latinoamérica. Desde 1998 exporta el modelo Sentra desde su planta en Aguascalientes. En el año 2000 Nissan mexicana llega a la producción de su vehículo 3 millones. Información proveniente de la página web de la compañía www.nissan.com.mx

Figura 1. Autos nuevos vendidos en México,
comparación de marcas japonesas contra otras marcas



Se observa que del 2006 al 2007, la participación de mercado de los autos japoneses ha aumentado en 2 por ciento. En 2007 todas las compañías japonesas⁶ aumentaron el número de unidades nuevas vendidas, con la única excepción de Nissan, la compañía japonesa líder en México, que redujo sus ventas de 228,315 a 214,121 autos.

Conclusiones

El propósito de este artículo ha sido mostrar una semblanza de los productos japoneses. Se ha analizado brevemente los aspectos históricos, geográficos y económicos que han incidido en la evolución de los productos, antes y después de la Segunda Guerra Mundial. Los productos japoneses han cambiado su imagen de productos baratos y de calidad muy irregular a productos sofisticados que marcan la pauta en cuanto a calidad y tecnología. Otros cambios han sido que los productos japoneses incrementaron su precio con relación a los de la competencia de otros países, dejaron los mercados económicos y se reorientaron a los sectores socioeconómicos altos. En cuanto a diseño, las compañías japonesas, en su mayor parte, ya no copian los diseños de compañías estadounidenses o europeas, sino que desarrollan una personalidad y estilo propio.

En México, los productos que llevan el sello “Made in Japan,” se han convertido en parte de nuestra vida cotidiana, facilitando la realización de actividades en el hogar, oficina,

⁶ En el año 2007 las ventas de las compañías japonesas en México fueron las siguientes: Nissan, 214, 121 autos; Toyota, 66,208; Honda, 52,951; Mitsubishi, 17,666; Mazda, 16,604; Suzuki, 5,700; Acura, 1,851; Subaru, 703; e Isuzu, 171 autos. Fuente: Asociación Mexicana de la Industria Automotriz AC, página Web: www.amia.com.mx/estadisticas.html [accesada el 25/01/2008].

negocio o industria. Su presencia en algunos sectores económicos es notable; por ejemplo se mencionó que más de una tercera parte de los autos nuevos que se venden en México son de compañías japonesas. Sin embargo, la presencia de los productos japoneses se extiende a otras ramas del transporte, la electrónica, líneas blancas o entretenimiento. Los nombres de los personajes de videojuegos, de comics (manga), o caricaturas, son parte ya del vocabulario de generaciones de niños y jóvenes.

Las técnicas japonesas de administración para la calidad son ampliamente conocidas en México. Un gran número de compañías nacionales han implantado sistemas de calidad como el “Justo a Tiempo”, círculos de calidad, las 5“S”, dispositivos a prueba de errores en los sistemas de producción o en los propios productos (poka-yoke), sistemas de control visual que se conocen como tableros “Andon”, así como sistemas de administración visual.

El gobierno japonés ofrece varios programas de estudio y becas para profesionistas mexicanos para que estudien y se capaciten en Japón. Han sido varios miles de mexicanos, como el autor de este artículo, que hemos tenido la oportunidad de aprender, convivir y ver con nuestros ojos el “milagro japonés”. Lo que consiste en tratar de entender aquí es cómo un país pobre en recursos materiales, a diferencia de nuestro país, ha logrado salir adelante mediante el trabajo constante y disciplinado de su gente, hasta llegar a convertirse en la segunda potencia económica del mundo, sólo detrás de los Estados Unidos. La estrategia se ha basado en darle valor agregado a los productos y servicios que exportan a todo el mundo. Los productos japoneses han mejorado la calidad de vida de millones de personas en todos los rincones del mundo.

Bibliografía

- Japan Industrial Design Promotion Organization, *Design Japan: 50 Creative Years with the Good Design Awards*, Berkeley, California, Stone Bridge Press, 2007.
- Ohtani, Nobuoki, Suzanne Duke y Shigenobu Ohtani, *Japanese Design and Development*, Aldershot, Hampshire, Inglaterra, Gower Publishing, 1997.
- Rodríguez Martínez, Jorge. *Visión General del Tema de la Calidad y el Diseño Industrial: Con un Enfoque Japonés*, México, UAM-Azcapotzalco, 2001.
- Sparke, Penny, *Modern Japanese Design*, Nueva York, E.P. Dutton, 1987.

Páginas web relacionadas con el diseño japonés

http://www.jida.or.jp/	<i>JIDA Japan Industrial Designers Association</i>
http://www.jid.or.jp/	<i>JID Japan Interior Designers' Association</i>
http://www.craft.or.jp/	<i>JCDA Japan Craft Design Association</i>
http://www.jpda.or.jp/	<i>JPDA Japan Package Design Association</i>
http://www.jagda.org/	<i>JAGDA Japan Graphic Designers Association</i>
http://www.jjda.or.jp/	<i>JJDA Japan Jewelry Design Association Inc.</i>

EVOLUCIÓN DE LOS PRODUCTOS JAPONESES
Y SU PRESENCIA EN NUESTRA VIDA COTIDIANA Y DISEÑO

<http://www.dda.or.jp/> *DDA Japan Display Design Association*
<http://www.sign.or.jp/> *SDA Japan Sign Design Association*
<http://www.jdf.or.jp/> *JDF Japan Design Foundation*
<http://www.g-mark.org/> *JIDPO Japan Industrial Design Promotion Organization*
impulsores del premio G-Mark of Good Design Award



El diseño como ciencia, tecnología y arte

VÍCTOR MIGUEL BÁRCENAS SÁNCHEZ

Consideraciones generales

Este trabajo tiene como finalidad contribuir a la realización de un “corpus” teórico en el pensamiento disciplinario del conocimiento del Diseño, desde sus implicaciones problemáticas dadas entre el campo de las experiencias “concretas” y el de sus representaciones teóricas; entre el mundo de las ideas y su posible materialización mediante el proyecto y su realización técnica; entre una realidad sometida a los deseos e insatisfacciones encarnadas por el mundo de los objetos y su posibilidad de satisfacerlas mediante su producción y consumo.¹ Un objeto se “**consume**”, sólo al realizarse en su satisfacción plena, cuando cumple con su finalidad de ser habitado, usado o comunicado para lo cual ha sido proyectado y “**producido**”. Relaciones éstas que no encuentran su objetivación directa e inmediata entre el “mundo de los objetos físicos” y el “mundo de las cosas teóricas, sus representaciones”² ya que se encuentran mediadas por las limitaciones de nuestras propias impresiones sensibles, el lenguaje, el espacio temporal de nuestras experiencias, la memoria, etc. Dilucidar, explicar estas implicaciones sería el objeto de interés de toda “teoría del diseño” que ordene, organice y clasifique un entorno complejo al cual el diseño con-figura y trans-forma mediante la producción de objetos. Toda teoría tiene que ver con el “pensar” acerca de su “hacer”, pero este pensar es un pensar dirigido, intencionado y orientado con una clara finalidad, el de proyectar y construir objetos que satisfagan necesidades en un mundo de carencias y deseos. La teoría se encuentra, por lo tanto, constituida por discursos estructurados, ordenados y sistematizados social e históricamente bajo ciertas reglas lógicas y coherentes que pretenden explicar e interpretar una porción determinada de la realidad compleja del diseño.

El trabajo aquí expuesto se acota bajo dos grandes preocupaciones acerca del Diseño; que tienen que ver con el reconocimiento de su naturaleza y su posible reorganización del campo del conocimiento al cual corresponde. El pensamiento moderno funcionalista del siglo XX priorizó el conocimiento racional-objetivo, al ser éste corroborado mediante el

¹ Ver Martin Heidegger, *Carta sobre humanismo*, Peña Hermanos, 1988, pág. 65. “Pero la esencia del obrar (producir) es el consumir. Consumar quiere decir efectuar un efecto, realizar algo en la suma... Consumable es, por eso, propiamente sólo aquello que ya es”.

² Distingo entre “cosa” como la representación mental que nos hacemos del objeto, su concepto; y el “objeto” como la entidad existente en el mundo de lo “real”.

método científico, para colocarlo por encima del conocimiento subjetivo y de todo aquello que expresara el campo de las ideologías, de la política, de la historia, de los sentimientos y emociones. Colocando estos saberes en el último eslabón del conocimiento del diseño, subestimándolos o simplemente ignorándolos. Actualmente se reconoce desde una crítica posmoderna la importancia que guarda la subjetividad y la experiencia como el origen y constructor de sentido en la producción de la forma y de la sensibilidad, considerándose una veta, para su estudio, de nuevas investigaciones en temas que han despertado interés para ciertos diseñadores vinculados con los centros de educación superior o con proyectos, inter y transdisciplinarios, con temas tan diversos como el de las metodologías cuantitativas, de los imaginarios e identidades culturales o el de nuevas narrativas que consideran a los objetos de diseño como textos no lineales. En esta perspectiva, existe un interés marcado por ya no entender al campo disciplinario del diseño desde una interpretación reducida y acabada, sino como una totalidad organizada y en permanente construcción.

Distinguir primero entre el conocimiento subjetivo y objetivo en el Diseño; distinción necesaria para poder ubicar la frontera entre los campos de la ciencia, de la tecnología y del arte. La segunda parte contiene la argumentación en la que una forma histórica, la modernidad, ha organizado, ordenado, sistematizado y jerarquizado el conjunto de saberes, conocimientos, métodos, técnicas, habilidades y capacidades mínimas para garantizar el desarrollo social de la disciplina del Diseño.

Conocimiento subjetivo y objetivo en el diseño.

Todo conocimiento acerca de la disciplina del Diseño centra su interés en su objetividad, pero esta objetividad se inicia en la propia subjetividad de su conocimiento. Por lo que entender y distinguir su naturaleza subjetiva, se vuelve necesario, pues en ella se encuentran contenidas las condiciones lógicas e históricas que hacen posible la aparición de su objetividad. El conocimiento “subjetivo” del Diseño representa, entonces, la base primaria de la sensibilidad a la que la experiencia sensible da cuenta de ello y sobre el cual se construye la “objetividad” del mundo. En este conocimiento residen los contenidos iniciales básicos de la estructura de la forma, contiene sus orígenes ontogenéticos y filogenéticos de ella; este conocimiento nos vincula con las formas más remotas de nuestro pasado humano, así como del contenido ideológico religioso, espiritual, moral, político, estético, etc., de nuestras experiencias individuales singulares. El conocimiento “subjetivo” representa la condición “óptica” del sujeto, entendiéndose como su actividad fenoménica, su experiencia sensible del mundo que “parte de él y, a la vez, en él refluye”,³ aquí residen los orígenes de las emociones, los sentimientos, las creencias, su estado de ánimo, aspiraciones, visiones y sueños, sus formas de querer, de amar, de odiar y en general las formas ideológicas, estéticas, religiosas y filosóficas del sujeto. Es también su condición ontológica, gnoseológica y ética de lo individual como de lo interindividual. Este conocimiento se lleva a efecto en un lugar de la esfera privada e íntima del sujeto, corresponde a sus experiencias, a sus

□

³ Ver: Cruz C., Juan, *Fichte: La subjetividad como manifestación del absoluto*. Eunsa, Pamplona, 2003. pág. 13.

percepciones individuales y singulares. La subjetividad se antepone al mundo, es el “no-yo”,⁴ como condición de posibilidad de todo lo real. Es el mundo material de las apariencias, de la inmediatez en el comportamiento del sujeto. Este conocimiento contiene una cierta dosis de actitud reflexiva, posee además una cierta conexión con el inconciente colectivo e individual, por lo que ha sido de interés para el campo de la psicología, de la filosofía antropológica y de la mente; fue la base para el desarrollo posterior de investigaciones en áreas como la Historia de las mentalidades y de los Estudios culturales, así como el de las Representaciones sociales e Imaginarios colectivos.

Los conocimientos subjetivos del diseño fueron aspectos que fueron minimizados o excluidos en los procesos de producción, evaluación y enseñanza, ante el rigor y dominio del método científico impuesto por la tradición del pensamiento moderno funcionalista del diseño en el siglo XX; al no poder ser estos medidos, cuantificados y evaluados por los métodos, técnicas e instrumentos cuantitativos aplicados, y en consecuencia muchos de éstos conocimientos quedaron expuestos a la improvisación, prejuicios, presentimientos, especulación y opiniones individuales diversas. Esta tendencia del pensamiento moderno positivista-funcionalista, fomentó y priorizó el conocimiento objetivo cuantificable y mensurable en los procesos del diseño en el siglo XX. El conocimiento del diseño se convierte en un conocimiento universalmente mensurable y con un alto grado de certeza científica garantizado por el método científico, quedando atrapado y reducido a un pensamiento técnico e instrumental del Diseño. El dominio y aumento de este conocimiento significó la pérdida o exclusión del conocimiento subjetivo anterior.

La otra parte del conocimiento, más abordado y tomado en cuenta en el Diseño, el conocimiento “objetivo”, es el producido por la razón y el entendimiento. Podemos afirmar que un conocimiento “objetivo” es válido en la medida en que es aceptado y compartido racional y lógicamente por otros sujetos de una comunidad epistémica determinada. El conocimiento objetivo se ubica más allá de la experiencia individual, sensible e inmediata, más allá de la apariencia; es el que incluye la actividad de la conciencia, el de las ideas, de los conceptos, el de las estructuras teóricas conceptuales, incluido la producción de los conocimientos superiores; el conocimiento objetivo se construye a partir de poner en contacto una subjetividad con otras subjetividades, en un proceso de comunicación intersubjetiva mediante el cual deciden compartir racional y lógicamente, conocimientos, valores, etc., desplazándose de un espacio individual subjetivo a otro espacio público objetivo, que corresponde al espacio social público del cual participa una cierta comunidad.

En algún momento de la filosofía moderna “—en Hume, por ejemplo— se afirmó que el objeto sólo tiene valor para el sujeto”⁵ y desde el sujeto. A esta corriente del pensamiento se le llamó “subjetivismo”, dado que todo se hacía depender del sujeto, como son sus cualidades secundarias de los objetos, percibidas por los sentidos y representadas en una situación relativa, contingente, eventual y azarosa, por ejemplo las variaciones en el color, el sonido,

⁴ *Loc. cit.*

⁵ Ver: Cruz C., Juan, *op. cit.*, pág. 14.

los olores, sabores o en la textura de las cosas. En cambio el “objetivismo” era definido como su opuesto a partir del “ser” del objeto y no del sujeto ni por sus determinaciones, por lo que quedaba contenido a través de su esencia y fuera de la experiencia del sujeto en una situación de necesidad y universalidad, por ejemplo las cualidades físico-matemáticas-geométricas.

Emmanuel Kant criticó estas tesis del “subjetivismo versus objetivismo”, para defender el concepto de subjetividad, reconstruyendo un nuevo sujeto visto como posibilidad de trascender el plano relativo y contingente para acceder a lo universal y necesario mediante el movimiento de la conciencia y la autoconciencia. Kant afirmaba que en el sujeto existían las condiciones de posibilidad universal y necesarias que, proyectadas a través de la sensibilidad harían que los objetos emergieran con mayor solidez y firmeza.

Kant afirmaba que todo conocimiento se originaba en la experiencia, pero no todo conocimiento dependía de ella. Esta afirmación se convalida al introducir un orden temporal distinto al orden lógico, al señalar que en el orden temporal todo hecho arranca de la experiencia: pero en el orden lógico necesito suponer una estructura a priori (no innata), esto es un orden normativo, una estructura mental lógica. De un sujeto formal que organice “lógicamente” la experiencia.

Fichte, se adhería a la propuesta kantiana de una subjetividad que afirmaba el mundo, con la intención de superar todo “subjetivismo”. Edmundo Husserl definía a la subjetividad como el ámbito donde radicaba la objetividad y los aspectos del mundo en general. El mundo subjetivo formado a partir de las percepciones singulares del sujeto, **aparece como si perteneciera a su esencia, pero no son reales en sí mismo tales como se presentan**, dice Husserl, **son meros “signos” de ciertas cualidades primarias esenciales**. El contenido total de la cosa percibida estaría constituida de la “**mera apariencia**” obtenida de la percepción de los sentidos del sujeto y de sus determinaciones sensibles constituyendo el **espacio sensible subjetivo** y la “**cosa verdadera**” construida mediante nociones y conceptos realizados por el propio sujeto como visión teórica de la conciencia individual-colectiva, constituyendo el **espacio objetivo**, del cual es aquél el simple “signo”.

Para Jean Piaget y García (Piaget y García, 2004, p.12), fundadores de una corriente como “La epistemología constructivista”, parten de la idea de que la realidad no existe como entidad ordenada, organizada o estructurada previamente, ya que su conocimiento no está dado de manera “a priori”, sino que éste es construido por el sujeto-investigador, mediante un proceso de organización-desorganización-organización (reorganizaciones sucesivas) de las ideas. Es el sujeto como parte activa quien produce, ordena, organiza y estructura su realidad. Por lo que el constructivismo designa el modo en que el individuo construye su propio conocimiento a través de la síntesis de sus experiencias principales.

Piaget centra sus estudios en las etapas que desarrolla el individuo de manera interna, biológica, durante su vida y cómo esto influye, a partir de su interacción social, en nuevos cambios para el ordenamiento y la adaptación. Parte de que no hay estructuras cognitivas complejas que se puedan considerar innatas, todas son construidas, sin embargo la génesis de esta complejidad estructural se encuentra contenida en el organismo biológico y

genético. La asociación que en principio es indisoluble, se va modificando en cuanto el organismo alcanza un nuevo estadio de desarrollo biológico, que le permite adquirir nuevos conocimientos. Si esta nueva información, causa confrontación con los contenidos de su estructura original, necesariamente el sujeto, al asimilar y adaptar los nuevos datos, tiende a reorganizar su arquitectura cognitiva para lograr un estado de equilibrio. La epistemología constructivista en su desarrollo metodológico rechaza todas las formas apriorísticas kantianas como las empiristas humianas existentes. **El apriorismo epistemológico** se basa en una organización de las ideas que precede al conocimiento, esta organización plantea que los “hechos observables” que se proponen explicar se comportan tal como se establecen previamente, es decir a priori. La epistemología constructivista niega todo apriorismo en la medida que evite descender en su análisis al nivel de la experiencia para su constatación. **El empirismo epistemológico** parte de la idea de que la fuente del conocimiento es la experiencia sensorial, los datos del “hecho observable” son la única y soberana fuente de información para conocer cómo son los objetos de estudio. Piaget crítica estas posturas al afirmar que toda observación y datos ya viene contaminada de teorías, al ser realizada por un sujeto-investigador no neutral, ya que cualquier decisión que tome va estar influenciada por alguna postura teórica. La psicogénesis demuestra que formas elementales de percepción involucran ya la actividad del sujeto. Por lo que la epistemología constructivista niega la posibilidad de especular libremente sobre estos términos de “experiencia”, “sensación”, “percepción” basados en un sentido común, sin llegar a plantearse la necesidad de someterlos a investigaciones empíricas. Ante lo cual, Piaget se pronunció, señalando que: “los empiristas nunca fundamentaron empíricamente la validez de sus posiciones”.

Para Rolando García, el sujeto es un sujeto activo en la producción del conocimiento en la realidad; conocer es para él un proceso en el que el sujeto organiza y reorganiza la realidad, mediante estructuras de mediación-significación, como son las funciones mentales (sensaciones, funciones cognitivas y metacognitivas, lenguajes como la semántica y la semiótica), por las cuales encuentra sentido y significación la realidad, orientándose “hacia una lógica de significaciones”.⁶ García señala el carácter complejo de las estructuras significativas, el cual está dado por las interrelaciones entre sus componentes, cuyas funciones dentro del sistema no son independientes. El conjunto de sus relaciones constituye la estructura, que da al sistema la forma de organización que le hace funcionar como una totalidad. Los sistemas en tanto totalidades organizadas, tienen dos características fundamentales:

1. Las propiedades del sistema, en un momento dado, no resultan de la simple adición de las propiedades de los componentes, sino que responden a las propiedades estructurales del sistema en su conjunto.
2. La evolución del sistema responde a una dinámica que difiere de las dinámicas propias de sus componentes. Así, por ejemplo, el sistema total, integra en su evolución, procesos de escalas temporales que varían considerablemente entre los subsistemas e induce cambios en estos últimos.

□

⁶ Piaget, Jean y Rolando García., *Hacia una lógica de significaciones*, Gedisa, Barcelona, 1989.

La no linealidad de la metodología constructivista

El rechazo de las posiciones empiristas (impresiones sensibles) y aprioristas (intuiciones), implica renunciar a la búsqueda de un “punto de partida” definido de manera absoluta para el conocimiento o sobre el cual comience la actividad cognoscitiva, pero si existe un **“principio de continuidad funcional de los procesos constructivos del conocimiento”**. Esta continuidad funcional ha sido un hecho observado por la neurofisiología y la psicogénesis al constatar que en nuestra actividad biológica y psicológica existe una ruta que va de los reflejos y estímulos más elementales hasta los movimientos voluntarios y las actividades cognoscitivas; todo ello demuestra una transición gradual, sin puntos de discontinuidad. En este sentido estaremos hablando de rutas epistémicas y **no de linealidades provenientes de la realidad física**, ya que hemos afirmado que la realidad no se encuentra ordenada ni estructurada previamente sino que es el sujeto de conocimiento quien la estructura, de tal suerte que el conocimiento, así sea el científico, visto como un proceso sólo toma sentido en un contexto social, y cuyos “grados” o “niveles” también adquieren significado en este contexto sociohistórico. A ello habría que agregarle que existen mecanismos de adquisición del conocimiento, comunes o generales, es decir, a partir de los procesos sociohistóricos se pueden construir leyes y principios universales y necesarios que expliquen estos procesos sociohistóricos. De hecho, como lo afirma García (García, 2000: 49) se trata de dos aspectos de un mismo principio, el fenómeno sociohistórico mismo, su fenomenología y su condición de derivar intuiciones, conceptos, principios y leyes universales y necesarias. La epistemología constructivista no concibe de manera lineal el proceso de conocimiento, no considera válido ya el principio de relación sucesiva de causa-efecto, o de continuidad de un movimiento ascendente a otro descendente. El materialismo dialéctico crítico como lo señala López Rangel ya se colocaba en una perspectiva constructivista sin afirmarlo (López, 2007). “La dialéctica histórica-materialista concebida como confrontación de contrarios y superación-avance del desarrollo de cambios cuantitativos y transformaciones cualitativas, etc., representó un avance importante al reconocer la presencia de contradicciones, y poner en evidencia, entre otras cosas, los procesos de acumulación del capital”.⁷ La epistemología constructivista es un proceso complejo de ir y venir entre la representación de la experiencia y la construcción de leyes y principios como conocimiento a priori puesto a prueba; por lo tanto, el punto de arranque de estos, no está ni en el uno ni en el otro.

Para Pierre Bourdieu (Bourdieu, 1997: 53), los signos, símbolos y códigos culturales con los que se constituye el lenguaje y los estilos representados a través de las formas expresadas en los objetos de diseño, no son más que la representación más cercana, que se hacen las clases y grupos sociales de sí mismos y del mundo del cual se reconocen, por lo que el lenguaje se convierte así, en un instrumento de acción, y de poder. Por lo tanto, habría que tratar el mundo social como un universo de intercambios simbólicos y reducir la acción a un acto de comunicación que está destinado a ser descifrado por medio de un código, lengua o de un contexto determinado. Es legítimo tratar a las interacciones lingüísticas sobre las

⁷ Ver Rafael López Rangel en *Epistemología del Diseño*, UAM. Xochimilco, México, 2007.

que se incorporan la dimensión de las relaciones de poder simbólico –las de dominación-. El concepto de “**habitus**” es una categoría del sujeto que intenta restablecer el sentido de sus prácticas; Bourdieu buscaba con este concepto elaborar una mayor implicación entre la estructura social (su objetividad) y la acción individual singular (su subjetividad), encontrar la explicación de la práctica del ser social en la práctica del ser individual, y la constitución de estas prácticas configurando “**estructuras estructurantes**” como estructuras dinámicas, que se realizan y se modifican en el mismo proceso que se van desplegando. Un agente o actor no reacciona a condiciones objetivas, sino a condiciones aprehendidas a través de esquemas socialmente constituidos que organizan su percepción. El habitus define la percepción de la situación que le determina, pasando por las condiciones del ser que siente (el sujeto ontológico-existencial) y del ser que piensa (el sujeto de conocimiento), entre el modo de producción y un modo de percepción, entre las condiciones socioeconómicas y las prácticas simbólicas.

Este nuevo auge en los estudios de la subjetividad amplía y profundiza el campo de una teoría y de una investigación pedagógica en el Diseño, reconstruyendo de una manera epistemológica, ontológica y hermenéutica los nuevos sujetos, objetos y contextos en el acto mismo que implica la complejidad en la construcción de la propia disciplina. Una buena parte de este conocimiento subjetivo se encuentra contenido en el origen de los procesos creativos y productivos del diseño, por lo que su reconocimiento se hace necesario para profundizar los aspectos de su enseñanza-aprendizaje, como los de su evaluación y perfeccionamiento en el acto mismo de proyectar, mediante la incorporación de métodos y técnicas didácticas orientadas más hacia enfoques hermenéuticos y del campo de la antropología etnográfica, en la que su enseñanza y aprendizaje se convierte en un proceso permanente de comunicación dialógica –nuevas narrativas– sostenida entre los expertos y los demás actores que intervienen en la interacción con el proceso de producción del objeto.

El Diseño como disciplina

Pensar al Diseño como disciplina desde un enfoque constructivista, se vuelve un punto de entrada necesario sobre el cual posicionar al diseñador en su papel activo que le corresponde como sujeto de conocimiento cognoscente frente a una realidad indeterminada, difusa, no ordenada. El diseñador-investigador tendrá que proveerse de un capital cultural sólido que le permita ir construyendo desde este campo teórico las relaciones de conocimiento entre su objeto “observable” –los productos del acto de diseñar mismo– y su realidad física, su entorno, es decir su condición “fenomenológica” a partir del cual recortar, ordenar, clasificar, organizar su realidad y el conocimiento propio de su objeto de estudio: El Diseño. Definir al diseño es construir las relaciones de conocimiento entre su objeto de estudio y su contexto, que implica lo biológico-genético, psicológico, lo social, lo económico-tecnológico, lo ideológico, cultural, político, y lo artístico-espiritual. Todas estas relaciones de conocimiento constituyen una “Fenomenología del Diseño”.

El Diseño tendrá como finalidad fundamental de su actividad proyectual, el de configurar, trans-formar el entorno del hombre, humanizándolo, adecuándolo a la vida humana.

Siendo por tanto, la vida humana, la finalidad alcanzable del Diseño mediante la producción-proyección de imágenes, de artefactos industriales y de espacios habitables, entre otros objetos de diseño producidos. Pensar la vida humana es una actividad que nos remite a considerar la complejidad cognitiva (la complejidad como problema de conocimiento reside en el sujeto no en la realidad física) de nuestra propia existencia, de nuestras propias condiciones de vida biológica, psicológica, sociocultural e incluyendo nuestro componente artístico y espiritual, permitiéndonos todos ellos –supuestos, fundamentos del diseño– aproximarnos de una manera más totalizadora, objetiva y científica a la complejidad representada por la vida; de esto estamos hablando en el campo del Diseño, de recuperar tanto las condiciones subjetivas, intersubjetivas como de objetividad misma de nuestra propia condición humana. La tradición del conocimiento científico fundado en los métodos positivistas y neopositivistas fijaron su atención en las condiciones de certeza racional, en lo mensurable, en la certeza objetiva, en lo universal descuidando o omitiendo lo aleatorio, lo irregular, lo desviante, lo incierto, lo indeterminado, así como en el establecimiento de fronteras divisorias que separaban y aislaban los diversos campos del saber considerándolos como verdaderos estancos del conocimiento, por ejemplo la separación entre la ciencia, el arte y la tecnología, o el caso de la filosofía, o la política, impidiéndole al Diseño la construcción de una ciencia unitaria, unificadora e integradora, que le permitiera una propuesta de reorganización y reordenación de los saberes científicos, tecnológicos y humanísticos, así como de sus habilidades y capacidades propias de la disciplina, tanto al interior como al exterior de ella. Desde esta perspectiva constructivista, se propone a la disciplina del diseño como un sistema multidimensional de conocimientos científicos, tecnológicos, artísticos y humanísticos ordenados y organizados en una estrategia metodológica interdisciplinaria y transdisciplinaria para atender su complejidad de la vida misma.

Edgar Morin, al respecto, propone la construcción de una forma de conocimiento que asuma la complejidad de la realidad, y respete la existencia de los seres con el misterio de las cosas. Planteando con ello una integración de las ciencias del hombre con la ciencia de la naturaleza, al afirmar que “la ciencia antro-po-social necesita articularse a la ciencia de la naturaleza, y que esta articulación requiere una reorganización de la estructura misma del saber” (Morin, 2001: 22); este mismo nivel de preocupación respecto a los niveles de complejidad de la vida es señalado por el biólogo Humberto Maturana (Maturana, 1995: XI y XII) “La imagen del mundo que aporta Maturana es, con intensidad, transparente: el principio constitutivo de la célula, en calidad del ultraelemento de los organismos, se mantiene en todos los niveles de complejidad que tenga que ver con lo vivo: células, organismos, sistema nervioso, comunicación, lenguaje, conciencia, sociedad. Con otras palabras: no hay discontinuidad entre lo social, lo humano y sus raíces biológicas.”

El Diseño es construido desde esta perspectiva como un sistema complejo multidimensional que recorta y reorganiza sus saberes de manera social e histórica: los subsistemas científicos, tecnológicos y humanísticos. Reorganizando a su vez los conocimientos de los campos profesionales de la arquitectura, de lo urbano, de lo industrial, de la comunicación gráfica, como de otros campos existentes, así como de sus áreas comunes de conocimiento, desde un análisis:

1. Intra-objetual, el análisis de los objetos de diseño que pasa por una reorganización al interior de estos y al de su disciplina. El objeto de diseño construido como relaciones de conocimiento entre éste y su contexto; el objeto y la economía, el objeto y lo social, el objeto y la psique, etc.

2. Inter-objetual, el estudio de sus relaciones y transformaciones entre los objetos arquitectónico, urbano, industrial y gráfico de sus campos profesionales como de sus áreas de conocimiento al interior de la disciplina: Área teórica-histórica, económica-tecnológica-constructiva, extensión y vinculación con la sociedad y finalmente el área de proyectos.

3. Trans-objetual, el estudio de la construcción de sus estructuras. El estudio de las relaciones del objeto con su sistema de objetos de diseño.

Podemos definir al Diseño, desde la visión constructivista como una disciplina o campo del conocimiento ordenado, organizado y jerarquizado por el sujeto de manera social e histórica, cuya finalidad ha sido la de transformar y configurar el entorno del hombre, humanizándolo. Este fenómeno de humanización implica que la función tenga como sentido la profundización y ampliación del concepto de lo humano, esta etapa en la historia de la evolución de la especie inició con la hominización.

El diseño ha estado presente en el largo y sinuoso camino de evolución-adaptación de la especie humana, constituye ya una parte misma de este proceso genético y cultural, se encuentra contenido en él. El diseño en tanto actividad de los hombres, aparece y se reproduce al interior de la vida cotidiana, surge de ésta, de lo que acontece al interior de las condiciones de existencia biológicas-genéticas, socioculturales y espirituales-religiosas del ser humano; son sus condiciones históricas del ser viviendo, habitando, desplegando sus condiciones de vida la de un sujeto histórico concreto con los modos de pensar, de imaginar, de conocer, de querer; con sus recuerdos, sentimientos, pasiones, voliciones, sueños, mitos, tradiciones, etc. Por lo que la naturaleza humanizada es la expresión objetiva de la vida social humana, es decir la contiene. La vida social humana se proyecta en las formas del entorno, se convierte así en su impronta más directa. Por lo tanto existe una implicación fuerte de identidad entre:

FORMAS EN EL DISEÑO = VIDA SOCIAL HUMANA

Cuando la vida social humana se encuentra expresada en las formas del Diseño, dando como resultado sitios o lugares humanizados, constituyen la cultura material. Si el Diseño tiene que ver con el sentido de la producción de la vida humana y con ello con toda forma de vida, los problemas a los que el Diseño enfrenta incluiría tanto los propios conocimientos científicos considerados nomotéticos, como también los saberes tecnológicos con los cuales se hace posible la articulación y transformación de la realidad, permitiendo toda edificación o construcción del objeto, como también los conocimientos derivados del acto creativo o poético –las humanidades–. Las ciencias nomotéticas son todas aquellas disciplinas que intentan llegar a establecer leyes generales, ya sea de relaciones cuantitativas relativamente constantes y expresables en formas de funciones matemáticas, pero también en el sentido de hechos generales o de relaciones ordinales de análisis estructurales. Piaget destaca como

características principales de estas ciencias, las siguientes: 1. La elaboración o búsqueda de leyes generales. 2. La utilización de métodos experimentales. 3. La tendencia a dirigir las investigaciones sobre pocas variables a la vez.

Se trata de construirse un concepto científico y humanista sobre el cual se despliega la complejidad de la vida humana misma, su cotidianidad desde sus formas más primigenias de su condición biológica-genética hasta sus procesos socioculturales y espirituales actuales. Esta perspectiva constituye al mismo tiempo una construcción tanto epistemológica del conocimiento del hombre, como ontológica respecto a las condiciones propias del ser en el mundo, como el acto de estar en el mundo.

El Diseño, desde este enfoque es considerado un conjunto de relaciones de conocimiento constituido por el sujeto (diseñador, arquitecto, comunicador, etc.) y su objeto de conocimiento (objeto-teórico, producto-objeto) dado en un contexto social e históricamente determinado, el cual es ordenado y estructurado por el sujeto mismo a partir del hecho dado por la experiencia del diseño, su fenomenología (relaciones de conocimiento del objeto y su contexto) y de una serie de significados sustentados en principios, conceptos y enfoques teóricos. El diseño tendrá como finalidad primera y última, asegurar y mejorar las condiciones de existencia de la vida de la especie humana en el planeta o donde ésta se realice, mediante la trans-formación de su entorno. Si, por condiciones de vida, entendemos la complejidad de las formas históricas de cómo el ser humano despliega dichas condiciones de existencia de vida biológicas, socioculturales y espirituales-religiosas.

La metodología en el Diseño desde una Epistemología Constructivista:

a) Primer Nivel. El desarrollo del conocimiento (no digo la realidad) del Diseño es un proceso continuo que tiene su origen en el componente biológico-genéticos, para continuarse en el psicológico y proseguirse en la actividad cognitiva hasta los niveles de la actividad precientífica y científica. El principio de continuidad funcional permite empezar una investigación en cualquier etapa de su desarrollo, como iniciarla en su parte más avanzada de su análisis, por lo que su metodología se distancia de las metodologías lineales positivistas. La investigación se inicia por lo tanto en un “ir y venir” del nivel de la experiencia en la construcción del “**hecho observable**” al de las perspectivas teóricas de las nociones, pero precisando que la representación de este hecho es construido por un observador no neutral, el cual se encuentra ya contaminado por teorías que recortan, reorganizan su realidad nos dice García (García, 2000: 51) “la observación fue guiada por la teoría”. Podemos considerar al “hecho observable” en su contexto, desde el inicio, como el producto de la unión entre un contenido dado por el objeto y una forma exigida por el sujeto-diseñador a título de instrumento necesario de toda verificación. Un hecho es siempre solidario de un sistema de conceptos, de un esquema sensorio-motriz, del producto de la composición entre una parte provista por los objetos y otra construida por el sujeto-diseñador. La participación del sujeto-diseñador en la asimilación del hecho es una participación activa que llega a desnaturalizar el hecho en función de su interpretación causal y explicativa. **Lo que determina**

la continuidad de la investigación no es la realidad física, sino su ruta epistémica dada en la construcción del conocimiento fundamentado en su contextualización sociohistórica y en la capacidad teórica significativa.

b) Segundo Nivel. El conocimiento surge en un proceso de organización de las interacciones entre un sujeto de conocimiento y su objeto de estudio. En el que el sujeto-diseñador construye las formas de organización y estructuración de sus objetos de conocimiento, constituyendo una interpretación de la realidad. Este segundo nivel se encuentra referido a la construcción de su “**problemática de intervención en el diseño**” dentro del cual el objeto de estudio se encuentra implicado bajo formas de dominio político-ideológicas en su contexto sociohistórico. Para las metodologías unidireccionales del positivismo la realidad física aparecía como una entidad ya ordenada y estructurada, independientemente del sujeto-diseñador, por lo que era suficiente que el sujeto dirigiera su observación “objetiva” a la realidad para inferir en consecuencia sus leyes y principios; entendido así el problema, éste no era inventado sino ya existente en la realidad, en el que el dominio político-ideológico de su objeto, aparecía velado, oculto al ser considerado un componente externo que contaminaba al objeto mismo, y reconocer sólo el componente lógico como legitimador de su discurso. Para la metodología constructivista la “**problemática de intervención del diseño**” ciertamente existe en la realidad como experiencia, pero ésta es también una representación del sujeto-diseñador a ser construida, y en el que el objeto de estudio queda subsumido, atrapado en el dominio de la esfera ideológica-política; para lo cual es necesario trascenderlo, superar dicha contradicción mediante una perspectiva teórica que pueda ubicar los niveles de la contradicción no sólo en el campo lógico sino incorporándolo en el contexto sociohistórico.

c) Tercer Nivel. Es la importancia dada a una perspectiva teórica, a un marco teórico determinado que tiene la propiedad de construir los mecanismos formadores de nociones, ideas, conceptualizaciones y teorizaciones desde los niveles más rudimentarios, hasta los más altos niveles de abstracción sin que haya continuidad en sus contenidos, ni en la forma de organización, conteniendo la posibilidad de cambiar los esquemas de representación acerca de sus componentes o procesos anteriormente no observados en el objeto de estudio, cobrando nuevos significados, nuevo sentido al interior de una comunidad epistémica, tal como lo señala Kuhn (Kuhn, 1983, p. 176) “durante las revoluciones los científicos ven cosas nuevas y diferentes al mirar con instrumentos conocidos y en lugares en los que ya habían buscado antes”. Las revoluciones científicas y las nuevas teorías que emergieron de ellas no se debieron tanto al hecho de haber encontrado nuevas respuestas para las viejas preguntas, sino de haber sido capaces de formular nuevas preguntas para los viejos problemas.

d) Cuarto Nivel. El desarrollo del conocimiento del Diseño no procede por acumulación aditiva, ni expansiva sino por reorganizaciones sucesivas y aproximativas. El objeto de estudio se ubica en las condiciones históricas sociales concretas bajo condiciones espacio-temporales, en el que las interacciones del sujeto con los objetos de conocimiento dan lugar a procesos cognoscitivos que se construyen con los mismos mecanismos, independiente-

mente del dominio físico, biológico o social. Por consiguiente no existen dicotomías, en el nivel psicogenético, entre los fenómenos del mundo físico y los fenómenos del mundo social. Estas formas de verificación teórica, histórica y argumentativa se originan en las nuevas propuestas de organización de los saberes propuesta por Kuhn en su libro “Las estructuras de las revoluciones científicas” publicado en los Breviarios del Fondo de Cultura Económica, en el que afirma que no existe una línea de demarcación definida entre el “**contexto de justificación**” que explica los procesos lógicos de validez universal, las fases o etapas que llevan a la aceptación o rechazo de una determinada teoría y el “**contexto de descubrimiento**” representado por las condiciones históricas y sociales de descubrimiento teórico.

Para enfrentar esta complejidad en el conocimiento del Diseño hemos reorganizado los saberes a partir de dos ideas centrales de organización y sistematización del conocimiento moderno: una la de definir al Diseño como un “**SISTEMA COMPLEJO MULTIDIMENSIONAL**” que pasa por recortes de campos de conocimientos diversos que van del mundo natural biofísico, al mundo sociocultural pasando por el artístico-espiritual; la otra idea, parte de que las fronteras que separaban los conocimientos científicos de los humanísticos e históricos se han desdibujado, para fundar una estrategia de reorganización de la totalidad del conocimiento, bajo el concepto de “**INTERDISCIPLINA Y TRANSDICIPLINA**” que reorganiza esta complejidad en los subsistemas siguientes:

1. Los conocimientos científicos, entendidos como la teoría del conocimiento científico, que es el estudio crítico de las ciencias en el diseño, dirigidas a determinar su valor, sus fundamentos lógicos y su campo de acción, disciplinas que van desde el campo de las matemáticas, la lógica, la física, la psicología, la sociología, economía y la política. Este es el campo de la producción lógica de los conceptos, principios, fundamentos y teorías dentro de una perspectiva crítica de las ciencias en el Diseño.
2. Los conocimientos tecnológicos son aquellos conocimientos prácticos que permiten articular los conceptos teóricos a la realidad física, trans-formándola y posibilitando la edificación, la construcción de los productos del Diseño, mediante la aplicación de instrumentos, métodos, procesos y procedimientos.
3. Los conocimientos humanísticos son aquellos conocimientos cuya finalidad sería la de regular las prácticas de los actores o sujetos del acto de Diseñar, como son la ética, la moral, estética, etc.

El Diseño como un Sistema Complejo Multidimensional

El diseño es una disciplina “heterónoma”, es decir que responde a distintas leyes y criterios de “verdad” de diversos campos del conocimiento científico, tecnológico y humanístico-artístico, en el que cada campo del conocimiento es un dominio con una cierta autonomía relativa en sí misma, pero interrelacionada con el exterior. Un sistema definido por García (García, 2000: 68) lo señala como una representación de un recorte de la realidad, que sea analizable como una totalidad organizada, en el sentido de tener un funcionamiento

característico. Pensar el conocimiento de la actividad del diseño como un sistema complejo cuyos elementos, relaciones, procesos o subsistemas se encuentran interdefinidos, implicados para finalmente producirse una unidad sintética de dicho proceso, posibilitando la producción o edificación total del objeto deseado. El Diseño pasa por distintos niveles de organización y reorganización de su disciplina, desde las formas más simples de organización contenidas en las áreas de conocimiento constituidas por lo biológico, lo social, económico-tecnológico, lo ideológico, lo cultural, lo político, lo estético, a las formas más complejas de organización como serían los campos profesionales, los subsistemas hasta el sistema multidimensional mismo, y cada una de estas dimensiones representan miradas distintas de una misma realidad, la realidad del Diseño, de aquí su “multidimensionalidad”. Se trata de un ir y venir del material empírico de la experiencia y su organización de éste material para la construcción significativa de sus nociones, conceptos y fundamentos epistemológicos.

Un primer nivel fue el de construir un sistema multidimensional que diera cuenta de la complejidad cognitiva de la vida humana, reorganizando el conocimiento en tres subsistemas: científico, tecnológico y artístico-humanístico. Estos tres grandes componentes cada uno con cierta autonomía, constituyen los campos de estudio de la disciplina del Diseño, pero cuando pasan a convertirse en un sistema, es necesario establecer estas relaciones de dominio desarrollado por las condiciones sociohistóricas del contexto: el dominio económico, tecnológico e instrumental.

En un segundo nivel el objeto de diseño es explicado en la confluencia de múltiples procesos biofísicos y socioculturales que constituyen la estructura de un sistema que funciona como una totalidad organizada.

El Diseño en esta propuesta es vista como un proceso histórico de organización y reorganización de sus conocimientos, el cual tendría un patrón de comportamiento similar o cercano al que vivieron otras disciplinas y de las cuales dio cuenta: una historia y una filosofía *de la ciencia, de la tecnología y del arte*. El Diseño visto de ésta manera correspondería a lo que podríamos llamar inicialmente **una ciencia de frontera**, la cual implica una nueva reorganización, vinculación y nuevos dominios entre los campos de la ciencia, la tecnología y las humanidades que constituyen el substrato inicial del conocimiento de esta disciplina respecto a sus formas de organización clásicas anteriores.

El conocimiento del Diseño ha implicado formas históricas y sociales distintas de reorganización y reordenación del conjunto de los saberes y conocimientos respecto a los discursos con los que la disciplina se ha venido construyendo, tanto en el campo del conocimiento científico, como en lo tecnológico y en el artístico. En el caso de la ciencia, por ejemplo en el mundo griego clásico, ésta se encontraba organizada y estructurada en torno principalmente de la filosofía, de la metafísica de Aristóteles y de Platón, así como de la geometría de Euclides y de las matemáticas de Pitágoras, así nos lo deja ver la obra de Marco Lucio Vitruvio en “Los diez libros de arquitectura”, escrito posiblemente en un periodo que va del año 33 al 14 a.C., cuando afirma en su obra citada, en el Libro primero, capítulo primero: De la esencia de la Arquitectura, é instituciones de los Arquitectos. “La Arquitectura

—nos dice Vitruvio— es una ciencia adornada de otras muchas disciplinas y conocimientos, por el juicio de la cual pasan las obras de las otras artes. Es práctica y teórica. La práctica es una continua y expedita frequentación del uso, executado con las manos, sobre la materia correspondiente á lo que se desea formar. La teórica es la que sabe explicar y demostrar con la sutileza y leyes de la proporción, las obras ejecutadas. Así, los Arquitectos que sin letras solo procuraron ser prácticos y diestros de manos, no pudieron con sus obras conseguir crédito alguno. Los que se fiaron del sólo raciocinio y letras, siguieron una sombra de la cosa, no la cosa misma. Pero los que se instruyeron en ambas, como prevenidos de todas armas, consiguieron brevemente y con aplauso lo que se propusieron.” (Vitruvio, 1987, pág. 2).

Por arte, no entendemos la clasificación y el sentido asumido por el renacimiento y precisado posteriormente por la cultura moderna, sino el arte como una actividad práctica, acerca del hacer, de producir objetos necesarios, útiles para la sociedad, es lo que los griegos denominarían la *Techné* como esa actividad manual, ejercida con la manos sobre la materia para trans-formarla (generar una forma nueva) mediante el trabajo humano, pero con cierta pericia o habilidad es el trabajo creativo. Mientras que una actividad sólo teórica de la arquitectura nos produciría un mundo de apariencias, de sombras, de engaños de la actividad arquitectónica. Así para el medievo y el renacimiento el conocimiento arquitectónico fue reorganizada de manera diferente.

El subsistema de la ciencia en el Diseño

El subsistema de la ciencia queda comprendido por el campo epistemológico del conocimiento del Diseño. La ciencia en general es considerada como un saber singular y distinto a las otras formas del saber, ha sido una de las aportaciones más importantes y significativas que ha producido el pensamiento moderno hasta el momento, es el conocimiento de una visión construida del “ser” acerca del modo de ser de las cosas. Es un conocimiento fundado, justificado, reflexivo, analítico, abstracto y objetivo acerca del mundo producido y organizado social e históricamente.

La ciencia se expande, crece mediante la “Verdad Científica”, aplicable en la construcción de conceptos, categorías, teorías y leyes de la cual derivamos un conocimiento que permite acercarnos sucesivamente a una explicación, a una forma de organizar y de ordenar el mundo exterior, a los objetos y a nosotros mismos.

Pero, ¿Cómo crece la ciencia en la historia?, para el positivismo lógico o también llamado el empirismo lógico de los años veinte y treinta del siglo pasado, representado principalmente por Rudolf Carnap y por Carl G. Hempel, la ciencia crecía de una manera inductiva y lineal como un **continuum**, es decir, mediante un movimiento de asimilación y expansión, por lo que los científicos estaban más preocupados por continuar apoyando y legitimando los horizontes teóricos de las teorías anteriores, para fundamentar las suyas. La idea de progreso en las ciencias residía en la existencia de un movimiento de acercamiento ineluctable hacia la verdad, hacia una sola teoría verdadera completa.

Los empiristas lógicos estaban de acuerdo en distinguir entre la teoría y la experiencia, entre la observación y los datos existentes en la base empírica, por lo tanto, esta base

era considerada como neutral y los datos observados como estables, objetivos y altamente confiables, ya que los datos no podían ser contaminados por las teorías, los valores y la ideología en general.

Los trabajos aportados por Karl Popper fijan más la atención sobre una lógica deductiva para transmitir una verdad con mayor certeza, ya que en la inferencia inductiva no existe ninguna seguridad de que partimos de premisas verdaderas, la conclusión será siempre verdadera, por lo que la inducción no garantiza un método de justificación verdadera. Popper propone trabajar más con la falsedad, con los elementos falsos de la teoría, con los criterios de contrastación o refutación entre las teorías para su comprobación científica, proponiendo con ello su “método de falsación”, esto es, una teoría será verdadera cuando se le deje enfrentar libremente con otras teorías opuestas, y en esta confrontación la mejor prueba de su veracidad, es que salga intacta y hasta más consolidada de esta confrontación. Popper reconoce además que la observación no es neutral, pero siempre es necesario distinguirla al interior de la base empírica para quedarse con lo universal y poder contrastar las teorías.

En la década de los sesenta aparece una corriente de epistemólogos que derivaban de las denominadas “ciencias duras” como las matemáticas y la física y que proponían un nuevo enfoque historicista de las ciencias, grupo que fue identificado como la “Nueva ciencia” y que se reunían en torno de la figura más prominente representada por Thomas S. Kuhn que para ese tiempo había ya publicado su libro “Las revoluciones científicas”. A este grupo pertenecían científicos de la talla de N. R. Hanson, Paul Feyerabend, Imre Lakatos, Ian Hacking, Larry Laudan. Thomas S. Kuhn se preguntaba si existía un patrón general del cambio, si era posible construir una tipología de los cambios, si era posible pensar en un “patrón general de desarrollo de las ciencias”, que de la misma manera en que una epistemología constructivista tendría que ver, no sólo con los procesos individuales del aprendizaje sino con las formas generales de cómo aprendemos a aprender, esto también era aplicable a los procesos generales del aprendizaje de las ciencias. Para Kuhn y su grupo, consideraban que la ciencia no se desarrollaba por medio de la acumulación de descubrimientos e inventos individuales, sino que estaban más convencidos con un crecimiento social e histórico de las ciencias a partir de confrontaciones, cambio, crisis y rupturas profundas entre teorías contrastadas y observadas en las grandes revoluciones científicas. Los modelos científicos aquí se ponen a prueba a través del campo de los hechos históricos, por lo que se cree en un “patrón general histórico de desarrollo, en un patrón de comportamiento de las ciencias”. Este enfoque sin habérselo propuesto el grupo, recoge las tesis de Jean Piaget al considerar que el aprendizaje se basa en procesos de adaptación, transformación y cambios, de tal suerte que su crecimiento se encuentra mejor explicado por una serie de revoluciones cognitivas que pasan por etapas de orden, crisis y desestabilización tendientes hacia formas de organización superior respecto al orden anterior.

Para el grupo de la “Nueva Ciencia” no existe una base empírica neutral, ya que ésta es resultado de la experiencia, de la observación, de datos obtenidos de la percepción, los cuales se encuentran ya cargados de teoría, de sentido desde el momento en que observamos,

en que vemos el mundo, por lo que la percepción, sus datos –datos sensus– no son contenidos neutrales. La lógica y la observación no son suficientes para producir el conocimiento científico. Para los historicistas no existe una distinción clara entre los procesos lógicos de justificación y los procesos históricos sociales, económicos, políticos y culturales de descubrimiento del conocimiento científico. En la interpretación científica del conocimiento del Diseño tiene que ver con los cambios en las formas de observación y percepción realizadas en la elaboración de conceptos, teorías y visiones construidas.

Algunas consideraciones derivadas de las implicaciones generadas por el modelo de la ciencia moderna al campo cultural del diseño:

1. La modernidad distingue, jerarquiza y dimensiona el conocimiento científico por encima de todo conocimiento producido en el campo de la subjetividad (ideologías, representaciones sociales, imaginarios), conocimiento tecnológico, artístico. Desestimando todo tipo de saber que no provenga del acotado conocimiento de la ciencia, por lo que lo somete o enfrenta, convirtiéndolo en el saber único del cual deriva criterios, modelos, reglas, normas, etc.

2. Se considera que toda observación y los datos obtenidos constituyen los datos duros objetivos, confiables y estables para la formulación de toda categoría, ley o teoría desarrollada. Se afirma que la observación constituye la base de contrastación de toda teoría: “todos los sujetos que poseen la misma evidencia (información) deberán llegar al mismo resultado”. Estas tesis se derivan de las posiciones empiristas al interior de las ciencias.

3. El conocimiento científico se alcanza sólo gracias a los logros de un método especial: “el método científico”, el cual debía contar con una serie de reglas que hacen posible la evaluación objetiva de todas las hipótesis y teorías, ofreciendo un riguroso control de calidad. El método será un elemento central en la tarea de acceder al conocimiento verdadero de las cosas, aquel conocimiento que no cumpliera dichas reglas y que no atendiera a esta lógica discursiva era mantenido al margen.

4. El modelo matemático es considerado ya desde Descartes como el modelo de análisis metodológico y en consecuencia el lenguaje privilegiado de la ciencia. Por su carácter riguroso y universal el lenguaje matemático será el instrumento elegido para plasmar y transmitir todo conocimiento científico, dejando fuera todo saber simbólico y el discurso metafórico, poético y retórico del arte.

5. El falso dualismo propuesto por Descartes como la disociación entre la sustancia corporal o material con la sustancia extramaterial o espiritual, origina la separación de dos posturas irreconciliables entre la idea y la materia, entre razón y sensación. El sujeto cartesiano se escinde, se fragmenta en dos entidades: el sujeto epistémico y el sujeto ontológico, el ser que piensa y el ser que siente (que vive o habita).

6. El modelo físico-matemático en la ciencia parte de la premisa cartesiana en el que las leyes universales y objetivas pueden ser deducidas por la razón. La ciencia por lo tanto

no sólo describe y explica los fenómenos actuales de la naturaleza, sino que aspira a predecirlos mediante cálculos de probabilidad y estadística, tendiendo a controlar el curso de su acontecer. Por lo que el imaginario con su carácter impredecible, creativo, indeterminado e incontenible, se torna una dimensión incómoda e impertinente para la ciencia moderna.

7. Por lo que la ciencia se constituye en un imaginario social que excluye a cualquier otro imaginario de su campo riguroso, objetivo y predecible de normas, signos, símbolos y significaciones que constituyen la institución científica, la exclusión de los imaginarios en el campo del diseño ha empezado a ser cuestionada y a analizarse.

El subsistema de la tecnología en el Diseño

La tecnología representa los **conocimientos** derivados del descubrimiento e innovación de las nuevas técnicas, instrumentos, procedimientos, métodos, formas de organización y división del trabajo, así como de la distribución del producto comunitario (vincula la producción con el consumo), teniendo como finalidad el hecho de operar sobre la realidad física, transformándola o modificándola directamente. La naturaleza del **conocimiento pragmático** contenido en la tecnología se reduce sólo a su uso o aplicación eficiente transformadora de la realidad, sin plantearse ninguna función ética en la sociedad, finalidad que no se encuentra en su naturaleza misma, pues ésta tendría que ser generada en su uso o utilización con una comunidad, en cuanto a su orientación y sentido humano, de ésta. Por lo que la tecnología puede ser considerada como instrumento/herramienta, como función o como medio cultural a través del cual el hombre se humaniza, mediante la acción transformadora del trabajo humano abstracto sobre la naturaleza y sobre él mismo. Concepto utilizado por Carlos Marx en *El Capital*, en el que una vez liberada la tecnología del dominio del capital que se apropia de ella, ésta tendrá la capacidad de liberar al trabajador de su tiempo laboral para incrementar su tiempo de ocio. El hombre mediante su trabajo modifica su entorno, su mundo natural, lo vuelve habitable, lo humaniza y con ello se modifica a sí mismo.

La palabra técnica deriva del término griego **Tekhné** que quería decir fabricar, producir con habilidad o destreza corporal toda realización de cosas sensorialmente perceptibles al servicio de una idea o necesidad. Es la actividad humana orientadora del hacer mediante una sensibilidad dirigida y afinada, como la actividad que relaciona la **poiésis** y la creatividad, potenciando su actividad productiva con eficiencia y habilidad, al manejar con pericia los materiales, instrumentos y objetos diversos. La técnica es un medio/instrumento para alcanzar un fin, es un hacer del hombre, es transformar la realidad. A la técnica le compete elaborar, transformar y utilizar instrumentos, aparatos, máquinas y procesos para alcanzar ciertos procedimientos. Para la Grecia de Platón y Aristóteles, la **Tekhné** se entendía como el procedimiento del meditar al servicio del hacer, del ejecutar. Por lo que el meditar, el pensar ya es visto aquí en función de la “praxis” y la “poiésis”. El pensar por lo tanto, no es sólo práctico, es también un acto teórico y esto acontece ya dentro de la interpretación “técnica del pensar”.

Para el mundo moderno, la tecnología se dirige a la naturaleza como un instrumento para ser explotada, para ser devastada y no preservada. La tecnología es vista como una

forma para la realización del mercado. La tecnología ha cambiado nuestras relaciones con la naturaleza, nos ha cambiado a nosotros mismos, el hombre termina adaptándose a la técnica, y no al contrario, ya no se hace técnica para facilitarnos las tareas, la vida, por el contrario existe una sumisión a la técnica, es decir nos domina, nos subordina. La modernidad le apuesta a la técnica y la posmodernidad a la información, al conocimiento.

Afirma Martin Heidegger "que a través del uso de la técnica, de las formas en las que se le usa, se define a la naturaleza y al ser humano, por lo que en la modernidad en lugar que el hombre defina a la técnica, la técnica define al hombre y a la naturaleza, el hombre termina adaptándose a la técnica". Existiendo por lo tanto un dominio de la interpretación técnica del pensar, el ser como elemento del pensar ha sido abandonado en la interpretación técnica e instrumental del pensar.

Para las economías en desarrollo como las nuestras, el avance tecnológico ha pasado por distintos niveles de articulación con los procesos de diseño, así podemos hablar de transición de una economía comercial impulsada por una tecnología de manufactura a una economía financiera impulsada por una tecnología industrial, periodo éste comprendido de fines del siglo XIX a la primera mitad del siglo XX. Durante este periodo la producción de objetos de diseño se caracterizan por una reducida producción destinada a las elites que exigían una expresión historizante de códigos y por una masiva producción de objetos de primera necesidad y por artesanías de consumo popular; la tecnología utilizada recurrió a un bajo nivel de las fuerzas productivas, inicialmente de mano de obra rural, y posteriormente de mano de obra obrera con un muy bajo nivel de desarrollo, pasando del pequeño taller de manufactura y posteriormente a la fábrica.

Durante la última etapa del desarrollo económico, nuestro país transita a una economía de mercado global articulado al sistema mundo, articulado con formas anteriores del desarrollo de manufacturas e industrializado de una manera desigual y combinada. Es la etapa de los grandes consorcios y corporativos financieros transnacionales que se ubican siguiendo una lógica mundial en la división internacional del trabajo y que demandan objetos de los estilos internacionales, en los que sigue subsistiendo una mano de obra masiva y barata, con un bajo nivel de organización del trabajo combinado con ciertos puntos clave en el desarrollo intensivo de modernos medios de producción, representados en la investigación biotecnológica, de la ingeniería genética, la cibernética, la robótica y la inteligencia artificial.

Una epistemología de la tecnología tendrá que ser abordada también desde una ontología, desde su relación del ser con el mundo, de su naturaleza, de su relación intencional, de su causalidad instrumental. Desde este hecho en el que el objeto para ser consumado —cuando las necesidades y requerimientos del objeto se satisfagan plenamente al ser habitado, utilizado o comunicado— tendrá que ser previamente producido, edificado, pasando por un fuerte dominio de su conocimiento práctico-operacional e instrumental, reduciéndolo a técnicas constructivas, materiales, instrumentos, métodos, subsumiendo los demás factores socioculturales a dicho dominio.

El subsistema de las humanidades y del arte en el Diseño

Corresponde al conjunto de conocimientos tales como la estética, el arte, la moral, la filosofía, etc., que le son consubstanciales a los fundamentos de una Teoría del Diseño. Este conjunto de conocimientos tiene que ver con la construcción de los fundamentos que expliquen la naturaleza y la finalidad de las relaciones del ser del diseño con el mundo. Estudiar el mundo como medida del ser del hombre diseñador y la sociedad, derivando de ello relaciones de tipo ético, estético, artístico, moral, etc., así como explicar sus procesos en la producción de estos conocimientos, como de sus significaciones. (Revisar *Antropología filosófica. Introducción a una Filosofía de la Cultura*, de Ernest Cassirer, FCE, 1971).

A manera de conclusiones

1. Desde una crítica de la postmodernidad, surge una preocupación por incorporar una construcción del sujeto que desde una perspectiva más integral sea visto como totalidad organizada que se encuentra permanentemente construyéndose como proyecto, tanto por sus elementos subjetivos como los intersubjetivos a través de los cuales es posible acceder a la objetividad del mundo de los objetos, de sus formas, de sus metodologías, así como de sus procesos de evaluación.
2. Ante la crisis o al menos al poner en duda los principios del pensamiento moderno funcionalista, el cual limitó o redujo el propio campo del diseño, se retomaron otras estrategias teóricas como el “constructivismo epistemológico” que abrieron y ampliaron la perspectiva del campo organizando y reorganizando en una nueva manera sus conocimientos, saberes, capacidades, metodologías, instrumentos y técnicas en una propuesta denominada “Sistema complejo multidimensional”, reconfigurando así mismo sus fronteras de conocimiento en una orientación inter y transdisciplinaria.
3. Dentro de esta perspectiva “epistemológica constructivista” se plantea una metodología pensada más como estrategia cognoscitiva que explique y dé cuenta de la propia práctica del hacer del diseño derivando ciertas técnicas e instrumentos críticos, más que proponer un método determinado que a la larga se convierta en su propia limitación y en su propio obstáculo epistemológico. Esta propuesta metodológica recupera lo mejor de nuestra tradición desarrollada por nuestra División de Ciencias y Artes para el Diseño, como son el concepto de ser una División disciplinaria de Diseño que a su vez se encuentra vinculada con otras disciplinas de una manera multidisciplinaria y transdisciplinariamente, recupera una agrupación curricular en áreas de conocimiento o sistema eslabonario, proporciona una importancia estratégica a los operativos en los experimentos docentes, así como los vincula con la realidad externa de la academia mediante una práctica con la sociedad.
4. Finalmente, se reconocen tres subsistemas sobre los cuales se constituye el campo disciplinario del diseño:
 - El subsistema de la ciencia,
 - el subsistema de la tecnología,
 - y el subsistema del arte y de las humanidades.

Bibliografía

- Bourdieu, P. (1997), *Capital cultural, escuela y espacio social*, México, Siglo XXI.
- Cruz, C. Juan (2003), *Fichte: La subjetividad como manifestación del absoluto*, Pamplona, Eunsa.
- Castorina, J. A., et al. (1997), *Piaget-Vigostky: constituciones para replantear el debate*, Barcelona, Paidós Educador.
- Dufour, Martha Alvarado y Eduardo Watanave, *Complejidad y simplicidad en el diseño, Antología*, Universidad Autónoma Metropolitana, Azcapotzalco.
- García, O. F. (1996), *Reflexiones sobre el Diseño*, México, Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Azcapotzalco, Colección CYAD.
- _____ (2005). *El producto del diseño y la obra de arte*, México, Universidad Autónoma Metropolitana.
- Kuhn, T. S. (1983), *La estructura de las revoluciones científicas*, México, FCE.
- Maturana, H. (1995). *La realidad: ¿objetiva o construida?. Fundamentos biológicos de la realidad*. Barcelona: Antropos.
- Morin, E.(2001), *El método. La naturaleza de la naturaleza*, Madrid, Cátedra.
- Piaget, J. (1986), *Seis estudios de psicología*, Barcelona, Ariel.
- _____ (1988), *La psicología de la inteligencia*, México, Grijalbo.
- _____ (2000), *La equilibración de las estructuras cognitivas. Problema central del desarrollo*, 6a. ed., México, Siglo XXI.
- Piaget, J., y García, R. (2004), *Psicogénesis e historia de la ciencia*, México, Siglo XXI.
- Vigotsky, L. S., *Pensamiento y lenguaje. Teoría del desarrollo cultural de las funciones psíquicas*, México, Editorial Alfa y Omega, Ediciones Paidós.

UAM
NA2542
A5
C6.18

2895385
Coloquio Vida Cotidiana y
Memorias : Coloquio Vida

COLOQUIO
VIDA COTIDIANA
Y DISEÑO

*se terminó de imprimir
en octubre 2008 en Tecnigraf
Nayarit 63, Col. Roma 06760, México, D.F.*



2895385

UAM
NA2542
A5
C6.18

2895385
Coloquio Vida Cotidiana y
Memorias : Coloquio Vida



UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA
METROPOLITANA

Casa abierta al tiempo

