

NUMERO 17 • AÑO 2015

mm1

un año de diseñarte. mm1

Universidad Autónoma Metropolitana

Rector General

Dr. Salvador Vega y León

Secretario General de la Universidad

M. en C.Q. Norberto Manjarrez Álvarez

Unidad Azcapotzalco

Rector

Dr. Romualdo López Zárate

Secretario de Unidad

Mtro. Abelardo González Aragón

Director de la División de Ciencias y Artes para el Diseño

Dr. Aníbal Figueroa Castrejón

Secretaría Académica CYAD

de la División de Ciencias y Artes para el Diseño

Mtro. Héctor Valerdi Madrigal

Departamento de Evaluación del Diseño en el Tiempo

Jefe de Departamento

Dr. Jorge Gabriel Ortiz Leroux

MM1. Un año de diseñarte. Núm. 17. Año 2015

es una publicación anual editada por la Universidad Autónoma Metropolitana a través de la Unidad Azcapotzalco, División de Ciencias y Artes para el Diseño, Departamento de Evaluación del Diseño.

Av. San Pablo Núm. 180, Edif. H, planta baja,

Col. Reynosa Tamaulipas, Azcapotzalco,

C.P. 02200, México, D.F., Tel: (5) 724-43-79.

correo electrónico: mm1.revista@gmail.com

Editor Responsable

Dr. Luis Jorge Soto Walls

Mtra. María Teresa Olalde Ramos

Editor Técnico

Mtra. Julieta López Olalde

ISSN: 1665-0964, otorgado por el Instituto Nacional de Derecho de Autor

Certificado de Licitud de Título: 11588

Certificado de Licitud de Contenido: 8147

otorgados por la Comisión Calificadora de Publicaciones

y Revistas Ilustradas de la Secretaría de Gobernación.

ISSN 1665-0964



9 771665 096400

Imagen de Portada: Huellas Líticas

Diseño: Nayeli Benhumea Salto



NUMERO 17 • AÑO 2015

mm1

un año de diseñarte. mm1

Editor-compiler
Dr. Luis Jorge Soto Walls **María Teresa**
Olalde Ramos

Consejo Editorial de la División de Ciencias y Artes para el Diseño

Mtra. Gloria Castorena Espinosa

Dr. Gabriel Salazar Contreras

Dr. Francisco Gerardo Toledo Ramírez

Mtra. Irma López Arredondo

Dr. Eduardo Langagne Ortega

Comité Editorial de Publicaciones Unitarias y Periódicas de la División de Ciencias y Artes para el Diseño

Dr. Francisco Gerardo Toledo Ramírez

Dra. Elizabeth Espinosa Dorantes

Mtro. Luis Yoshiak Ando Ashijara

Mtra. Gloria Castorena Espinosa

Dr. Eduardo Langagne Ortega

Mtra. Irma López Arredondo

Dr. Gabriel Salazar Contreras

Consejo Editorial MM1

Oscar Salinas

Universidad Nacional Autónoma de México

Maris Bustamante

Artista conceptual independiente

Octavio García Rubio

Universidad Autónoma Metropolitana–Azc.

Manuel Lecuona

Universidad Politécnica de Valencia, España

Alejandro Ramírez Lozano

Universidad Autónoma Metropolitana–Azc.

Fernando Martín Juez

Universidad Nacional Autónoma de México

Cecilia Palacios González

Universidad Intercontinental

Victoria Novelo

*Centro de Investigación y Estudios Superiores
en Antropología Social*

Benjamín Mayer

Instituto de Estudios Críticos

Luis Rodríguez Morales

Universidad Autónoma Metropolitana–Cuajimalpa

Manuel Álvarez

ICSSID

Gustavo Iván Garmendia Ramírez

Universidad Autónoma Metropolitana–Azc.

Wenceslao Rambla Zaragoza

Universidad Jaume I. Castello, España

Félix Beltrán

Universidad Autónoma Metropolitana–Azc.

ÍNDICE

7 Presentación

/// DISEÑO y CULTURA

11 La plaza de la República como espacio de formación ciudadana / **Christof Göbel**

31 Analicemos desde su gráfica y arquitectura a “México 68” / **Araceli Zaragoza Contreras**

/// EDUCACIÓN

43 Reflexiones acerca de la Educación Artística ¿Qué entendemos por educación artística? Nuevos paradigmas / **Bela Gold Kohan**

53 El futuro de la investigación y la educación del diseño industrial / **Eduardo Ramos Watanave, Martha Elisa Alvarado Dufour y Alinne Sánchez Paredes Torres**

67 ¿Nuevas competencias digitales? / **Iarene A. Tovar Romero**

/// SEMIÓTICA

79 Recuperación de conceptos hermenéuticos como recurso para el planteamiento del Problema de Diseño de Comunicación Gráfica / **Gustavo I. Garmendia Ramírez**

91 Alfabetidad Visual, Diseño y Creatividad / **María Teresa Olalde Ramos**

101 Incremento del valor en la elección de diseños y servicios / **Luis Rodríguez**

/// REFLEXIONES

- 113** ¿La imaginación perdida? Aspectos del arte y sus nuevas consideraciones / **Andrés de Luna**
- 121** Absortos en medio del bullicio / **Amelia Rivaud Morayta**

/// DOSSIER ARTÍSTICO

- 135** Las arpías

Presentación

Una vez más el Departamento de Evaluación del Diseño en el Tiempo presenta su publicación Anuario mm1, un año de diseñarte, con la intención de seguir apoyando la difusión de trabajos de investigación en torno a las temáticas relacionadas con diversas maneras de ver el diseño como disciplina y el arte como expresión. Si bien generar conocimiento sobre el diseño siempre ha sido un camino sinuoso y lleno de obstáculos, la presente publicación es una muestra del entusiasmo de muchos profesores, investigadores, artistas y profesionales que no han cejado en dicho esfuerzo.

Como siempre, en cada número de ésta publicación, se presentan artículos originales e inéditos de trabajos individuales y colectivos, que son el resultado, parcial o final, de investigaciones sobre el diseño y el arte en sus diversas manifestaciones.

Bajo el mismo espíritu que dio origen a esta publicación, el décimo séptimo número correspondiente al año 2015, se presenta como un espacio de reflexión y difusión, incluyendo diez trabajos con diferentes temáticas en torno al diseño, bajo una perspectiva interdisciplinar que lleva a los investigadores a través de la cultura, los procesos educativos y la interpretación de significados desde la semiótica visual. Su trabajo, incursionado en estos laberintos de terrenos desconocidos, se enfrenta a nuevas realidades en múltiples prácticas y diversas manifestaciones del diseño.

En este número, los artículos presentados se agrupan de acuerdo a su coincidencia temática, dentro de las secciones correspondientes a los campos de interrelación como: el Diseño y la Cultura, que en esta ocasión incluye un artículo muy interesante del profesor Christof Göebel en donde propone a la Plaza de la República como un ejemplo de interacción social, en donde el aprendizaje social se logra a partir de la apropiación del espacio público como escenario de encuentro, discusión, convivencia, como una construcción simbólica de la ciudadanía.

Como parte del mundo de la cultura cotidiana de nuestro México, la profesora Araceli Zaragoza con su artículo, nos lleva a través de un recorrido histórico de lo que fue el trabajo gráfico durante México 68, año de Olimpiadas y conflictos estudiantiles que marcaron un índice en su momento.

En la sección: Educación, encontramos diversas temáticas como las reflexiones en torno a la educación artística, presentadas por la profesora Bela Gold, texto que presenta interrogantes sobre el futuro de la educación artística como eje de educación, ante la globalización cultural y pérdida de identidad. Afirma que el arte ha perdido su valor cognitivo para convertirse en mercancía y que a falta de nuevos paradigmas, sus expresiones tendrían que recuperar su vocación generadora de cultura.

Así mismo un grupo de profesores investigadores del Departamento de Investigación y Conocimiento para el Diseño de la uam-a, comparten un texto sobre la interrelación de la investigación y el futuro de la enseñanza del diseño industrial, en el que exponen que el saber del diseñador se localiza en cualquier actividad que haga necesaria su intervención profesional proponiendo soluciones a través de objetos. Ponen de manifiesto la importancia para esta disciplina de una docencia vinculada a la investigación y ésta, dirigida al conocimiento del diseño.

Por otro lado, la profesora Iarene Tovar revisa las competencias que se deben tener en esta nueva etapa de las tecnologías digitales, en donde el factor de atención juega un papel muy importante, tomando en cuenta que hoy la tecnología y los medios de comunicación son parte fundamental de nuestro día a día.

En la siguiente sección: Semiótica, el profesor Iván Garmendía, actual coordinador de la línea de posgrado en Visualización de la Información en uam-a, nos invita en esta ocasión a recuperar la facticidad como concepto hermenéutico, dando continuidad a sus anteriores aportaciones para complementar los conceptos de empatía y vivencia.

Como autora y editora de esta publicación, en mi papel de investigadora, presento un texto el

cual destaca la importancia de enriquecer la alfabetidad visual de los diseñadores, como apoyo al desarrollo de su creatividad.

De igual forma, el profesor Luis Rodríguez, investigador de la uam Cuajimalpa, nos comparte un artículo lleno de interesantes reflexiones sobre interrogantes alusivas al estudio de los valores en el diseño, a través de diversas perspectivas como la humanista, económica y, actualmente, desde la sustentabilidad hacia una taxonomía de valores. Su artículo nos reta ante la complejidad del tema del diseño interrelacionado con sus aspectos de utilidad, significado social, emocional y espiritual.

La sección de Reflexiones, incluye un texto del profesor Andrés de Luna de uam Xochimilco, con algunas observaciones sobre el arte, sus creadores y los alcances de sus obras, acercándonos a nuevas consideraciones. También un interesante artículo de la profesora Amelia Rivaud Montoya sobre como se desenvuelve el mundo de la lectura, en medio del bullicio ambiental.

Finalmente y como siempre en nuestro anuario la sección Portafolio, presenta el trabajo de un artista relevante, en esta ocasión el fotógrafo Alejandro Cárdenas nos ofrece una colección de imágenes con misteriosos personajes, denominada *Y ahora las Arpías*.

Los editores de esta publicación agradecemos la entusiasta colaboración de quienes a lo largo de los años han seguido compartiendo con nosotros sus artículos, al igual que a nuestros asiduos lectores, compañeros constantes en este descubrimiento sobre el diseño y el arte. Con la intención de mantener abierto este canal de comunicación entre profesores, investigadores, alumnos, artistas, diseñadores y público en general, comunidad interesada en descubrir facetas adicionales del diseño y sus interrelaciones con **distintas temáticas**, seguiremos publicando nuestro anuario mm1 un año de diseñarte, esperando conservar su confianza y apoyo.

MTRA. MARÍA TERESA OLALDE RAMOS.



DISEÑO y CULTURA

Christoph Göbel

La plaza de la república como espacio de formación ciudadana

INTRODUCCIÓN

La teoría de apropiación de Alekséi Leóntiev

En este contexto, la apropiación refiere al término original como se ha desarrollado en la escuela cultural histórica de la psicología Soviética, la cual se basa en la dialéctica Marxista del ser humano y de la naturaleza. Esta unidad dialéctica encuentra su expresión concreta en la disputa activa acerca de las personas con su entorno.

Según el psicólogo ruso Alexei N. Leontiev (1903-1979) "el mundo real que más determina la vida humana es un mundo que ha sido transformado por la actividad humana. Como un mundo de objetos sociales que simbolizan las habilidades humanas formadas durante el transcurso de la práctica histórica social, no son dadas al individuo en forma inmediata, ya que estas propiedades se presentan como una tarea para cada ser humano" (Leontiev 1980, p. 281).

Por ello, se entiende su teoría de desarrollo humano también como una confrontación activa con el entorno en la cual las condiciones de vida externas son producto del trabajo humano. En ello están acumulados los logros (experiencias, significados) de la labor histórica social de manera figurativa. Esta cosificación de facultades humanas y de trabajo humano en sus productos se enfrenta ahora al proceso de apropiación como parte individual del proceso de producción figurativo. Cosificación y apropiación, por lo tanto, aparecen como dos caras de un mismo proceso socio histórico.

Profesor investigador del Área de Urbanismo Internacional,
Departamento de Evaluación del Diseño en el Tiempo, CYAD, UAM
Azcapotzalco.

La apropiación es un proceso en el que se reproducen los rasgos históricamente formados, las aptitudes y los comportamientos. Así el ser humano aprende a través de la apropiación de manera procesual de la misma forma que el animal adquiere este conocimiento por herencia, por lo cual la apropiación es considerada también como un contraste a la adaptación, representando una extensión del área de acción.

Sin embargo, la apropiación no ocurre en el vacío, sino en el medio ambiente. La apropiación se lleva a cabo en el espacio. "Porque los espacios", como escribe Ulrich Deinet (2009), "especialmente los espacios urbanos, no han sido alterados naturalmente, sino elaborados enteramente por los seres humanos, diseñados, modificados y construidos, por ello deben apropiarse de los espacios así como de los significados contenidos en ellos tal y como se hace con los objetos y con las herramientas del entorno inmediato". La apropiación en el sentido objetivo y personal es también en el espacio urbano una apropiación espacial figurativa.

La plaza pública como lugar de aprendizaje social

El término del aprendizaje social se basa en el interaccionismo caracterizado en la psicología por autores como Julian Rotter y Albert Bandura, según la cual el comportamiento humano está determinado no solamente por estímulos externos, o por predisposiciones cognitivas, sino por la interacción de las situaciones, es decir, estímulos externos y personas. Este acercamiento interpreta la plaza pública como un espacio de apropiación y, por tanto, un lugar de aprendizaje social, un lugar de encuentro y de la ciudadanía, en lo que la apropiación está promovida como un proceso específico de aprendizaje social. En este sentido,

el encuentro es considerado como el primer paso de lo informal, casual (incidental) o implícito y del aprendizaje social, un aprendizaje en relación a la vida. El aprendizaje informal se produce a través de las experiencias de la vida cotidiana.

Aprendemos no sólo en las instituciones tradicionales como en la escuela o en la universidad, también se debe tomar en consideración la existencia de lugares de aprendizaje múltiples, y el espacio público urbano y plazas urbanas en particular. Estas áreas son lugares de aprendizaje "salvaje" e informal, representando "formas caóticas de aprendizaje", y caracterizando de manera significativa los procesos de aprendizaje intencionales.

Un lugar de aprendizaje es un lugar donde se pueden observar, evaluar y transformar condiciones sociales de la comunicación así como estudiar diferentes actitudes, procesos y diferencias culturales. Aprendiendo del lugar (confrontación de las peculiaridades del lugar, "genius loci"), aprendiendo de los otros (aprendizaje intercultural y entendimiento) y aprendiendo mediante acciones comunes (interacción social, colaboración y aprendizaje participativo), son acciones que convierten la plaza pública en un lugar de aprendizaje social (figura 1): un lugar de encuentro y un lugar para la ciudadanía, un lugar para la confrontación entre los actores sociales y, por tanto, un lugar para el desarrollo de las condiciones sociales y relaciones, que al mismo tiempo promueven una cultura democrática de aprendizaje y por lo tanto la democracia.

Por ello, un lugar de aprendizaje social representa un espacio para la aventura, la experiencia y la acción, lo que implica procesos de aprendizaje a diferentes niveles: desde las habilidades motoras a la educación política; el reconocimiento, la autoeficacia o la autoestima. Se promueve la

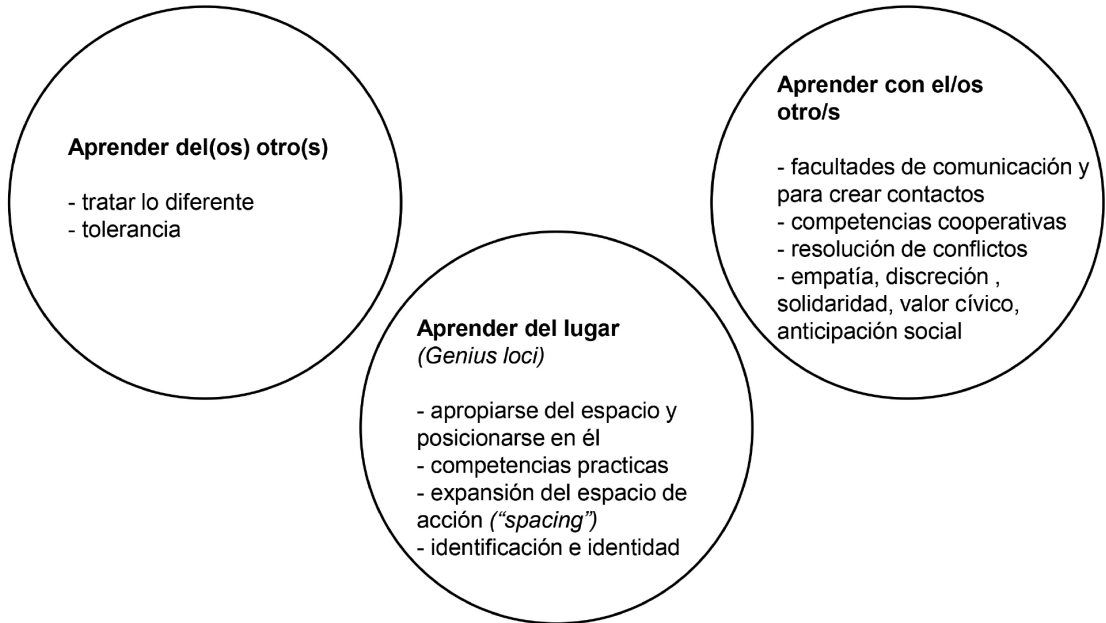


Figura 1: Esquema de aprendizaje social en la plaza pública. Elaboración propia

tolerancia y el tratamiento con lo distinto, dinámicas en las cuales la aceptación de la extrañeza y la diferencia pueden ser procesadas de manera reflexiva en el espacio público. Por lo tanto, un lugar de aprendizaje social es también un lugar de aprendizaje de la civilización, se puede aprender a independizarse, crear contactos y poner en marcha la creatividad, considerar a los más vulnerables, así como reconocer las desigualdades entre personas. Los individuos aprenden a dimensionar el espacio logrando posicionarse en el mismo.

En conclusión, y en referencia a la Ciudad de México, se define el lugar de aprendizaje social como un lugar de encuentro y para la ciudadanía, es decir, un lugar de reunión donde surge la confrontación de los actores sociales, en lo cual se reflejando la diversidad de grupos, el intercambio de experiencias y la tolerancia de unos hacia otros.

Lo que nos lleva a pensar que: una condición de libertad es aquella en donde es posible reunirse en público (Janson Wolfrum, 2008).

Así, la plaza pública podría representar un excelente lugar de aprendizaje gracias a las diversas condiciones y circunstancias sociales que ahí se generan, y dónde también se generan nociones profundamente democráticas relacionadas con la responsabilidad personal y de autoayuda que se llega a despertar en la conducta de los ciudadanos que utilizan la plaza pública. Por lo tanto, en éste caso, el aprendizaje ocurre situacional



Figura 2: Graffiti en la plaza pública, Ciudad de México, 2012. Cortesía de Joaquín Aguilar Camacho

CASO DE ESTUDIO. LA PLAZA DE LA REPÚBLICA (CON EL MONUMENTO DE LA REVOLUCIÓN)

Metodología

Con el fin de dar respuesta a las preguntas “¿qué?”, “¿cómo?” y por último “¿para qué?” se aprende en la plaza pública en el contexto socio-espacial de la Ciudad de México, se analiza la Plaza de la República (con el Monumento a la Revolución) como un ejemplo sobresaliente de una plaza pública revitalizada del Centro Histórico durante los últimos años, dentro del proceso de rescate del espacio público y como resultado de un programa de mejoramiento, describiendo e intentando comprender los patrones de apropiación sobre la base de las actividades observadas. En consecuencia, las propiedades socio-espaciales o “valencias” de la plaza como un lugar de apropiación activa así como el equipamiento espacial, las situaciones arquitectónicas (protección, sorpresa, etc.), y las prácticas sociales, entre otros factores, se comparan con las actividades como indicadores de necesidades de apropiación, sinónimo de un aprendizaje subjetivo por identificación y en donde se toma en consideración las dimensiones: confrontándose del (los) otro (s), con él (los) otro (s) y del lugar.

La investigación de campo se centra a la idea de un espacio en transformación constante, un

espacio dinámico producido a través de sus aspectos físicos así como por la interacción de los usuarios mismos. Por ello, se estructura el caso de estudio según la triada de la producción de espacio de Henri Lefebvre (1974), dividido en tres etapas. En la primera etapa, refiriéndose al concepto de “espacio concebido” (“l’espace conçu”), la representación del espacio relacionado al espacio “pensado”, “planeado”, se lleva a cabo un análisis de la planeación. Indagando la relación entre la planeación física y las ideas teóricas filosóficas. Adicionalmente se entrevistó de una manera extensa a Daniel Escotto Sánchez, coordinador general de la Autoridad del Espacio Público (AEP) del gobierno de la Ciudad de México durante la gestión de Marcelo Ebrard Casaubón, con el fin de estudiar ideas y conceptos, planos, programas e iniciativas. Cabe mencionar que en este periodo administrativo se realizaron numerosos proyectos de rescate de espacio público, entre otros la rehabilitación de la Plaza de la República.

En la segunda etapa, basada en el “espacio percibido” (“l’espace perçu”), resultado de las prácticas espaciales, del movimiento y de la interacción, se desarrolla una observación no participante interpretando la plaza pública como un lugar de apropiación activa, elaborando un “Behavioural Mapping” o “Activity mapping” en forma de documentación fotográfica tomada durante diversas horas del día y a lo largo de la semana sobre un tiempo determinado. A través de esta descripción “densa” se investiga el comportamiento de los usuarios en el espacio, es decir “quién hace qué y dónde”.

La tercera etapa se centra en el “espacio vivido” (“l’espace vécu”), el cual está basado en la relación inconsciente entre el ser humano y el espacio, es decir, la relación subjetiva y personal de

los habitantes con el lugar. Se desarrolla una investigación cualitativa mediante entrevistas con los usuarios, interviniendo y documentando las entrevistas, interpretando símbolos y asociaciones de la hermenéutica, tomando en cuenta el componente del tiempo.

1era Etapa: Espacio concebido”¹. Análisis de la planeación Aspectos históricos

La Plaza de la Republica es uno de los grandes espacios abiertos de la Ciudad de México ubicada al límite poniente del Centro Histórico, en cuyo centro se encuentra el Monumento a la Revolución, uno de las obras arquitectónicas más suntuosas de la ciudad. Su edificación se puede clasificar a través de tres tiempos: el de la edificación de la estructura del antiguo Palacio Legislativo, el de su modificación para convertirlo en monumento y el de la actualidad que incluyó la restauración del Monumento a la Revolución, la rehabilitación de la Plaza de la República y su entorno urbano.

Su origen y trazo original corresponde al solar que a comienzos del siglo XX se había asignado para levantar el nuevo y gran edificio del Palacio Legislativo de México diseñado por Émile Bénard, quien ganó el concurso convocado en 1897 por el entonces presidente del país, el general Porfirio Díaz, con el fin de crear uno de los edificios más espectaculares del mundo poniendo a la capital mexicana a la altura de las modernas metrópolis orientando el diseño del nuevo edificio legislativo a los del capitolio de Washington o el congreso de Viena. Se había levantado buena parte de la estructura cuando el

estallido del movimiento armado revolucionario en 1910 obligó a suspender la obra.

Por la falta de recursos, la enorme estructura de metal permaneció inutilizada durante varios lustros, por lo que se empezó a dismantelar las naves laterales e incluso se ponderó acerca de la demolición total del inmueble. Para evitarlo, el arquitecto mexicano Carlos Obregón Santacilia propuso al entonces Secretario de Hacienda, Alberto J. Pani, la reutilización de la parte central del frustrado Palacio Legislativo para erigir un monumento a la recién concluida Revolución Mexicana, celebrando de esta forma a la masa anónima que hizo posible los cambios logrados. Dicha propuesta fue aceptada y su construcción, encargo de ambos arquitectos, se llevó a cabo entre 1933 y 1938.

El inmueble fue convertido en 1936 en un mausoleo, en cada una de las cuatro columnas que constituyen la base del monumento, se conservan los restos de algunos protagonistas de la lucha por un México nuevo: Francisco I. Madero, Venustiano Carranza, Francisco Villa, Plutarco Elías Calles y Lázaro Cárdenas. En 1985, se llevaron a cabo trabajos de recuperación por causa de los efectos de los sismos, es decir, mantenimiento de la plaza y de la cimentación del monumento, asimismo se decidió aprovechar las galerías en el sótano del monumento para instalar en ellas el Museo Nacional de la Revolución mismo que se puso a disposición del público en 1986.

La Plaza de la República con el Monumento a la Revolución resintió durante las décadas pasadas una considerable degradación en repercusión del abandono en que se encontraba esa parte de la ciudad. Por ello, se presentaba una imagen urbano-arquitectónica deteriorada, desordenada e históricamente incongruente antes de la renova-

1 "l'espace conçu"

ción. Banquetas rotas, flanqueadas por espacios abandonados utilizados como estacionamientos, las fachadas de edificios mediocres y el uso excluyente de una zona predominantemente roja por la noche, materializada por la acumulación de hoteles de paso a su alrededor.

Hoy en día, la plaza representa un ambicioso proyecto de planeación y recuperación urbana transcendido en el marco conmemorativo en torno de las celebraciones del Bicentenario de su Independencia y el Centenario de su Revolución, inaugurada el 20 de noviembre de 2010. Cabe mencionar que las extensas celebraciones durante el “Año de la Patria” o “Año de la Nación” fueron acompañadas por una llamada “revitalización” del espacio público en el centro de la Ciudad de México promovido por el gobierno de la ciudad que se remonta a la década de 1990. Este proceso de revitalización del Centro Histórico de la Ciudad de México llevó, entre otros proyectos, a una transformación de la Plaza de la República en un espacio urbano de grandes dimensiones para el esparcimiento, la cultura y sus manifestaciones artísticas, renovado para los peatones en particular.

El denominado “Proyecto integral y obra de la Plaza de la República”, diseñado por la Autoridad del Espacio Público (AEP) y la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda (SEDUVI) del Gobierno del Distrito Federal, incluyó el desarrollo de un ambiente cívico lúdico en relación con la plaza para el esparcimiento de la población y la restauración del monumento por medio de trabajos de limpieza, reparación estructural y ornamental. De la misma forma que se acentuaron las características espaciales del monumento con un sistema avanzado de iluminación, dando seguridad al público en general. La instalación de un elemento enfático y reversible como un ele-

vador panorámico en el centro del monumento que atrae y permite a los visitantes subir hasta el mirador para apreciar la ciudad. Y por último la ampliación y modernización del museo, que mejora la vinculación de la plaza y el monumento al extender la zona de la cimentación como espacio utilizable y permitió la inauguración de una cafetería y tienda en la zona superior.

Aspectos urbanos

La Plaza de la República es un gran espacio público ubicado en el extremo poniente del perímetro “B” del Centro Histórico de la Ciudad de México, localizado dentro de la demarcación que corresponde a la Colonia Tabacalera, en la Delegación Cuauhtémoc. La plaza se encuentra entre las calles de Valentín Gómez Farías, José María Lafragua e Ignacio Ramírez y está rodeada por la Avenida de la República, conectando a la plaza con el Paseo de la Reforma y la Avenida Juárez, siguiendo en dirección a la Plaza de la Constitución por la Calle Francisco I. Madero.

Antes de su “revitalización”, la plaza presentaba distintas problemáticas relacionadas a la accesibilidad debido a su desvinculación respecto a la estructura urbana de la colonia Tabacalera. Asimismo, la segregación de la plaza respecto al sistema de plazas del Centro Histórico, el olvido de su interés y la falta de inversión y mantenimiento en los edificios circundantes, la transformaron en un estacionamiento alternativo, dificultando así la movilidad.

Hoy en día, la Plaza de la República funge como un polo urbano de un eje urbano históricamente renovado, que vincula linealmente esta plaza con el corazón político de México, el Zócalo, incluyendo la Alameda Central (con el Hemiciclo a Juárez) y el corredor de Madero

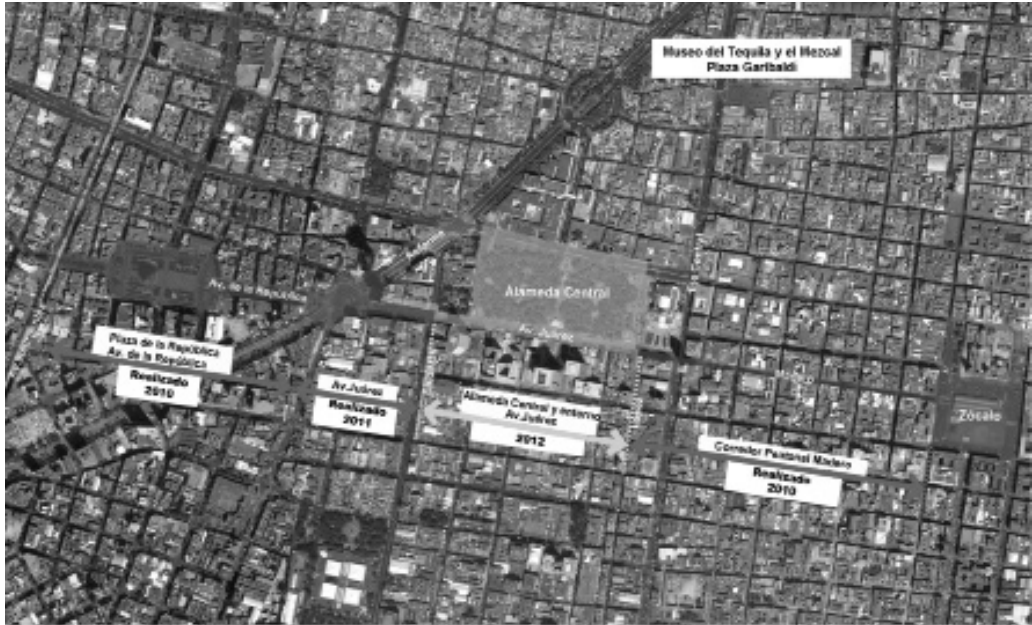


Figura 3: Eje urbano: Plaza de la República-Alameda Central-Zócalo. Cortesía de Daniel Escotto Sánchez

(figura 3), con el fin de crear un nutrido corredor peatonal entre estos dos puntos. Adicionalmente permite la vinculación con dos vialidades de la mayor importancia para el país, Paseo de la Reforma y la Avenida de los Insurgentes, conexiones que garantizan la accesibilidad desde otras áreas de la capital. Alrededor de la plaza se levantaron algunos edificios de estilo Art Decó, propio de la época. Destacando buenos ejemplos de dicho estilo como el Frontón México.

Se puede llegar por transporte público desde la estación del Metrobús homónima de la Línea 1 que transcurre la Avenida de la Revolución, o por el metro de la línea 2 Taxqueña-Cuatro Caminos desde la estación Revolución caminado un par de cuadras. Además, se nota un esfuerzo significativo por parte de la administración pública de la ciudad al estimular sistemas de movilidad alternativos, tales como el Metrobús y el

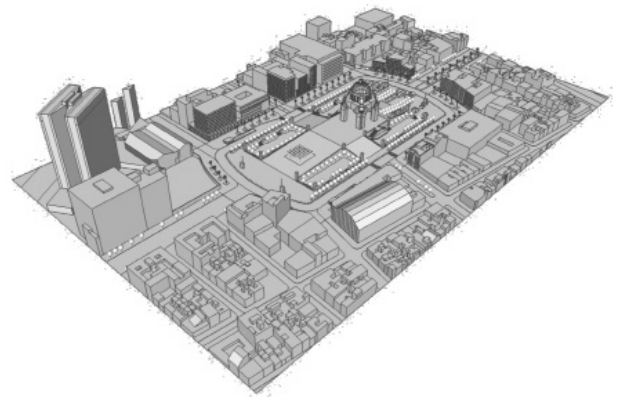


Figura 4: Accesibilidad por el transporte público. Elaboración propia

uso de bicicletas con la ciclo estación 270 que se encuentra al norte de la plaza (figura 4).

Aspectos arquitectónicos

El diseño actual corresponde a los arquitectos Carlos Obregón y Mario Pani quienes consideraron en su proyecto, realizado entre 1936 y 1938, las dimensiones del lugar existente, dando lugar a la creación de la plaza. Después de su reapertura en 2010, para las celebraciones del Centenario de la Revolución Mexicana, el espacio fue “revitalizado” bajo el lema “menos es más”, respetando las características espaciales del lugar, enfocándose en el programa existente. En realidad no se inventaron nada, solamente “asociaron lo público con calidad”², reordenando o más bien “limpiando” la plaza y conectando de manera sensible lo antiguo con lo nuevo.

La prioridad en el diseño de las superficies y pavimentos de la plaza fue lograr planos continuos eliminando cambios de nivel, escalinatas y cualquier objeto que interrumpiera la continuidad de la superficie. Se recuperó la loseta original de la plaza y de las banquetas, se colocó un nuevo mobiliario urbano en conjunto con un sistema de iluminación moderno. Adicionalmente se rehabilitaron los cuatro espacios que a manera de patios a desnivel complementan al monumento con el objeto de ofrecer a los visitantes espacios iluminados por la noche, así como amplios y sombreados durante el día. Por ello, plantaron filas de palmas en relación a los árboles existentes y como herramienta de atracción crearon una rampa que desemboca en el nivel subterráneo del museo remodelado. En total, la obra



Figura 5: Configuración urbana arquitectónica. Fotografía: Christof Göbel

de pavimentos sumó 72,701 metros cuadrados, incluyendo a las calles aledañas (figura 5).

En el centro de la plaza se encuentra el Monumento a la Revolución, un hito conmemorativo a los héroes de la Revolución Mexicana de 1910 con una apariencia colosal y una calidad arquitectónica destacada, considerado el arco de triunfo más alto del mundo con 67 metros de altura. Este monumento representa un hito indispensable en la mega-ciudad de México el cual destaca por lo masivo y geométrico de su construcción que remite a la arquitectura prehispánica, sin embargo también es fiel representante de una las corrientes arquitectónicas del momento de su construcción, el estilo Art Decó.

El monumento está “revitalizado” por un ascensor de cristal que conduce a una plataforma de observación y permite obtener una vista panorámica sin obstáculos hacia la urbe metropolitana. La cúpula fue reconstruida por medio de una forma modificada en un ecléctico Art Decó

² Las citas de este apartado derivan específicamente de una entrevista extensa del 23 de marzo de 2015 con Daniel Escotto Sánchez, coordinador general de la Autoridad del Espacio Público (AEP) del gobierno del Distrito Federal (2009-2012).

combinado con el realismo mexicano socialista. En la parte superior de los cuatro pilares, figuras en relieve diseñadas por el escultor Oliverio Martínez fueron adjuntadas, en representación de la Independencia, las “Leyes de Reforma” y los actos agrícolas y laborales.

Otro atractivo de la Plaza de la República que fue renovado (figura 6) son las fuentes secas colocadas últimamente en la rampa oriental de la explanada de la plaza. Éstas ofrecen un espectáculo de luces y movimientos, lanzando sus chorros al ritmo de la música. El espectáculo tiene una duración de aproximadamente 20 minutos, lo que genera mayores atracciones visuales durante la noche, combinando la iluminación del monumento y de la plaza. Las fuentes son creación de Ecofenix Fuentes y cuentan con 100 chorros de agua verticales a presión iluminados y 100 pulverizadores.



Figura 6: Plaza de la República remodelado. Fotografía: Cortesía de Daniel Escotto Sánchez

La renovación cristalizó la importancia histórica del sitio a través de la preservación de una manera valiosa, transformando la Plaza de la República en un espacio urbano más agradable, usando colores claros, con el motivo de que “los visitantes se sientan más cómodos”. El resultado es visible,

personas confirmaron que, antes de la renovación de la Plaza de la Revolución y el Monumento a la Revolución, nunca visitaban el sitio realmente, sólo lo transitaban, debido a su falta de atractivo y apariencia caótica. Sin embargo, después de la remodelación del lugar, califican la plaza de “bonita” de tal manera que quizás “la revitalización pueda detonar el inicio prometedor de una nueva cultura arquitectónico-espacial capaz de competir con otras ciudades, en especial las europeas como París, Barcelona, Berlín” (Krieger, 2011).

Aspectos funcionales

La Plaza de la República siempre ha sido un lugar emblemático y disputado con lo cual el espíritu revolucionario se ha mantenido vivo. No obstante, antes de su “revitalización” fungieron grandes partes de la plaza como estacionamiento público para autobuses y coches de todo tipo, mientras que alrededor de la plaza se han expandido los puestos ambulantes del comercio informal.

Hoy en día, después de la remodelación del lugar, la plaza se ha transformado en un espacio abierto para la recreación, la cultura y sus manifestaciones artísticas. Se realizan distintas actividades culturales entre las que destaca el Elt, uno de los festivales de música electrónica y arte multimedia más importante del continente americano que en 2003 reunió a casi 200.000 personas. Por otra parte, la Plaza de la República no es sólo un lugar para la diversión, ya que allí se producen una gran cantidad de manifestaciones políticas y asambleas de diferentes tipos.

Al mismo tiempo, la Autoridad del Espacio Público (AEP) y la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda (SEDUVI) pretendieron crear un oasis de tranquilidad y descanso dentro de las redes semánticas que ofrece el centro de la Ciudad de

México, es decir, un respiro dentro de una megalópolis densa y contaminada. Por ello, se restringió el paso del automóvil en la Avenida de la República a un carril, liberando suficiente espacio para el peatón, por lo que permanece únicamente una traza para el autobús, intentando establecer una cultura peatonal en el Centro Histórico.

Con el fin de (re-) conectar la gente con el lugar, se planearon nuevas atracciones ya que aparentemente los “catalizadores” o “atractores” existentes no son suficientes (aunque no se modificó el arreglo de la plaza en su esencia), destacando el ascensor de cristal que nos transporta al mirador en la cúpula y las fuentes secas de la explanada.

Dicho elevador se constituye como una estructura simbólica del acceso a una nueva experiencia del paisaje urbano, diariamente decenas de personas lo utilizan para ascender a la cafetería escénica y al mirador panorámico, desde donde se disfruta de una perspectiva poco común de la ciudad, misma que dibujó desde este punto Juan O’Gorman para su famosa obra “La ciudad de México” de 1949. Todo ascenso en el elevador permite vivir una transición entre la ciudad actual y el “panteón” de la Revolución. Cabe mencionar que el mausoleo fue recuperado también en donde descansan los restos de algunos de los héroes de la Revolución mexicana.

La fuente seca, liebre por gato entregada a los ciudadanos, se ha convertido en un gran espectáculo visual por ser un elemento digital musicalizado. Día a día cientos de personas se acercan a mojarse o bien para jugar o ver jugar, por lo que la explanada se transforma en una especie de playa urbana. Y por las tardes, se utiliza la plaza como centro de recreación acuática, las personas sin necesidad de usar traje de baño corren en

medio de los destellos del agua proporcionando diversión a los niños y también a los adultos.

2da Etapa: “Espacio percibido”³. Inventario fotográfico-documental (7/24) de actividades

Al hablar del espacio percibido, se hace referencia al resultado de las prácticas espaciales, del movimiento y de la interacción que las personas generan en el espacio, siendo lo más cercano a la vida cotidiana. Para ello, se propone la elaboración de un mapeo de actividades a través de la documentación fotográfica-documental en un inventario 24/7, llevando a una descripción “densa” del comportamiento de los usuarios de la Plaza de la República, contrastando al espacio concebido con el espacio “ensoñado” (Delgado 2013).

Con este propósito, se instaló desde el viernes 16 de enero de 2015 a las 17.00 horas, hasta la misma hora del viernes próximo, 23 de enero 2015, una cámara fotográfica en el techo del edificio de la Escuela de Iniciación Artística No. 4. del Instituto Nacional de Bellas Artes (INBA) de Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA), ubicado en la calle de la República esquina Arriaga. Gracias al permiso de colocación de la cámara amablemente otorgado por el Lic. Gustavo Nogueira, encargado de la instalación, se dio registro a las actividades acontecidas en la plaza a través de fotografías tomadas en un lapso de cinco minutos. Adicionalmente se acompañó a éste inventario fotográfico con una bitácora en forma de protocolo de las actividades observadas por escrito, así como tomas fotográficas desde la perspectiva del peatón.

Se pudo notar que las actividades que se de-

³ “l’espace perçu”

sarrollan en la plaza son muy aleatorias durante toda la semana. Contrario a la concepción de la plaza planeada, se encuentra en la parte oeste de la Plaza de la República una manifestación gigante (figura 7), en la cual los maestros de Oaxaca como parte de la Coordinadora Nacional de Trabajadores de la Educación (CNTE), una organización de masas conformada por los trabajadores de la educación democráticos del país, demuestran su inconformidad de manera permanente, en contra de la Reforma Educativa propuesta por el Gobierno Federal, manteniendo un plantón en la Plaza de la República desde septiembre de 2013. Sin embargo, al parecer existen acuerdos con la administración pública para movilizaciones políticas en las tres plazas públicas de la ciudad, es decir el Zócalo, la Plaza de las Tres Culturas en Tlatelolco y la Plaza de la República.



Figura 7: Manifestantes ocupando un plantón de la Plaza de la República. Fotografía: Christof Göbel

Por ello, se marcan sus actividades físicamente a través de las tiendas de campaña en donde los manifestantes se alojan hasta tres meses y en ocasiones hasta más, organizando mesas centrales o marchas tanto al Zócalo como a algunas sedes de la Secretaría de Educación Pública (SEP),

informar sobre sus actividades, debatir, difundir mediante grandes bocinas erigidas programas de radio como memorias de la lucha, etc. e incluso organizan visitas a sus tierras en Oaxaca. Cabe mencionar que la formación de las tiendas de campaña no cambian en grandes rasgos, solamente sus inquilinos se mudan esporádicamente, mientras que cada semana se cambia quién está al frente de la campaña.

En general, las actividades dentro de la plaza comienzan a las 06:00 horas y se llevan a cabo hasta las 22:00 horas, el resto del tiempo es contada la gente que llega a hacer uso de la plaza. De las 06:00 horas a las 08:30 horas la Plaza de la República únicamente es ocupada como lugar de tránsito debido a que éstos son los horarios de entrada de los oficinistas y estudiantes. El lugar más frecuentado durante éste horario es sin duda alguna el Mini-Súper tipo "7 Eleven" en una de los laterales de la plaza. Al mismo tiempo empieza el primer turno de los trabajadores de mantenimiento que limpian la plaza y sus bordes físicos, otros turnos se realizan por la tarde/ noche.

Por la mañana a las 08:30 horas, personas con traje deportivo asisten a la plaza para realizar ejercicios en solitario o en grupo. En ocasiones llegan grupos muy grandes como sucedió durante esta semana en dos ocasiones cuando brigadas de bomberos formadas por más de cien personas se presentaron en la plaza, con el fin de practicar sus marchas de estilo militar, así como acondicionamiento físico. También se encontraron grupos de policías haciendo deportes.

Entre las 9:00 horas y las 11:00 horas se ven visitas de grupos al museo, especialmente durante la semana. El mirador desde lo alto del monumento es más concurrido por las tardes y antes del anochecer. A partir de las 11:00 horas en la

plaza se realizan diversas actividades como platicar, correr, jugar soccer, patinar, etc. o solamente cruzar la plaza ya sea en bici o caminando. Muchos de los transeúntes la cruzan solos y es aparentemente el uso de las eco-bicis el medio de transporte preferido para atravesar la plaza para llegar a su destino o para hacer el transbordo a otro medio de transporte.

Trabajadoras que venden colchones se reunieron en la explanada durante una mañana, mientras que los bordes físicos con sombra sirven de puntos de venta para los comerciantes ambulantes. Sin embargo, la cantidad de vendedores ambulante se ve bastante reducida en este sitio, ya que según un comerciante de dulces, la Delegación facilitará permisos únicamente a los vendedores de la Tercera Edad o discapacitados, aquellos a los que les "falta un brazo, una pierna, etc.". Por lo mismo, el aludido no sería acreedor de tal permiso y tendría que "escondarse" para no ser arrestado por un aproximado de trece horas y/ o pagar en el juzgado una multa que oscila entre 350 a 500 pesos.

En las tardes, especialmente durante los fines de semana, la gran explanada prominente con las fuentes secas se vuelve un divertido "centro urbano de entretenimiento" (figura 8). Jóvenes saltan por el agua mojándose, mientras que cantidades significativas los observan, sea desde la cercanía, a pie o sentados en la paredes laterales. La actividad número uno en la plaza es sin duda alguna observar a la gente. Al mismo tiempo, otros jóvenes hacen uso de la pendiente de la plaza con sus skateboards patinando o al andar en bicicletas, cuyas acrobacias nuevamente son admiradas por la multitud que se encuentra chismearando, echando novio o simplemente descansando. De esta manera, la plaza adquiere un ambiente familiar y público de convivencia y de relajación.



Figura 8: Diversión en las nuevas fuentes de la explanada. Fotografía: Christof Göbel

Las plazas laterales son usadas como espacios de actividad alternativa, un ejemplo son los danzantes con tambores, así mismo estas plazas sirven como espacio privado para los amantes. Adicionalmente, en las tardes de martes y miércoles se imparten talleres de malabarismo y otros tipos de espectáculos de cabaret, mientras que en las zonas adyacentes de la plaza, la gente se encuentra en los bares y cafés observando los sucesos desde lejos.

Cabe mencionar que la Plaza de la República es uno de los espacios extraordinarios en esta mega-ciudad en la cual los diversos estratos sociales se integran, ciudadanos y turistas (figura 9). Después de su "revitalización", la plaza aún es un lugar para los "vagabundos" sin hogar, los cuales buscan a partir de los 23:00 horas refugio especialmente en las partes laterales hundidas de la plaza para pasar la noche allí, en cuanto se apagan los reflectores que iluminan el Monumento a la Revolución y el tránsito peatonal se vuelve escaso. Solo en ocasiones la policía quita a los indigentes cerca del Monumento haciendo su ronda en la mañana.

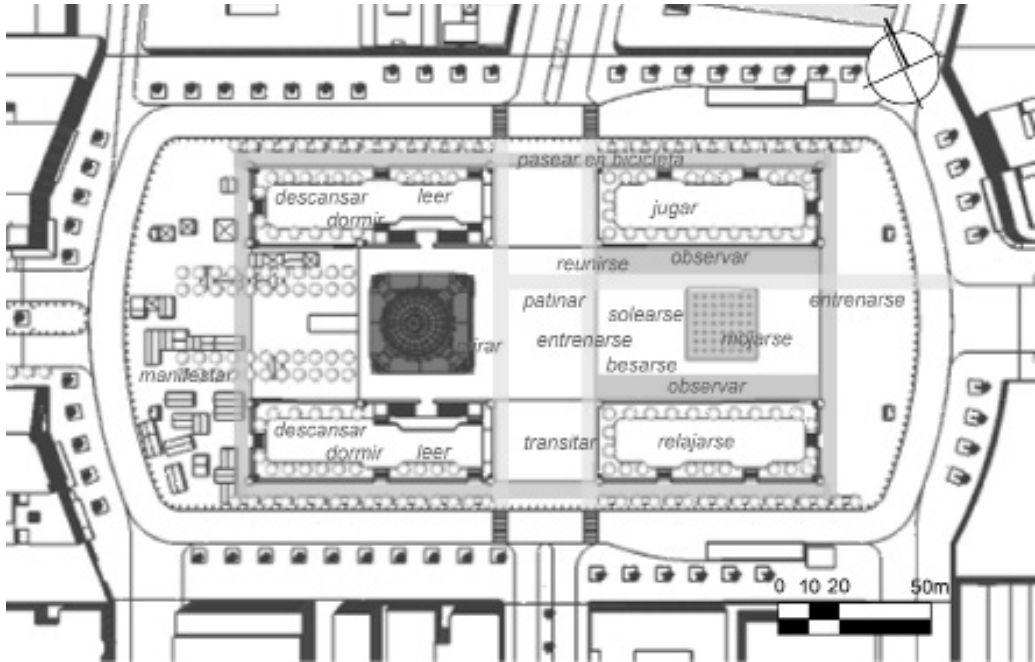


Figura 9: Mapeo de las actividades. Elaboración propia

Por ello, la Plaza de la República con el Monumento a la Revolución sigue siendo un lugar emblemático, un símbolo para la ciudadanía, un lugar de encuentro para diferentes grupos (como los clubes de motocicletas que parten a sus rutas por toda la ciudad cada sábado después de las 14:00 horas), sea para divertirse, relajarse, encontrarse o manifestarse. Así, el lugar no ha perdido su espíritu revolucionario, cuya memoria aún está legible. Aunque existen voces que argumentan que las fuentes solamente sirven como distracción para la gente, arrollando la importancia de la lucha política, otros opinan que la policía debería enseñar a las personas a respetar sus símbolos y no reprimir los mismos, debido a que "la gente orinaría mucho en la plaza", denigrando el espacio sin tomar en cuenta que más de un millón de personas hayan perdido sus vidas en la Revolución.

3ra Etapa: "Espacio vivido"⁴. Entrevistas con usuarios. Actores

La investigación del campo se culmina con la de "espacios vividos", el envoltorio del espacio físico provisto de sistemas simbólicos complejos donde se asilan las imágenes e imaginarios, el espacio cualitativo de los sometimientos a las representaciones dominantes del espacio, pero también en el que beben y se inspiran las deserciones y desobediencias (Delgado 2013).

Por esta razón se dio a la tarea de realizar una serie de entrevistas basadas en un cuestionario subdividido en tres partes: actividades, movi-

⁴ "l'espace vécu"

mientos y flujos, así como características físicas y mobiliario urbano (figura 10). De las 20 personas entrevistadas, 13 fueron mujeres y los 7 restantes, hombres, los entrevistados oscilan entre los 17 años y los 68 años de edad. En cuanto a la cercanía de los usuarios desde su hogar hacia la plaza, se consta que solo un 3% vive en la proximidad de un kilómetro, la gran mayoría viene desde lejos de la plaza (80%) y un 17% se aloja a una distancia media de 5 kilómetros.

deras de las fuentes (figura 11). Otra actividad que toma una posición predominante dentro del sitio se puede describir con el verbo jugar (24%) puesto que la población es en su mayoría joven. Los jóvenes son quienes en diferentes áreas de la plaza realizan actividades como patinar, mojarse en las fuentes, practicar skateboarding, jugar con la pelota (futbol), hacer malabarismo, andar en bicicleta o simplemente pasear a su mascota. Siguen en el ranking el esparcimiento o el tránsito, ya mencionado, dado que especialmente por la mañana y las tardes la plaza está transitada debido a motivos laborales y escolares. Otras personas mencionaron que se usa la plaza para ejercitarse (6%), pocos para trabajar vendiendo dulces y cigarros o a manera de punto de reunión.

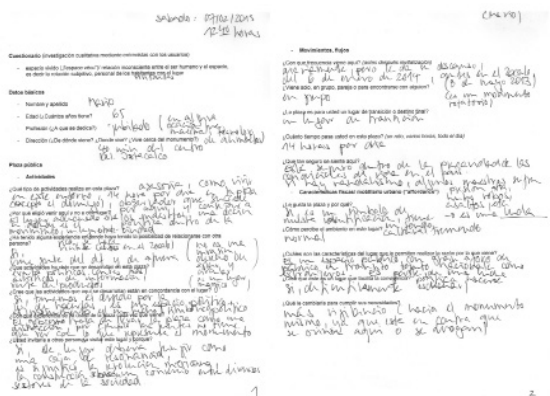


Figura 10: Cuestionario. Elaboración propia

La Plaza de la República es mucho más que un lugar de tránsito, es tan abierta que permite la integración de los usuarios por medio de alguna actividad, sea de contemplación, recreación y/ o esparcimiento. Dada la ubicación que tiene la Plaza de la República, es pertinente mencionar que se realizan actividades de orden variado lo cual denota áreas específicas dentro del espacio de la plaza, así como zonas de inmediata proximidad, entre las que destacan las avenidas principales ubicadas en las cuatro orientaciones cardinales respecto a la plaza.

De las actividades que se realizan en la plaza destaca el motivo de recrearse (31%), primordialmente observar a la genta ocupando las la-

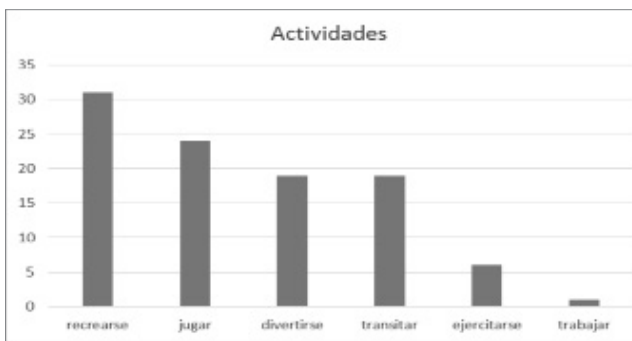


Figura 11: Actividades realizadas en la plaza, mencionados por los usuarios mismos (en %). Elaboración propia

Muchas de los entrevistados coinciden en que visitan la plaza por la diversidad de las actividades al salir con su familia y porque no existe otra plaza cerca que tenga lo que ellos necesitan. La posición geográfica determina que en la circunferencia de la plaza existen diferentes edificios de oficinas, restaurantes, bancos, estacionamientos, tiendas, hoteles, escuelas, entre muchos otros tipos de negocios que hacen que la Plaza de la República represente un lugar bastante concurrido, ofreciendo muchos espacios para la interac-

ción. Por otro lado, también concuerdan en que la plaza es un lugar sumamente tranquilo que invita a la relajación, y en ese sentido debería haber mayor cantidad de actividades dinámicas que atraigan principalmente a los jóvenes.

En promedio los usuarios permanecen entre 30 minutos y tres horas en la plaza, pero todos y cada uno en horarios distintos. Los entrevistados hicieron hincapié a un sentido de pertenencia, sintiéndose completamente llenos por adquirir un sentimiento de seguridad, agrado y bienestar dentro del área de la Plaza de la República en especial por parte de quienes acuden en familia o las parejas con hijos, los cuales comentan que disfrutan de contar con un espacio de tamaño suficientemente amplio respecto a la cantidad de visitantes en fines de semana. Es un lugar idóneo para relajarse y convivir familiarmente.

En el sentido de cohabitar en el mismo sitio, aunque sea de forma temporal, resulta agradable para los usuarios, coincidiendo en que las propiedades que enmarcan las características de la plaza son apropiadas para el desarrollo y desenvolvimiento humano de la comunicación verbal y física, aunque quizás haya demasiado espacio transitorio y menos de estadía, ya que el usuario asocia un intervalo mayor de tiempo para el fructífero desarrollo de la comunicación.

CONCLUSIONES. APRENDIENDO DE LA PLAZA DE LA REPÚBLICA

En general, la plaza pública como un lugar social del aprendizaje, como escenario para el encuentro y la formación de la ciudadanía está limitado en una ciudad como la megalópolis de la Ciudad de México por los fenómenos predominantes como la segregación y la fragmentación, ya que la falta de diversidad excluye cualquier posibili-

dad de interacción. El espacio público desaparece cada vez más en el proceso de espacialización de la desigualdad social, por lo que nuevas tipologías de apariencia pública como el centro o plaza comercial emergen y substituyen la plaza. Al mismo tiempo existe el deseo de un espacio social e integrado en el sistema, reflejando con ello la necesidad de la población de contar con lugares de convivencia y socialización de libre y fácil acceso (Göbel, 2013). En este sentido, la Plaza de la República se ha convertido como pocas en un ejemplo público de escenario de encuentro, de discusión, de convivencia, de manifestación, revelando un uso intensivo y una construcción material y simbólica por parte de la ciudadanía.

La Plaza de la República con el Monumento a la Revolución se está volviendo un símbolo de la Ciudad de México, un polo urbano para la identificación. Actualmente, la población puede apropiarse de la plaza y lo hace en gran medida, después de haber sido utilizada en épocas anteriores principalmente como un estacionamiento público, con puestos de comida informales en sus costados y otros comerciantes ambulantes entre éstos (Göbel, 2015). Existe una convivencia entre los habitantes, visitantes y manifestantes, cumpliendo así con el objetivo de los planeadores reactivando el sentido de la plaza como un espacio de encuentro para todos y para la ciudadanía, en la cual la disputa es bienvenida.

Por ello, los manifestantes no fueron expulsados de la Plaza de la República, donde todavía hoy en día una multitud de protestas y otras manifestaciones públicas se llevan a cabo. Incluso, tienen más espacio ahora y también hay menos comercio. Cabe mencionar que no solamente las manifestantes no fueron desplazados en el transcurso del rediseño de la plaza, sino que los vendedores ambulantes, artistas callejeros y otros "vagabun-

dos” aún pueblan el lugar, de tal manera que la Plaza de la República es un dominio público representando un modelo de convivencia. Asimismo, el embellecimiento de la plaza provocó su “revitalización” al fomentar la apropiación mediante una mejor accesibilidad.

En consecuencia, se han podido observar en la Plaza de la República diversas formas de usos y apropiaciones como sinónimos de un aprendizaje de competencias aprendiendo del(os) otro(s), con el/os otro/s y del lugar. Es un “escenario en que cada ser humano desarrolla sus competencias como ser social que se sitúa en un determinado tiempo y lugar” (Delgado 2013:2). Es decir, en este espacio se puede encontrar y convivir con otros y puede suceder algún aprendizaje de índole cívico o social como la tolerancia, la solidaridad, el respeto o la amistad. El Sr. Mario, por ejemplo, aprendió en esta plaza cómo conviven los maestros de Oaxaca y qué piensan sobre el gobierno (figura 10), por lo cual, la Plaza de la República es sin duda alguna un lugar apropiado para politizar a la gente. Además de organizarse y de manifestarse, se aprenden aquí ciertos comportamientos de discusión. Al contemplar y dialogar con la ciudad, el ciudadano actual puede preguntarse “qué hacer en ella, qué hacer con ella, lo cual es, después de todo un ejercicio cívico” (Autoridad del Espacio Público (AEP): 62).

Adicionalmente a las facultades de comunicaciones y competencias cooperativas sociales de convivencia, se aprenden en la Plaza de la República diversas competencias físicas como patinar, jugar y hacer malabarismo. La plaza invita al descubrimiento, observando la gran cantidad de niños y jóvenes jugando en el agua de la fuente en conjunto con la música de la misma, se puede entender y sentir las características del agua. Del mismo modo aprendiendo del lugar, los manifes-

tantes entendieron posicionarse adecuadamente en el espacio, ya que solamente en la parte oeste de la plaza se les permite desarrollar y extender físicamente, lo cual podría ser visto de manera crítica también en cierta forma como una “domesticación” de la protesta pública y una limitación de la libre expresión. También los skaters (fans de las patinetas) han aprendido en la Plaza de la República a utilizar una pequeña pendiente a fin de realizar sus acrobacias, misma pendiente que inicialmente fue implementada para resaltar la majestuosidad del Monumento de la Revolución.

Con el fin de educar a la gente, Daniel Escotto Sánchez explicó que la Autoridad del Espacio Público (AEP) del Distrito Federal prescindió de instalar nuevos botes de basura, esperando que a través del rediseño y la revaloración de la Plaza de la República las personas mismas empiecen a cuidar el espacio, evitando la acumulación de los desechos, lo cual aparentemente funciona. Evidentemente a la gente le gusta y respeta la plaza apreciando su nuevo aspecto arquitectónico, sin embargo quizás el proyecto hubiera servido aún mejor como medio para otorgar identidad si se hubiese involucrado más a la población en la planificación. No obstante, esto podría haberse opuesto diametralmente a las intenciones del proyecto, porque hace ya muchos años y de manera muy popular que la gente se apropió y transformó la plaza, para el descontento de los planificadores, arquitectos, historiadores y/o propietarios. Por ello, tampoco aquí se integró a la población en el proceso de la remodelación reciente. Por el contrario, fue una planificación autoritaria por parte del gobierno local.

Sin embargo, una participación pública en la organización de un lugar y de la concepción y la gestión de los espacios públicos representa un símbolo de identificación e identidad en el sen-

tido de una apropiación emocional, entendido como ejemplo de lugares de encuentro y para la ciudadanía, y por tanto, como espacios de aprendizaje social. La ampliación de los límites de la planeación tradicional así como el reconocimiento de la importancia de la cultura cívica y las perspectivas civiles en particular, acarrear un nuevo rol y una redefinición del arquitecto y urbanista de acuerdo con la idea de Marcos Rosa L. (2011). Así, según la definición de Hélio Oiticica de artista como fabricante, cualquier persona activa y propositiva podría tomar de manera generosa un papel propositivo en el entorno en el que habita. Según esta definición, se entiende al arquitecto como cualquiera persona activa en un espacio (Oiticica, 2007, en: Rosa, 2011: 20).

En este sentido, la apropiación extensa de la Plaza de la República como un espacio en constante transformación a través de la interacción de sus usuarios fungiendo como productores del espacio, convierte esta plaza en un lugar de aprendizaje de competencias sociales, estéticas y emocionales, ampliando el sentido de formación en general. Un espacio público puede no solo cumplir con una función urbanística, sino también puede ayudar a desarrollar competencias ciudadanas entre los usuarios. Aprendemos no sólo en las instituciones tradicionales como en la escuela o en la universidad, por ello deberíamos tomar en consideración la existencia de lugares de aprendizaje múltiples y el espacio público urbano en particular.

BIBLIOGRAFÍA

- AUTORIDAD del Espacio Público (AEP) (2012) "Espacio público. Ciudad de México 2009-2012". Ciudad de México, Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda (SEDUVI) del Gobierno del Distrito Federal, pp. 46-63
- DELGADO, M. (2013). "El espacio público como representación. Espacio urbano y espacio social en Henri Lefebvre", en: *Ordem Dos Arquitectos. Secção Regional Norte, A Cidade Resgatada*, Oporto, en: http://www.oasrn.org/pdf_upload/el_espacio_publico.pdf, pp. 1-6
- DEINET, Ulrich (2009) "Aneignung und Raum. Zentrale Begriffe des sozialräumlichen Konzepts" ("Términos centrales del concepto social-espacial"), en Deinet, Ulrich (editor), *Sozialräumliche Jugendarbeit. Grundlagen, Methoden und Praxiskonzepte*, tercera edición revisada, Wiesbaden, vs Editorial para ciencias sociales, GWV Editoriales especializadas GmbH, pp. 27-58
- GÖBEL, Christof (compilador) (2013) "Diversas miradas. La plaza pública en la ciudad de hoy en día", Colección Arquitectura y Urbanismo Internacional (AUI), México D.F., UAM-Azcapotzalco, Departamento de Evaluación del Diseño en el Tiempo/ CYAD
- GÖBEL, Christof (2015) "Staging of memory: recovery of public spaces and the bicentenary celebrations in Mexico City", en TRIALOG, *Zeitschrift für das Planen und Bauen in der Dritten Welt* (revista para la planeación y construcción en el Tercer Mundo), Urban Memory, Städtische Erinnerungsräume (4/2014), Frankfurt, Alemania, publicación en proceso

- JANSON, Alban y Wolfrum, Sophie (2008) "Leben bedeutet zu Hause sein, wo immer man hingeht" ("Vivir significa estar en casa, hacia donde siempre se va"), en: Hasse, Jürgen (editor), Die Stadt als Wohnraum (La ciudad como espacio habitable), Friburgo, Múnich
- KRIEGER: Peter (2011) "Obras, documentos, noticias. La revitalización necesaria del Monumento a la Revolución", publicaciones electrónicas, volumen xxxiii, número 98, año 2011, Instituto de Investigaciones Estéticas, Universidad Nacional Autónoma de México, en: <http://www.analesiie.unam.mx/index.php/analesiie/article/view/2369/2721>
- LEFEBVRE, Henri (1974) "La production de l'espace", Paris, Anthropos
- LEONTIEV, Alexei Nikolajewitsch (1980) "Probleme der Entwicklung des Psychischen" ("Problemas del desarrollo de lo psicológico") (1973), edición alemana, Königstein/ Ts, Athenäum Verlag
- OTICICA, Hélio (2007) "The body of color", catálogo de exposición, Tate Modern, Londres
- ROSA L., Marcos (organizador) (2011) "Micro Planjeamento. Práticas urbanas creativas", "Mircoplanning. Urban Creative Practices", Sao Paulo, Sociedad Alfred Herrhausen.

Araceli Zaragoza Contreras

Analicemos desde su gráfica y arquitectura a “México 68”.

Un patrimonio cultural y su impacto en la formación de profesionales del diseño

Reconocer una “ciudad” a través de su herencia cultural es reconocer su pasado, que al correr del tiempo ha dejado un “patrimonio” que ha sido generado a través de las diversas actividades que desarrollaron los individuos de una comunidad. Cabe destacar que la geografía urbana juega un papel determinante en la configuración del movimiento social en una comunidad y que a través de sus edificaciones, calles, asentamientos, pinturas, murales y registros gráficos, hace evidente su historia marcando la transición entre cada una de sus diferentes épocas, reconociendo el devenir de su “aquí y ahora”.

Ciudad de México octubre de 1968, un momento siempre significativo para los habitantes de esta ciudad; sin duda muchos mexicanos guardan en su memoria los impactantes acontecimientos que hace más de 45 años marcaron su historia. El 2 de octubre de 1968, en la Plaza de las Tres Culturas, ocurrió la represión de ciudadanos y estudiantes politécnicos y universitarios por parte del ejército, culminando en una masacre que bien pudo estar auspiciada por un gobierno impositivo y totalitario. Posteriormente con un fuerte contraste el 12 de octubre del mismo año se inauguraban con una gran fiesta los XIX Juegos Olímpicos, en la misma ciudad que aun lloraba por sus muertos y desaparecidos.



Profesora investigadora del Departamento de
Procesos y Técnicas de Realización, CYAD, UAM Azcapotzalco



Figura 1: Represión del 2 de octubre, fuente: www.sobrehistoria.com



Figura 2: Inauguración de los XIX Juegos Olímpicos, fuente: www.backfm1009.com

El Comité Olímpico Internacional, el 16 de octubre de 1963, concedió a México la organización de la Olimpiadas de 1968, el Lic. Adolfo López Mateos es distinguido como *Presidente del Comité Organizador* el 28 de junio de 1965 por Díaz Ordaz, sin embargo meses después declinara el puesto por verse quebrantada su salud; y es justamente el 24 de octubre de 1966, por decreto presidencial a iniciativa del Lic. Gustavo Díaz Ordaz, que el *Comité Organizador de los XIX Juegos Olímpicos* transformó su estructura administrativa nombrado *Presidente* al destacado arquitecto Pedro Ramírez Vázquez. El cual, junto

con un equipo de brillantes profesionales, tanto nacionales como extranjeros, aceptó el reto de presentar al mundo la imagen de un México moderno, valioso en patrimonio cultural y competente para organizar un acontecimiento complejo de impacto internacional.

El Comité Organizador de los XIX Juegos Olímpicos quedó conformado de la siguiente manera:

- Presidente del Comité Organizador: Pedro Ramírez Vázquez
- Departamento de Diseño Urbano: Eduardo Terrazas.
- Departamento de Publicaciones: Beatrice Trueblood.
- Departamento de Estudiantes de Diseño: Manuel Villazon.
- Departamento de Proyectos Especiales: Peter Murdoch.
- Departamento de Diseño Gráfico: Lance Wyman.
- Colaboradores: Beatrice Colle, José Luis Ortiz y Jan Stornfeld.
- Diseñador Gráfico del Concepto: Lance Wyman.

Desde ese momento se constituyó formalmente el Comité Organizador que se encargó, junto a diversas secretarías de Estado, de la organización de los Juegos. Para hospedar a deportistas, jueces y entrenadores, se construyeron dos villas olímpicas y se emplearon hoteles y apartamentos. Casi todas las instalaciones deportivas se

¹ Para determinar la organización estructural de los equipo de trabajo, en algunos documentos se mencionan como “departamentos” y en otros se les denomina “dirección”; en todo caso, entendemos que se refieren a la responsabilidad que correspondió a cada uno de estos.

ubicaron dentro de los límites de la ciudad. En total, participaron 5516 atletas —4735 hombres y 781 mujeres— de 112 países, que compitieron en 172 eventos de 20 deportes

Gran evento de corte internacional, que se llevaría a cabo por primera vez en nuestro país, requería de un trabajo interdisciplinario para poder lograr la organización, diseño, construcción e implementación, entre otros. Nos esperaba un arduo trabajo, había que diseñar mucho, desde su imagen de identidad hasta su desarrollo urbano-arquitectónico, este gran esfuerzo fue realizado por más de 200 profesionales, y cuyo resultado quedó inscrito en los anales de la historia como parte importante de nuestro patrimonio cultural.

Esa manera de trabajar es enfatizada por el maestro Pedro Ramírez Vázquez, de ahí, en la siguiente cita que corresponde a la ficha introductoria que formó parte de la exposición realizada en el Museo de Arte Moderno sobre: **México 68**: una identidad olímpica. Que fue inaugurada el 24 de julio de 2008, y que plantea:

¿Cómo informar al país y al mundo sobre el progreso de los preparativos de las olimpiadas y a la vez construir un entorno físico e imaginario óptimo que comunicara una identidad mexicana, festiva, urbana, en diálogo con la escena internacional? Espacios, íconos, objetos e impresos, fueron la plataforma expresiva que permitieron comunicar con coherencia ese espíritu olímpico de “México68”.²

² Esta cita fue tomada de la ficha introductoria que formó parte de la exposición realizada en el Museo de Arte Moderno sobre: México 68: una identidad olímpica. Inaugurada el 24 de julio de 2008.

En retrospectiva y especulando al respecto, quizá fue una pregunta que el arquitecto Ramírez Vázquez se esbozó, de ahí la frase “El reto en 1968 no era deportivo: para México el reto era organizar la Olimpiada” expresión que se le adjudica al arquitecto y en la que podemos sentir su preocupación ante la ardua tarea que les esperaba a él y a su equipo de trabajo. Así que el desenvolvimiento de divulgación gubernamental se planteó sobre una elegante y generosa propuesta estética, de contemporaneidad expresiva y de consistentes acotaciones al estilo de la plástica de la época y de la tradición indígena de México, y seguramente al ritmo y calidad del arquitecto.

Con la intención de apoyar a los asistentes locales e internacionales, fue necesario desarrollar todo un sistema visual de ubicación y desplazamiento, así como de identificación de los diferentes deportes y eventos culturales que se presentaron, durante esos 13 días. En cuanto a la estrategia de diseño, ésta fue verdaderamente espectacular, aún hoy es reconocida como la mayor y más seria maniobra gráfica y “propagandística” que se haya llevado a cabo en el país y que se denominó: *programa de marca de la XIX Olimpiada*. Para el caso, fue preciso integrar un equipo que produjera en materia de comunicación: diseño gráfico, diseño editorial, diseño urbano, de ambientación de espacios, diseño industrial, de exhibiciones, de vestuario y de productos conmemorativos, entre muchos otros. Para cubrir las necesidades que exigía esta proeza se trabajó a lo largo de aproximadamente dos años, entre 1966 y 1968 como parte del programa del Comité Olímpico Organizador.

Para la realización de todos los trabajos se crearon siete departamentos de acuerdo a las necesidades del programa de trabajo propuesto. En el

ámbito urbano, el equipo emprendió su trabajo dirigido por el arquitecto Eduardo Terrazas, cuyo quehacer fue el diseño, proyección, intervención e implementación de:

- Primero, la construcción, y en su caso remodelación, de espacios arquitectónicos que sirvieron de infraestructura para las instalaciones deportivas y culturales.

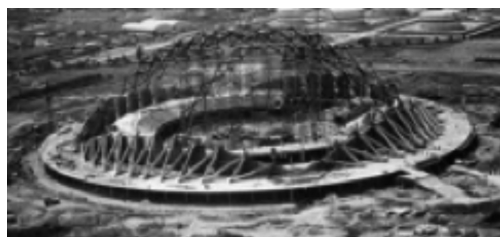
Las sedes deportivas en su mayoría se ubicaron en el Distrito Federal, solo 7 fueron dispuestas en otros estados.

De esta manera se decidió por la construcción de 7 nuevas instalaciones en la periferia del Distrito Federal: *El Palacio de los Deportes*, *La Pista Olímpica de Remo y Canotaje*, *La Sala de Armas*, *La Alberca Olímpica*, *El Polígono Olímpico de Tiro*, *El Gimnasio Olímpico*, y *El Velódromo Olímpico*. Las instalaciones se construyeron, acondicionaron y equiparon en un intervalo de aproximadamente 521 días. Cabe señalar que seis de las instalaciones fueron diseñadas por arquitectos independientes y construidas por técnicos mexicanos, con excepción del velódromo. De los espacios existentes se decidió por 27 de ellos que fueron intervenidos y acondicionados en un periodo de entre 44 y 686 días, entre estos destacan el *Estadio Olímpico Universitario*, el *Campo Marte*, el *Estadio Azteca*, el *Auditorio Nacional*, y el *Teatro Insurgentes*. En el caso del *Estadio Olímpico Universitario* (inaugurado en 1952) se aprovechó para la inauguración y clausura de los Juegos Olímpicos de "México 68"; la intervención que se le realizó contó con la colocación de un tablero electrónico, la instalación de iluminación nocturna y una pista de tartán para el atletismo, que reemplazó a las tradicionales cubiertas con ceniza apisonada, entre otras modificaciones destaca la ampliación de 70 a 83 mil 700 butacas.

- Segundo, la construcción e intervención de las secciones habitacionales, en las que se hospedarían los atletas y visitantes, se determinó la construcción de 2 villas olímpicas —Libertador Miguel Hidalgo y Narciso Mendoza—. Además de todos los hoteles y apartamentos que desde la iniciativa privada, ofrecieron sus servicios a los visitantes extranjeros básicamente.

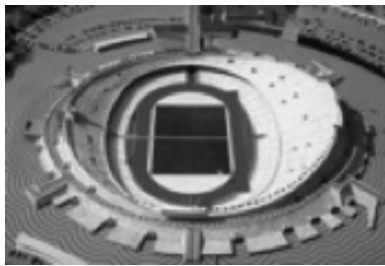
- Tercero, vías de circulación y accesos prácticos a las múltiples sedes en las que realizarían los eventos deportivos y los culturales, como fueron los casos de Periférico que se llevó hasta Cuernavaca.

- Cuarto y último en nuestro recuento; se realizó en base al programa cultural —proyecto ideado por el arquitecto Mathias Goeritz— *la Ruta de la Amistad*, un corredor escultórico, ubicado en el Anillo Periférico, de 17 km de largo y que contó 19 esculturas creadas por artistas de diferentes países entre los que se cuentan: Japón, México, Polonia, España, Estados Unidos, y otros. Las esculturas tienen una altura entre los 7 y 22 metros y se encuentran dispuestas a 1 km y medio aproximadamente una de la otra.



ANALICEMOS DESDE SU GRÁFICA Y ARQUITECTURA A "MÉXICO 68."

UN PATRIMONIO CULTURAL Y SU IMPACTO EN LA FORMACIÓN DE PROFESIONALES DEL DISEÑO



La intervención que vivió la ciudad de México en menos de tres años impactó en su fisonomía. La edificación, remodelación, adecuación de edificios, plazas, calles y avenidas, se vistieron con la identidad y el colorido resultado del *programa de identidad de la XIX Olimpiada*, concretamente se hicieron tres elementos distintivos, para cada ubicación e identificación de los centros de actividad, globos, judas y el logotipo México 68 en 3D.



Como ya se ha mencionado anteriormente, el comité organizador de los Juegos Olímpicos de México, al ver la necesidad de crear un sistema visual que funcionara como un medio de información internacional efectivo, a la vez que como un sólido aparato de identificación y publicidad, armó un equipo multidisciplinario de diseño que incluía al estadounidense Lance Wyman como director de diseño gráfico y al diseñador industrial británico Peter Murdoch como director de productos especiales.



Figura: Lance Wyman, fuente: www.lancewyman.com

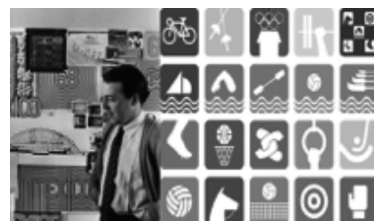


Figura: Peter Murdoch, fuente: www.lancewyman.com

Para el *trabajo gráfico*, se requirieron de profesionales –entre editores, escritores, traductores, fotógrafos, diseñadores, correctores de estilo, impresores, productores e investigadores– quienes formaron parte del Departamento de Publicaciones a cargo de la lituana Beatrice Trueblood. Para cubrir un ambicioso programa editorial que fue puesto en marcha, cuyo objetivo era generar una *identidad de marca gráfica* que perfilaba de manera concreta cada producto impreso, en una espectacular propuesta comunicativa: boletines, cartas y reseñas olímpicas; programas deportivos y culturales; carteles promocionales para los eventos culturales y deportivos; calcomanías; timbres postales; catálogos de arte; guías de galerías; panfletos promocionales; folletos informativos, menús, formularios, mapas, invitaciones, certificados, papelería especial, etcétera.



Figura: Ejemplos de diversos impresos, Fuente: www.lancewyman.com

El diseño gráfico corrió a cargo del diseñador estadounidense Lance Wyman; los proyectos especiales fueron realizados por el diseñador industrial Peter Murdoch de origen inglés. El objetivo a alcanzar era manifestar las costumbres, patrimonio, multiplicidad y diversidad cultural del país huésped, para lo que fue necesario plantearse dos directrices específicamente: la artesanía “huichola”, amalgamada, con un tipo de estilo de la época, un arte visual que hace uso

de ilusiones ópticas el “op-art kinetic” (optical art kinetic). Esta dualidad de conceptos mezcló armónicamente lo tradicional y lo moderno.

El tratamiento para la construcción del logotipo emblemático de los juegos, en la que apareció la frase México 68, los elementos tipográficos: las letras y los números, se trazaron utilizando solo tres líneas concéntricas altamente permeadas por el “Op-art kinetic” y las formas tradicionales que se encuentran en los diseños mexicanos. El trazo geométrico base, que presentan los aros olímpicos, se amalgamo oportunamente con el número 68 dando paso a la integración de la palabra México, las líneas que lo conformaron parecen irradiar desde el centro de los aros olímpicos hacia fuera, que evocan un eco visual que asciende a través del ritmo que se desprende de las formas que generan la repetición, nos significan a un México joven, dinámico y en movimiento. El resultado final logro ser un diseño sencillo y creativo, elogiado para una olimpiada, y su estructura sigue fascinando a los interesados en el tema.

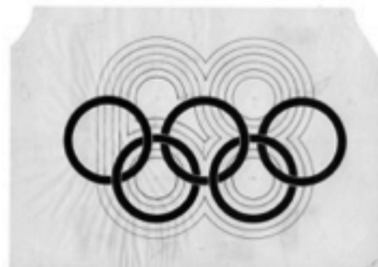


Figura: Trazo del símbolo olímpico 68. Fuente: www.lancewyman.com



Figura: Logotipo de los Juegos Olímpico México 68. Fuente: www.lancewyman.com



Figura: Aplicación del logotipo de los Juegos Olímpico México 68. Fuente: www.lancewyman.com

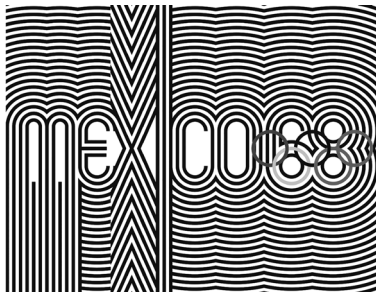


Figura: Aplicación del logotipo de los Juegos Olímpico México 68. Fuente: www.lancewyman.com



Figura: Tipografía utilizada como parte de la identidad. Fuente: www.lancewyman.com

Estos fueron los primeros Juegos Olímpicos organizados por un país latinoamericano, en vías de desarrollo e hispanohablante, también por primera vez se practicó el control de antidopaje y por primera vez se realizó la Olimpiada Cultural, como una iniciativa que hizo México, buscando dar un carácter humanista al evento, que por encima de las cuestiones políticas e ideológicas que en ese momento imperaban dentro y fuera del país, fueran estos Juegos Olímpicos una especie de tregua y aceptación social; para lo cual como parte de la identidad de los mismos se crea un gráfico de una paloma como símbolo de Paz.³



Figura: Símbolo gráfico de la Paloma de la Paz. Fuente: www.edemx.com

El paquete iconográfico sintetiza las tradiciones y fisonomías del país huésped, el ánimo olímpico fue ingeniosamente plasmado en símbolos bajo el lema "*Todo es posible en la paz*". Cada espacio arquitectónico, edificio público, materiales impresos como: suvenires, calcomanías, timbres, catálogos, guías, panfletos, folletos; además de otros espacios urbanos y de otros productos referentes a los juegos, se les aplicaron los elementos oficiales: el logotipo, la paloma de la paz, y el color.

³ México 68: Todo es posible en la paz. <http://www.eluniversal.com.mx/deportes/59987.html>



Figura: Serie de timbres conmemorativos de los Juegos Olímpicos de México 68, Fuente: www.lancewyman.com

El color fue un elemento importante para el proyecto, sirvió para definir espacios y su correspondiente actividad deportiva, la paleta que se utilizó contó con una gama de 20 colores. La tendencia que se aplicó fue colocar en el entorno la simbología diseñada en todos los lugares donde los atletas, visitantes y locales entrarán en contacto con el evento, esto fue de gran ayuda, cada sede adquirió un color al igual que sus asientos y boletaje. La naciente identidad estaba dirigida a los mexicanos y al mundo bajo una sintaxis visual clara y eficiente.



Figura: Iconografía de identificación de los diferentes espacios deportivos y centros culturales, fuente: cortesía de Lance Wyman para el home de <http://graphicambient.com>



Figura: Mobiliario con identificadores de las diferentes actividades deportivas, fuente: cortesía de Lance Wyman para el home de <http://graphicambient.com>



Figura: Vestidos de uniformes de personal de asistencia, fuente: cortesía de Lance Wyman para el home de <http://graphicambient.com>



Figura: Sombreros como parte de los uniformes de personal de asistencia, fuente: cortesía de Lance Wyman para el home de <http://graphicambient.com>

La iconografía diseñada para identificar las distintas actividades y la delineada en la señalización de instalaciones y servicios, sustituyeron a las tradicionales en las que aparecía el deportista en acción; en su lugar se mostró un alto grado de iconicidad que se alcanzó para sintetizar –menos es más– a cada actividad, utilizando solo lo esencial por cada una.



Figura: Simbología para las diferentes actividades deportivas, fuente: cortesía de Lance Wyman para el home de <http://graphicambient.com>

Para el enmarcado de la iconografía se propusieron tres diferentes tipos de envolvente dependiendo del contexto; la primera, para la identificación de las actividades culturales su envolvente esta inspirada en los "glifos" prehispánicos, que servían como sistema de comunicación en la antigüedad, presentaban una envolvente cuadrada con esquinas redondeadas, en este caso la forma poli-lobular que generó el número 68 sirvió para enmarcar los iconos relacionados con el programa cultural. Para la segunda y tercera envolvente, se optó por lo sencillo que permitió su plena diferenciación entre estas, los iconos contenidos en circunferencias correspondieron a los símbolos internacionales, básicamente servicios; y los últimos a las actividades deportivas, quedando

delimitados por cuadrados. Estos son sólo algunos de los recursos y parámetros empleados para la construcción de la iconografía.

México 68, año en que el del diseño gráfico y el diseño urbano-arquitectónico sumaron esfuerzos en un proyecto que continuará enorgullecendo a México. El diseño gráfico a partir del binomio: tipográfico e iconográfico, en la configuración de la imagen de la olimpiada de "México 68", dio origen al todo un gran sistema de comunicación visual.



Figura: Simbología del 68 olímpico, fuente: www.lancewyman.com



Figura: Simbología de las diferentes actividades culturales, fuente: www.edemx.com

En una conferencia dictada por el maestro Ramírez Vázquez, organizada en la UAM-A a través del Departamento de Evaluación del Diseño en el Tiempo, parafraseando su comentario con respecto a este proyecto, expresó:

"el principal ingrediente que poseía y distinguía a cada uno de mis colaboradores era la 'pasión', pa-

sión por su trabajo y pasión por los retos, y de no haber existido esta pasión no habiéramos llegado a la meta”.

Por otro lado la respuesta de la ciudadanía ante el evento fue diversa, entre la población hubo quienes se apropiaron de los motivos publicitarios y ornamentales de la fiesta olímpica que utilizaron para decorar casas, edificios, negocios y mercados. Mientras que otro sector de la población —el movimiento estudiantil— se dieron a la tarea de re-interpretar el diseño olímpico y desde su postura política confirieron un nuevo significado a los íconos, atribuyeron a éstos una carga incriminatoria de violencia ejercida por el estado reprobando los hechos en Tlatelolco, que aun persistían en la memoria social, pues es pertinente recordar que solo habían transcurrido diez días entre el suceso de la Plaza de las Tres Culturas. esto dio origen a una serie de gráficos que presentaron a manera de propuesta la antítesis de la paz.

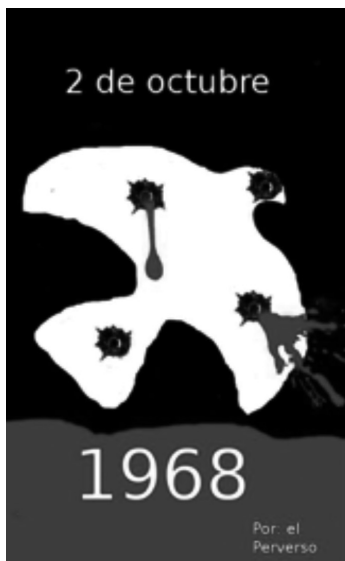


Figura: Cartel antítesis de paloma de la Paz México 68, fuente: www.edemx.com

Con la intención acercar a los estudiantes de diseño, con el trabajo que se realiza al interior de los despachos y de los departamentos de arte, se presenta este gran proyecto de trabajo de diseño urbano-arquitectónico y de diseño gráfico, que han marcado la historia de nuestro país y dejaron huella en el patrimonio cultural de nuestra Ciudad de México.

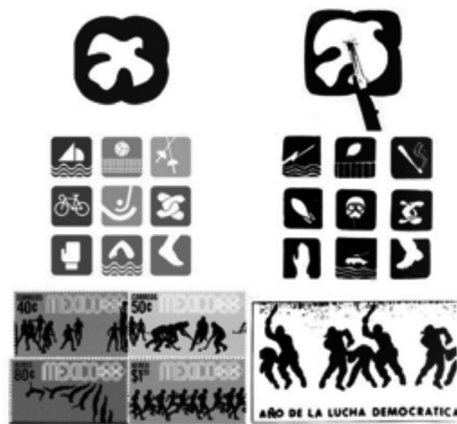


Figura: Manejo iconográfico de antítesis de símbolos y aplicaciones, fuente: www.lancewyman.com

La experiencia acumulada sirvió como detonante, históricamente el Departamento de Dibujo Publicitario arranca con cursos nocturnos para obreros con temas como: letra y cartel en 1941. Como parte de las materias que se incluía era la de publicidad gráfica en aquel programa. En 1942 la materia de Dibujo Publicitario se incluyó como una especialización y así continuo hasta 1950. En 1951 al modificarse el plan y programa de estudio se estableció a cuatro años la carrera. Haciéndola la primera escuela publica de diseño en México.

Para el caso, cabe retroceder históricamente, y a raíz de los sucesos en la década de los 60's, la Escuela Nacional de Artes Plásticas en 1970 a través del Departamento de Dibujo Publicitario, desarrolló y propuso un nuevo plan y progra-

ma de estudio para la carrera de Comunicación Gráfica en el nivel Licenciatura, un colectivo de profesores y alumnos bajo el liderazgo de Rafael Jiménez, Manuel Sánchez, y José Luis Ortiz Téllez, se reunieron con profesores como Eduardo Téllez, Reyes Todd, Jorge Chuey y Gerardo Portillo Ortiz, para llevar a cabo la revisión, análisis y el diseño del plan y programa propuesto. Sobre la base de la propuesta, la carrera en el nivel Licenciatura fue autorizada por la Junta de Gobierno en 1975.

La segunda institución pública que ofreció la carrera de diseño, nace el primero de enero de 1974 bajo el nombre de Universidad Autónoma Metropolitana, con un modelo departamental, consolidando la cuarta área del conocimiento y contando con la División de Ciencias y Artes para el Diseño, en la que se incluyeron las licenciaturas de: arquitectura, diseño de la comunicación gráfica y diseño industrial. Siempre preocupada por la calidad de sus egresados, contó con el constructivismo como modelo pedagógico y que hasta la fecha permea nuestras aulas en el arte de enseñar a "*aprender a diseñar*". En el aula se pretende que cada joven desarrollen sus capacidades, habilidades y destrezas, que cada trimestre sume conocimientos y actualice los ya aprendidos, sea en el campo laboral o en el mismo salón de clases. Siendo así, que la responsabilidad en la formación del estudiante es compartida, por un lado, los profesores ofrecen una serie de conocimientos que el alumno, por otro, se encargara como depositario de estos, de apropiarse de todo aquello que le sirva para: *fortalecerse* desde el plano de lo intelectual; abrirse a las *oportunidades*; de auto-analizarse y auto-evaluarse encontrando sus *debilidades* para transformarlas en *oportunidades*; y crecer en su *asertividad* a la hora de tomar decisiones. El *objetivo* es contribuir a que egresen jóvenes capaces

de enfrentar cualquier reto, con actitud y aptitud de servicio, asertivos y consientes de que un buen resultado surge del trabajo multidisciplinario.

BIBLIOGRAFÍA

- ALPERÍN, Eduardo. Historia de los JJ.OO. - México 1968. La evolución en varias disciplinas y la política marcan los Juegos. ESPNdeportes.com, Buenos Aires, 22 de julio de 2012.
- CASELLAS, Roberto. México 68, Confidencias de una Olimpiada. México, 1992.
- MACMASTERS, Merry. En el Museo de Arte Moderno, la campaña gráfica de los 19 Juegos Olímpicos. Recuperan el diseño artístico de México 68. La Jornada, cultura, México, jueves 24 de julio de 2008.
- PAGANI, Estela. Actas de Diseño. I Encuentro Latinoamericano de Diseño. "Diseño en Palermo". Comunicaciones Académicas. Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo, Buenos Aires, 2006.
- REPORTE Oficial del Comité Organizador de los XIX Juegos Olímpicos (1969). Comité Olímpico Internacional. Tomo 1: Parte1-Parte2. Tomo 2: Parte1-Parte2. Tomo 3: Parte1-Parte2. Tomo 4: Parte1-Parte2.
- VILCHIS Esquivel, Luz del Carmen. Historia del diseño gráfico en México. 1910-2010. inba-conaculta, México, 2010.
- <http://www.edemx.com/mas/Mex68/Mex68.html>
- http://es.aa-0.com/Escuela_Nacional_de_Artes_Plásticas.html
- <http://www.slideshare.net/cesarahdz2010/la-perspectiva-john-dewey-aprender-haciendo-y-el-pensamiento-reflexivo>

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

- <http://graphicambient.com/2012/07/26/1968-mexico-olympics-mexico/#sthash.pFLNndik.dpuf>
- <http://www.lancewyman.com>
www.eluniversal.com.mx/deportes/59987.html



EDUCACIÓN

Dra. Bela Gold

REFLEXIONES ACERCA DE LA EDUCACIÓN ARTÍSTICA

¿Qué entendemos por educación artística? Nuevos paradigmas

El físico Albert Einstein consideraba el arte como el camino más sencillo para expresar los más profundos pensamientos...

La enajenación generada por la globalización y las constantes crisis económicas en nuestro país, han suscitado que las manifestaciones y valores culturales corran el riesgo de quedar relegados a un segundo plano.

En el suplemento "The New York Times", del periódico *Reforma*, del sábado 28 de junio de 2013, una nota en la página uno, atrapó mi atención: "Quedan relegadas las humanidades en tiempos difíciles": Más alumnos cuestionan el valor de las humanidades. "En EE.UU., un mercado laboral desalentador y un énfasis en la tecnología han alejado a los estudiantes de materias como la filosofía, la literatura y la historia, para llevarlos a campos más "prácticos", como los negocios, la ingeniería, las ciencias computacionales y otros".

Peter Catapano, cita a David Brooks, de *The New York Times*, diciendo que la responsabilidad, o parte de los responsables de este cambio, son los mismos educadores, quienes en épocas recientes han perdido contacto con las raíces clásicas de las humanidades. "Ya no se enfocan en las consideraciones internas, sino que las antiguas nociones de belleza, verdad, bondad y otras reminiscencias del humanismo clásico han sido sustituidas por los enfoques "externos". Estos son considerados hoy, como "una pérdida de tiempo". Negativismo más que simplista.

Profesora investigadora del Departamento de Procesos y Técnicas de Realización, CYAD, UAM Azcapotzalco

Otro gran pensador del siglo xx, Th. W. Adorno, en su libro *Teoría Estética*, publicación póstuma datada en 1970, compuesta a partir de la reunión de valiosos escritos de entre 1961 a 1969, nos deja la tarea de reflexionar sobre sus preocupaciones acerca de la relación que hay entre arte y sociedad, depositando lo implícito del mensaje, el complejo de la verdad en el objeto artístico.

Tradicionalmente, en las sociedades occidentales se consideraban tres los ejes del conocimiento: la filosofía, la ciencia y el arte y los tres tendían a tener la misma importancia, hasta mediados del siglo xviii, cuando surge un interés por la ciencia debido al auge de descubrimientos científicos que prometían aplicaciones prácticas. A partir de ese momento, el desarrollo científico y sus aplicaciones cobrarían una importancia particular.

La tecnología se volvería así, el eje del desarrollo a través de la industrialización y aparecería entonces, el moderno concepto de mercado. Hoy, esta situación no ha variado y más bien, se ha acentuado con el desarrollo de las tecnologías de la información. El arte ha perdido su valor cognitivo para convertirse en mercancía, a su *status* de mercadería le podemos sumar un cierto descrédito asociado a la falta de nuevos paradigmas, en tiempos en que se confunde fácilmente el fin con los medios.

En la actualidad, frente al fenómeno globalizador que tiende a unificarlo todo, el arte tendría que recuperar su vocación generadora de cultura, la cual nos permitiría reinventarnos y reexplícarnos, así como redescubrir nuestra identidad a la luz de un mundo globalizado: la unidad sí, pero respetando la multiplicidad de expresiones.

El arte y sus manifestaciones se liberan de la mimesis a finales del siglo xx, se empiezan a con-

siderar irrelevantes los viejos códigos y caen los planteamientos clásicos. Se superan los géneros tradicionales y al espacio de las representaciones, se incorporan el pensamiento de la época y las nuevas tecnologías. Aquí, toma sentido lo que el Maestro Juan Acha decía: que la enseñanza del arte propone desarrollar un sistema redefinitorio de cultura, el cual incorporaría a las artes, las artesanías y los diseños, como cultura estética. Existe una unidad indisoluble aplicable como criterio de juicio en la producción, distribución y consumo de los productos, resultados, que en la franja histórica, apuntan hacia los terrenos artístico y tecnológico.

Es significativo destacar, que la instrucción del lenguaje visual constituye uno de los principales protagonistas de la enseñanza artística, la cual involucraría el proceso productivo, el crítico y el contexto histórico. Se propondría entonces, incidir en áreas que incluyen la impartición de conocimientos, como las teorías de la imagen, de la percepción, de la comunicación del arte, todo esto como parte de la enseñanza del arte o la transmisión de conocimientos y experiencia artística.

Hoy en día enfrentamos con mayor frecuencia el binomio arte y otras disciplinas, su interrelación, lo cual no deja de ser un fértil terreno con sus limitaciones y ambigüedades, y su práctica contemporánea da claridad y gran certeza en una incontrovertible relación con los fenómenos estéticos actuales, que con la práctica artística, con el impacto de la tecnología digital y con nuevas formas para construir lo visual, nos debe remitir a la edificación de un nuevo universo visual.

Para establecer un planteamiento de los procesos de la enseñanza artística, es una condición inicial la exposición del lenguaje visual, la cual parte de la analogía con el lenguaje verbal que

reconoce, en los elementos que estructuran las imágenes, principios análogos a las palabras, a la gramática y a la sintaxis verbal.

Es fundamental remarcar, que son el siglo xx y xxi, los siglos de la imagen, de la información y donde el trabajo con las imágenes constituye, sobre todo, a partir de la posguerra, una de las repercusiones de la dinámica social más importante de la historia de la humanidad, de lo que resulta el desarrollo y la diversificación del arte creando una nueva organicidad visual que se ha asentado en la vida cotidiana.

Tomaré hipotéticamente el siguiente planteamiento: Una propuesta novedosa de un centro de enseñanza artística tendría que reflejar el dinamismo de los tiempos que corren para no ser rebasada en breve. Más que una escuela de arte, se tendría que plantear un centro de investigación artística cuyas líneas de estudio funcionaran como ejes de enseñanza. Nicolás Bourriaud, actual y nuevo director de la *Ecole des Beaux Art*, en París, institución emblemática, academia de conocimientos y formadora de grandes artistas, fundada en 1648, plantea la necesidad de centrar la educación artística en enseñar a ver, a observar, a entender visualmente, a recibir crítica y hacer crítica. Propone técnicas de estudio personales, adaptadas a las necesidades de cada estudiante, entre otras tantas ideas, basadas en la experiencia adquirida al estar al frente de una escuela con gran prestigio y una historia que se extiende a lo largo de más de 350 años, durante los cuales ha formado a muchos de los grandes artistas de Europa, por nombrar algunos: Ingres, Delacroix, Gericault, Monet, Seurat, Renoir, Sisley... entre muchos otros.

En momentos en que se han atomizado las propuestas artísticas y han desaparecido los paradig-

mas, tendríamos que seguir a las personalidades cuyo trabajo es testimonio de un compromiso con la generación de cultura y no con el mercado. La enajenación creada por la globalización y las constantes crisis económicas en nuestro país, han postergado las expresiones y los valores culturales a un segundo plano, como lo mencioné al inicio de este escrito.

Por lo tanto, sería necesario este esfuerzo para recuperar espacios, y otorgar oportunidades a la generación de nuevos profesionales, que a través del arte y con una excelente preparación académica les permita generar cultura e incidir positivamente en la sociedad.¹

¿Qué entendemos por educación artística?

Sara Thornton, Historiadora del Arte y Doctora en Sociología, ha consagrado gran parte de su trayectoria a estudiar los fenómenos del mundo y el mercado del arte. En su libro, *Siete Días en el Mundo del Arte*, dedica un capítulo completo a estudiar la experiencia del proceso de enseñanza-aprendizaje analizando una sesión de crítica en el emblemático Instituto de Artes de California, mejor conocido como CAL ARTS-USA, y propone entre sus conclusiones, críticas por cierto, una serie de ideas retomables en un planteamiento como este, cuando hablamos de modelos o paradigmas en la enseñanza del arte, a saber:

- Buscar auténticas formas de expresión individual.

¹ Gold, Bela y Toledo, Francisco Gerardo, *Algunos fundamentos del anteproyecto para la creación de la Carrera de Artes Visuales*, México, División de Ciencias y Artes para el Diseño, Universidad Autónoma Metropolitana, Azcapotzalco.

- Evitar espacios "áridos".
- "No desarrollar una clase, desarrollar una cultura", buscar auténticas formas de expresión individual, y crear condiciones para el desarrollo de un pensamiento creativo.
- Crear un ambiente grupal de pares, para conocer y recibir estímulos de sus propios contemporáneos, tal como ocurrió en el Renacimiento, en el impresionismo, en el cubismo y en muchas otras corrientes artísticas.
- Estimular la formación de artistas pioneros.
- Presentar al estudiante, candidato a formarse como artista, todo un panorama informador e incluyente que ella llama en su libro *Siete Días en el Mundo del Arte: La subasta, la crit, la feria, el premio, la revista, el estudio del artista, la biennale*.

Si la educación artística es un proceso que se inserta dentro de un sistema cultural, entendemos que educación y artístico como procesos se modifican con el tiempo y con la cultura. La educación artística comprenderá muchas artes, cada una con sus principios, medios y fines específicos, y ésta deberá incorporar maneras y modos adecuados a su pedagogía y didáctica.

La labor del educador artístico deberá estar centrada, entre otras tareas, en propiciar las capacidades creativas de comunicación, de análisis y crítica social y deberá:

1. Educar para propiciar una capacidad reflexiva y analítica.
2. Educar para recuperar el dominio del habla, la interpretación de los símbolos y las relaciones abstractas.
3. Considerar los Estudios de la Cultura Visual según sus características sociales, culturales e históricas, pues son éstas las que deter-

minarían la construcción de la realidad en aras de abarcar lo que se representa para comprender las manifestaciones artísticas.

4. Reflexionar acerca de la diferencia entre lo estético y lo artístico.

Por tanto, es concluyente formular que: según Juan Acha, "El arte es enseñable, educable y aprendible". Es posible educar para promover y difundir el arte. Se educa a un ser humano, por tanto, a este educando se le forma en su sensorialidad, sensibilidad, y fantasía, facultades inherentes al ser humano y que deberán ser orientadas hacia las cuestiones artísticas. El maestro Acha hace hincapié en sus textos, muy actuales aún en la formación integral del alumno en los conceptos del arte en su totalidad, es decir, iniciándolo en las actividades básicas del artista, del crítico, del teórico y del historiador del arte.

Según académicas de la Universidad Complutense de Madrid, Marian Cao, Noemi Martínez y Catalina Rigo Vanrel, "la educación artística y la creación artística ofrecen una inmensa oportunidad para desarrollar el pensamiento divergente, en tanto su capacidad de simbolización".

Existe la imperativa necesidad de considerar, hoy en día, una educación plural, tolerante, e interdisciplinaria, intercultural y condescendiente. Al referirnos a la "educación artística", debemos propiciar la formación en las diferentes especialidades artísticas o géneros, tales como los literarios, musicales, teatrales y corporales entre otros.

Se debe educar en las convenciones genéricas en cuanto al uso de herramientas, materiales y procedimientos. El ritmo, la simetría, las proporciones y direcciones son los principios ordenadores que corresponden a la educación artística.

También se debe educar en los planos comuni-

cativos: Semántico, sintáctico y pragmático, para lograr efectos miméticos, expresivos, emblemáticos y heurísticos. Enseñar los principios de la investigación, desarrollar la curiosidad por lo nuevo y por lo existente, en los espacios de la estética para incentivar destrezas técnicas y teóricas.

Los fines para los cuales planteamos que se debe enseñar el arte, son entre otros, para lograr en el producto o tema una función práctica, estética y artística, también para lograr alcanzar la sensibilidad que permita llegar a lo estético: belleza o fealdad; lo dramático o lo cómico; lo sublime o lo trivial; lo típico y lo nuevo. Para conseguir, mediante la fantasía, lo creativo, la individualización o universalización del tema, para lograr lo estético y sus principios genéricos.

- Debemos enseñar lo relativo a la producción, difusión y consumo de la obra que creamos con los principios descritos.
 - Transmitir la trascendencia que tiene la existencia de los museos, las galerías, las políticas culturales y el periodismo cultural.
 - Conocer y difundir la significación y relevancia de la crítica, la teoría y la historia del arte e inducir al estudio de las mismas disciplinas a través de las cuales se conocen todas las teorías y se establecen los criterios.
 - Habremos de reflexionar sobre la enseñanza de la transmisión de ideas claras acerca de las categorías estéticas.
 - Consideremos propiciar la educación y la proyección de los productos con una actitud experimental, especulativa y fortuita en el acto creativo y el arte.
 - Debemos enseñar a razonar lógica y críticamente, a desarrollar la capacidad verbal y teórica a través de la discusión razonada.
 - Enseñar a percibir el arte como fenómeno sociocultural.
- Enseñar la teorización de la práctica y la pragmatización de la teoría.
 - Educaremos en los procedimientos: medios, materiales herramientas y los procesos de creatividad artística.

Promover y difundir el arte es uno de los criterios de la educación artística dominante en nuestros días, pero es importante destacar que la educación artística va más allá de las disciplinas y promueve la libertad de expresión y las capacidades inventivas y recreadoras de la realidad.

Habremos de proponer nuevas alternativas de profesionalización, con una metodología y elementos técnicos y teóricos que posibiliten la ampliación del conocimiento, lo que juntamente con el manejo del oficio y las propuestas creativas permitan hacer aportaciones que enriquezcan nuestro patrimonio cultural y el universal.

En este orden de cosas, se plantea la urgente necesidad de motivar a la reflexión académica en los espacios universitarios, para que se contemplen las alternativas teóricas, metodológicas y organizativas en los significados de la preservación, difusión y creación de la cultura y responder adecuadamente a los retos y potencialidades planteados por el proceso de globalización de la sociedad.

La ciencia, el arte, la filosofía y las tecnologías, son actividades del autoconocimiento humano y del conocimiento en general. Al principio nacieron de las necesidades de la vida cotidiana y de las necesidades políticas de las integraciones sociales, para más tarde hacerse autónomas.

La importancia de las interdisciplinas y las transdisciplinas en la transmisión del conocimiento y el desarrollo de nuevos conceptos junto al cruce de las facultades de cada una, no deja de ser no-

vedoso. Estas consideraciones existen de tiempo atrás, a pesar de que se encuentran de alguna manera aisladas en aras de otorgarles a los especialistas la exclusividad del manejo de sus áreas de conocimiento.

Los valores del arte están retomados de la jerarquía de valores de la humanidad. En la creación de un objeto industrial, en la elaboración de un discurso científico, en el diseño de un objeto gráfico, existen valores estéticos que le infunden una significación y expresión estética a la relación humana referida a esta acción.

Un modelo más que relevante lo constituyó, en su tiempo, la Escuela Bauhaus, donde las fronteras de las especialidades se borraron y se compartieron conocimientos en función de generar uno de los procesos creativos más importantes del siglo xx para ubicarse en la vanguardia, con un verdadero laboratorio de experimentación en todos los terrenos del diseño y del arte y de donde surgieron grandes creadores.

La enseñanza debe no sólo considerar, valorar y defender, sino fomentar la experiencia creativa en todos los terrenos del conocimiento. Se educa en las diferentes especialidades artísticas o géneros literarios, plásticos, musicales y corporales.

Según Bruno Bettelheim, la educación artística, en cuanto a la percepción y la crítica y para el binomio creación –interpretación, “ha de ofrecer no sólo la instrucción en unas disciplinas, sino principalmente en formar personas y es necesario que incorpore los valores éticos esenciales y fundamentales”. “Debemos dotar a los futuros educadores de una pluralidad de recursos tanto culturales como metodológicos y curriculares, y hacerles comprender que el arte es un germen primordial del conocimiento”. (Bruno Bettelheim).

El arte ha existido y se ha enseñado a través de muchas épocas. El arte es y seguirá siendo un amplio campo del conocimiento y del pensamiento.

Apostemos por considerar el arte como la autoconciencia de la humanidad. La obra de arte es inseparable inmanente del género humano. Representa al mundo como mundo del hombre.

La educación estética en el desarrollo de la personalidad es insoslayable e impostergable ya que “los artistas tienen la capacidad de transformar el conocimiento en saber y reflexión.”²

2 De Luna Andrés, Nombrar lo Innombrable. Texto publicado en el catálogo de la exposición: Bela Gold Galería del Sur, UAM-x, México 2001.

BIBLIOGRAFÍA

- JUAN, *Educación artística escolar y profesional*. México, Trillas, 2001.
- _____ . *Teoría del dibujo, su sociología y su estética*. México, Trillas, 1999.
- _____ . *Introducción a la teoría de los diseños*. México, Trillas, 1999.
- BETTEHEIM, Bruno. *Educación y vida moderna* (Crítica) Barcelona, Grijalbo, 1982.
- BARRENA, Sara. *La razón creativa*, Madrid, Rialp, 2007.
- CAO, Marian, Martínez, Noemi, Diez, Catalina, Vanrell, Rigo. *La educación artística ante los retos del siglo XXI*, Universidad Complutense de Madrid.
- DANTO, Arthur C. *Después del fin del arte*, España, Paidós, 1999.
- DE Luna, Andrés. *Nombrar lo Innombrable*. Texto publicado en el catálogo de la exposición: *Bela Gold*, Galería del Sur- UAM-X, México 2001.
- GOLD, Bela, Toledo, Francisco Gerardo. *El dibujo como proceso de configuración para la enseñanza*, UAM. Azcapotzalco, Colección Libros de Texto y Manuales de Práctica, Serie Cuadernos Docentes, 2003
- _____ . *Algunos fundamentos del anteproyecto para la creación de la Carrera de Artes Visuales*, México, Universidad Autónoma Metropolitana, Azcapotzalco, División de Ciencias y Artes para el Diseño.
- JOYCE, James. *Portrait of the artist as a young man*, the Colonial Press Inc. 1916, Copy Righth, 1944, Ninth Printing, 1959.
- THORNTHON, Sara. *Siete días en el mundo del arte*, Edhasa, 2010, pp. 55-83.
- ZWEIG, Stefan. *El misterio de la creación artística*, Madrid, Sequitur, 2007.
- THE New York Times, *Suplemento en español*, Periódico Reforma, del sábado 28 de junio de 2013, p. 1.
- http://www.tendenciaspedagogicas.com/Articulos/1998_e2_18.pdf

Eduardo Ramos Watanave,
Martha Elisa Alvarado Dufour y
Alinne Sánchez Paredes Torres

El futuro de la investigación y la educación del diseño industrial

Las siguientes páginas contienen algunas reflexiones respecto de un tema que día con día cobra mayor importancia en nuestro ámbito cotidiano de trabajo, la enseñanza y el aprendizaje del diseño industrial y el papel que juega en ello la investigación.



Figura 1: Respeto a la diversidad ideológica, social y cultural

Fuente: <http://www.diariodelaire.com/2012/05/la-nueva-educacion-civica-del-pp-segun.html>

Sin lugar a dudas, los marcos en los que se encuentran actualmente esos tres campos de acción, es decir, la investigación, el diseño industrial y su docencia, requieren de un análisis detallado para acercarse, al menos, a un diagnóstico que permita definir las trayectorias por las que se están desarrollando cada una de ellas, así como establecer los puntos de convergencia que indiquen los rumbos posibles que pudieran tomar en el futuro.

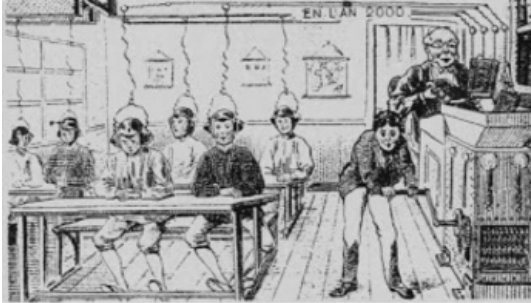


Figura 2: Visión de la educación del futuro en los inicios del siglo xx. Los alumnos recibirían el conocimiento a través de la conexión de una máquina directamente al cerebro. Fuente: <http://chimeneainformativa.blogspot.mx/2012/04/la-jaula-de-clases-una-mirada-la.html>

Por una parte se encuentra la actividad docente del que ofrece y facilita el camino del conocimiento de la disciplina llamada diseño industrial (profesor), que se enfoca a mostrar a los aprendices (alumnos), los distintos elementos que bajo su juicio y experiencia son necesarios para idear, desarrollar y materializar diferentes productos de uso diario que satisfarán necesidades humanas y que serán producidos en la industria, principalmente por la manufacturera nacional.

Por otra parte están los aprendices (alumnos) quienes se encuentran a la expectativa de aprender los conceptos, realizar las prácticas y aplicar las técnicas propias del diseño industrial, con lo cual habrán de desarrollar las habilidades propias de la disciplina; es obvio que, para que todo esto se lleve a cabo con éxito, los alumnos deberán encontrar este proceso de aprendizaje atractivo y útil para su formación profesional.

Ambas entidades convergen en un recinto (salón de clases), con una actitud abiertamente colaborativa dispuestos a emprender una empresa que para ambas resultará fascinante, emotiva y aventurada inspirados por el deseo de enseñar y

aprender; de aprender y enseñar, de ir en sociedad, de trabajar en conjunto en el logro de los propósitos planteados; el profesor dispuesto a mostrar el camino que ya recorrió, el alumno a iniciar el trazo de su propio rumbo con la ayuda del que enseña (el profesor), quien sin duda también tendrá la magnífica oportunidad de aprender una nueva manera de recorrer la aventura creativa e innovadora del diseño ya transitada, o tal vez otra distinta que ni siquiera había pensado.

En esta convergencia que se da entre el que tiene los deseos de aprender (alumno o profesor), y el que tiene la oportunidad de mostrar (alumno o profesor), se localiza el saber de la disciplina, porque lo que se muestra o se enseña y lo que se atrapa o se aprende, es precisamente el saber de algo, el saber del diseño industrial para este caso específico.

De ahí que sea necesario un breve análisis del término saber, este vocablo que tiene su origen en el *sapere* latino, que significó tener buen gusto, tener inteligencia; de ahí que términos como: sabio, sabiduría, sabroso, saborear, etcétera, que tienen la misma raíz etimológica, indiquen un vínculo entre las facultades intelectuales y las percepciones del ser humano. Por lo tanto el concepto saber se entiende como: pensar las cosas tal como se perciben, es decir, si eso que se percibe se piensa tal como se percibe, entonces se sabe.

El saber del diseño industrial, al igual que el de otras disciplinas, tiene muchas aristas para su estudio, sólo por mencionar algunas que son por completo evidentes en el área de conocimiento están, las que corresponden de manera directa al ser humano, en esta línea se encuentra el saber de las actividades diarias de las personas para las que se diseñará, esto es, su manera de pensar y de percibir las cosas, el modo de actuar o perma-

necer en un lugar, la ideología, el comportamiento social e individual, los hábitos y las costumbres, los valores y las tradiciones que le son significativas, entre otros muchos aspectos que deben entrar en consideración para diseñar productos.

El saber de esta disciplina implica también lo estrictamente social, esa función que propicia que el área sea necesaria como un campo de conocimiento, que colabora en la solución de problemas de grupos específicos, a partir de soluciones proyectuales que sean factibles de poderse reproducir tantas veces como sea necesario para los mercados de consumidores particulares, además de que satisfagan las expectativas de los compradores en términos de su economía familiar, pero también de la macroeconomía del país mediante la generación de empleos, la circulación del dinero, la reactivación de la industria de bienes y servicios, la publicidad, la mercadotecnia, entre muchas otras cosas. Asimismo el saber está en el hecho de que el producto de diseño complazca los deseos y abra nuevas experiencias y oportunidades para quienes esperan con ahínco lo nuevo, lo distinto, lo anhelado para cumplir las fantasías, los sueños de poseer.

El saber del diseño está en otras tantas líneas de acción, que van desde el conocimiento de las tecnologías para plasmar en bocetos las ideas iniciales, desarrollar las propuestas de solución, ya sea en el ambiente virtual, o con el empleo de materiales para construir maquetas, modelos o prototipos, pasando luego a la reproducción seriada, hasta colocar el producto en los mercados, estudiar su comportamiento con respecto a las preferencias de los consumidores y luego retirarlo, previendo el menor impacto ambiental posible.

Desde luego las cuestiones estéticas y plásticas no pueden quedar fuera de estas consideraciones

del saber del diseño industrial, ya que la materia prima para el trabajo del diseñador es la forma de las cosas, entendiendo que la forma es por una parte la apariencia exterior, lo que llamamos figura; pero también la organización de los elementos componentes en el todo que llamamos estructura, para que funcione como un sistema del que se desprende el concepto, también entendida como la esencia misma de las cosas existentes en la realidad. (García, 1996, p. 62 – 69)

En muchos otros terrenos disciplinarios se encuentran conocimientos de los que el diseñador industrial debe apropiarse según sea el caso que se trabaje, en algunos momentos será necesario comprender sobre los aspectos simbólicos de la forma con apoyo en la semiótica o en la psicología perceptual, Rodríguez, (1989, p. 97 – 112), mientras que en otros momentos será necesario atender aspectos de la tecnología de la información y la comunicación, o de las tecnologías de la manufactura de los productos, materiales y técnicas, asimismo en ocasiones será importante estudiar las teorías de la física, la química, la biología o las matemáticas para aprender y luego proponer soluciones de diseño de productos con completo conocimiento de causa.

Sobre el caso particular del proceso de preparación de los alumnos, Rojas Soriano apunta que:

“De acuerdo con la pedagogía crítica, la docencia debe convertirse en un espacio para la reflexión, la crítica y la formulación de propuestas a fin de lograr que la preparación académica sea de excelente calidad pero con un profundo sentido social y humanista”. (Ruiz y Rojas, 1997, p. 85)

La formación del diseñador industrial se encuentra en muchos espacios de la ciencia, la tecnología, la cultura, la sociedad y el arte, e incluso

más aún en la vida cotidiana, en el día a día de las personas que desempeñan actividades en las oficinas, en los hogares, en las fábricas, en las escuelas, en los centros de cultura y esparcimiento, en los lugares privados y también en los espacios públicos, en las calles, en los parques y en los jardines, en los centros de comercio; pero también más allá del espacio urbano; en el campo donde se siembran y se cosechan los alimentos, en donde se crían animales de granja, en donde se recolectan frutos y en donde se pescan peces; en donde se extraen las materias primas de la naturaleza y también en donde se transforman esas materias primas en materiales útiles para manufacturar productos.

El saber del diseñador se localiza prácticamente en todas partes donde se pueda intervenir con un diseño, y para esto, hoy en día, se requiere de la investigación, de la indagación, de la obtención de información para analizarla, sintetizarla, reflexionarla, evaluarla, probarla y comprobarla y establecer juicios. De ahí la importancia de planear, al menos en el campo del diseño industrial, una docencia del diseño vinculada a la investigación y una investigación dirigida al conocimiento del diseño.

“[...] desde hace algunos años se ha manifestado en diversos foros la necesidad de que docencia e investigación se vinculen estrechamente, con el fin de contribuir de esta manera a la superación de la actividad docente y elevar el nivel de formación de los alumnos.” (Ruiz y Rojas, 1997, p. 17).

En la cita anterior se insiste sobre la percepción problemática de corte fundamentalmente político y administrativo que, de ninguna manera es exclusiva del campo de conocimiento del diseño industrial, pero que sí hace énfasis sobre la escasa producción formalizada de conocimiento en

esta área. Amparo Ruiz señala sobre que, “no es nada frecuente pensar que una persona pueda ser investigador y docente en partes más o menos iguales” (1997, p. 17), y puntualiza que “una docencia sin investigación es un trabajo muerto, repetitivo y rutinario” (1997, p. 22)

En definitiva, la actividad colaborativa, de enseñar y aprender y de enseñar a aprender el diseño industrial, exige de tiempo completo, demanda de horas enteras de dedicación al estudio, a la práctica, a la reflexión. Bien lo expone Rojas Soriano “[...] prepararse como profesores-investigadores es un proceso que dura toda la vida [...]” (1997, p. 117). No es gratis, efectivamente, que una persona logre dedicar su vida entera para ser investigador y docente al mismo tiempo, se necesita de mucha pasión, compromiso, empeño, persistencia, voluntad; es necesario tener vocación, poseer hambre de conocimiento, disfrutar de aprender, saber y mostrar lo que se encuentra, lo que se halla mediante la investigación. “Investigar es una acción misteriosa que aviva el espíritu de quien busca estructurar su pensamiento” (Lloréns, Castro 2008, p. 5); debido a lo cual en los últimos años se ha puesto especial atención en el impulso de los estudios de posgrado, ya que en apariencia es el camino más certero para que el docente se prepare en la investigación y lo refleje en su enseñanza, sin embargo después de varias décadas de haberse puesto en marcha esta política gubernamental, los resultados no son del todo satisfactorios, ya que hoy en día los docentes con maestrías y doctorados permanecen, en muchos casos, sin vincular la docencia con la investigación, acentuándose aun más en los jóvenes docentes quienes en su mayoría sólo llegan a enseñar a los salones de clase lo que aprendieron en los libros y en sus cursos, pero nunca lo han puesto en práctica y, en muchas de las ocasiones ni siquiera lo han reflexionado.

Esta realidad casi generalizada concuerda con lo señalado por Rojas Soriano cuando afirma que:

“[...] La investigación representa un proceso fundamental para despertar la imaginación creativa y, si se lleva a cabo desde una perspectiva materialista dialéctica, nos permitirá mantener una actitud crítica permanente frente al devenir de la ciencia y de la sociedad en la que vivimos. Concebir la docencia y la investigación de acuerdo con este marco de referencia conlleva a una toma de posición frente a la vida y a la sociedad y, en particular frente al proceso educativo.” (1997 p. 86)

El fuerte vínculo entre docencia e investigación en el campo de conocimiento del diseño industrial existe por simple naturaleza, ya que no hay diseño sin investigación, no hay posibilidad de existencia de innovación y manifestación creativa sin la inconformidad a las soluciones actuales, a la búsqueda de nuevas salidas, sin la crítica a la posibilidad de mejorar las condiciones existentes en el presente. Separar a la docencia de la investigación, dice Rojas Soriano:

“sólo conduce a reproducir una enseñanza carente de significado tanto para el maestro como para el alumno: es una enseñanza anquilosada que permite únicamente formar individuos pasivos, receptivos y conformistas que esperan que otras personas [...] piensen por ellos. [...] la investigación aislada de la docencia no se nutre de la frescura de las dudas e inquietudes de los niños y de los jóvenes.” (1997 p. 106-107)

La investigación en la enseñanza del diseño industrial y la enseñanza de su investigación siempre deberán de estar presentes en un proceso formativo entre el profesor y el alumno, en el que la búsqueda del conocimiento verdadero sea uno de los fines principales del proceso de

enseñanza-aprendizaje, cobijados por un plan de estudios cuyos rasgos se caractericen por la innovación en la configuración de la forma diseñada, por la práctica de la creatividad para la solución de problemas proyectuales de modos diferentes, además de que se incorporen nuevas propuestas de satisfacción de las necesidades que reflejen prácticas sociales con mayor responsabilidad para las futuras generaciones. Al respecto Davenport y Prusak (1998, p. 23, citado por Lloréns y Castro, 2008 p. 36) indican:

“el conocimiento es creencia justificada, es decir, de alguna manera aceptada, probada, evidenciada, sustentada, validada en su contexto de tiempo y espacio. Como afirman estos autores, el conocimiento es: Una mezcla fluida de experiencias, valores, información contextual y opinión experta, que proporciona un marco de referencia para evaluar e incorporar nuevas experiencias e información”.

En la formación docente del diseñador industrial es fundamental la orientación de su enseñanza y de su aprendizaje, y en general de sus conocimientos, todo ello con la finalidad de que el estudiante cobre conciencia de que su tarea es lograr que al usuario le sea fácil el manejo de los objetos diseñados y que le sean confortables y útiles.

Además se debe dirigir su instrucción a la factibilidad de reproducción de los objetos por la industria manufacturera, asimismo guiar su visualización a la funcionalidad práctica y simbólica de las formas y a la estética atractiva de los productos que competirán en los mercados, entre otros tantos aspectos que, para la formación del diseñador industrial, se deben prever, pero siempre con la idea de anticiparse a lo que puede ocurrir con una actitud prospectiva de diseño, de ahí la importancia del aprendizaje de la investigación y el ejercicio de la misma para este campo de conocimiento.

“Hacer investigación es esencialmente construir y llevar a la práctica la visión estratégica de un proceso, lo que implica flexibilidad y capacidad de diseño, modificación e incluso emergencia imprevisible de cursos de acción para llevar a cabo dicho proceso” (Lloréns, Castro, 2008, p. 17)

En 1863 Julio Verne escribió la novela París en el siglo xx, en la que predijo que en 1960 la capital francesa tendría rascacielos de cristal, ascensores, aire acondicionado, trenes de alta velocidad, automóviles a gasolina, aparatos de fax e incluso algo parecido al Internet, ¿cómo pudo anticipar todo eso casi cien años antes? Lloréns y Castro mencionan algo sobre lo que a Julio Verne pudo haberle motivado en sus predicciones:

“El factor más importante detrás de la competencia para investigar no es la experiencia, sino la curiosidad y la capacidad de dudar, traducidas en preguntas, las cuales se convierten en una búsqueda orientada.” (2008, p. 26)

A pesar de que Verne no era científico, se dice en sus biografías que, constantemente era visto con personas de ciencia con los que podía conversar sobre sus visiones de futuro. En realidad el agudo ingenio de Julio Verne estaba apoyado en la capacidad de comprender el poder que tiene la ciencia para revolucionar a la sociedad. (Kaku, 2011, p. 25 – 26)

No sería oportuno hacer referencia al futuro sin que se haga alusión a los grandes genios que han imaginado en el pasado mundos distintos, algunos maravillosos y otros terroríficos: Julio Verne, Mary Shelley, H.G. Wells, Aldous Huxley, Arthur C. Clarke, entre muchos otros, quienes expresaron a través de la ciencia ficción, pero también de publicaciones científicas, sus deseos y temores del porvenir, algunos se cuestionaron sobre las

maravillas que harían más grata la vida para la sociedad, otros plantearon interrogantes en el desarrollo científico y tecnológico sobre la posibilidad de un mundo humano sometido por el poder del conocimiento y el control de las máquinas, finalmente como ellos, a todos los que nos interesa saber del futuro de las cosas, también nos cuestionamos y expresamos en nuestras reflexiones lo que queremos y no queremos de ellas. Una reflexión muy acertada que sustenta ese interés en saber lo que puede o no suceder, es la que hacen Lloréns y Castro, (2008, p. 12) “Preguntar es en verdad la base de la investigación”



Figura 3: Visión de la educación a distancia que se tenía en 1958 Fuente: <http://eperezchica.bloguen.com/category/educacion/>

Pensar en el futuro es poner los esfuerzos en algo que aún no existe, que es posible y que tiene cierto sentido para nosotros porque es algo que esperamos, que deseamos o por el contrario, que queremos evitar. Pensar en el futuro nos pone alerta, nos obliga a formular preguntas y a investigar para intentar anticipar los eventos que pueden ocurrir antes de que lleguen al presente, al igual que sucede en el diseño; el futuro es ese tiempo que está por venir, ya sea que se trate del siguiente instante, o el momento que se encuentra en el mediano o largo plazo para no-

sotros: días, meses, años, décadas, incluso siglos. En eso consiste la prospectiva, término que en sentido estricto, orden y significado dice: echar un vistazo al futuro, ver al futuro, espiar el futuro y en última instancia pensar, imaginar el futuro. La prospectiva permite establecer escenarios posibles desde el presente para el porvenir, para estar preparados desde el ahora, para anticipar los posibles impactos antes de que estos se hagan realidad. Lloréns y Castro, (2008, p. 26), explican el porqué nos interesa el futuro, desde una perspectiva de la investigación, pero también con un matiz desde el campo del diseño, ellos dicen:

“Investigamos porque queremos saber algo, entenderlo, formar patrones de explicaciones que nos sirvan para predecir el comportamiento de objetos y personas. Pero también investigamos porque queremos no sólo saber, sino también crear, diseñar, construir, poner a prueba en la práctica algún objeto, instrumento, sustancia, equipo, programa, maquinaria, medicamento, etcétera.”.

La prospectiva trata del estudio de los futuros posibles, de los futuros posibles a partir del análisis del comportamiento de los fenómenos en su pasado y en su presente, con el fin de intentar prever y prevenir los cambios o las continuidades que determinarán a la sociedad, a la cultura, a la ciencia, a la tecnología y en este caso específico a la docencia del diseño y su vínculo con la investigación.

“[...] la investigación no es una cualidad que se adquiere después de largos años de estudio y práctica. [...] es una competencia (capacidad de hacer algo que puede desarrollarse y perfeccionarse a lo largo de la vida pero, como tal, como competencia derivada de la inteligencia, es una cualidad con la que nacemos.” (Lloréns y Castro, 2008. p. 26).

La investigación en el campo del diseño es y ha sido parte integral de la forma de ser del diseñador, forma parte de su genética misma. Desde los primeros seres humanos que tuvieron la curiosidad de saber algo, y en ese saber convirtieron en signos a las cosas, las plasmaron en las piedras y luego las transformaron para comprender lo que ocurriría, hasta en los más actuales desarrollos tecnológicos, científicos, sociales y culturales, se encuentra la fuerza del espíritu humano que se trae desde el nacimiento, y que empuja a querer saber lo que aún no ocurre, a transformar para entender, a diseñar.

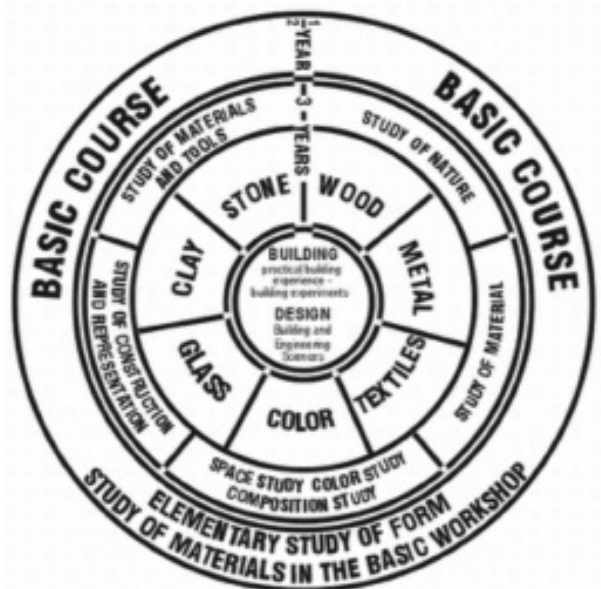


Figura 4: Propuesta pedagógica de la Bauhaus. Curso básico (actualmente válida). Fuente: http://esturionbeluga.blogspot.mx/2010_08_01_archive.html

Así ha pasado en muchas áreas del saber humano y entre ellas en la educación del diseño, disciplina que formalmente se estableció en las primeras escuelas europeas, como la Bauhaus en Weimar en 1919, Bürdek, (1994, p. 28), que es

considerada un referente importante de la enseñanza y el aprendizaje del diseño actual, en ella la docencia se apoyaba en la instrucción del maestro, del artista, del artesano, del técnico experto en los procesos y los materiales quienes compartían su valioso conocimiento adquirido por años de experiencia; mostraban al aprendiz cómo hacer las cosas, como trabajar las formas geométricas, los colores, las texturas, los contrastes, los brillos, los contornos, también los maestros mostraban a los alumnos cómo sensibilizarse con las expresiones plásticas e ir formándose en el oficio de diseñador a partir de la práctica, para que, principalmente a través de los repetidos ejercicios, se lograra adquirir el conocimiento y la sensibilidad que los años de trabajo dejaban en la persona. El diseñador se forjaba en la práctica dentro de los talleres de las escuelas, las europeas durante los primeros años del siglo xx y después en el resto del mundo.



Figura 5: Aula de clases en la escuela de Weimar (1919 – 1925). Fuente: <http://mgonzaloprado.blogspot.mx/2010/11/la-escuela-bauhaus.html>

Al transcurrir el tiempo el concepto de enseñanza y aprendizaje se fue modificando, con el desarrollo del conocimiento en otros tantos campos y al adquirir importancia la incorporación del método en el proceso educativo, pero también en la

práctica del diseño, la docencia de la disciplina ya no sólo podía depender del saber hacer, también debería subordinarse al saber pensar los procesos y los métodos que asegurarán la creación y el control de las distintas etapas del diseño, con el fin de garantizar los mejores resultados en el menor tiempo posible, en la búsqueda constante de la calidad y la competitividad para las industrias y sus productos en los mercados.

Los problemas se hicieron más complejos y su solución no podía ser más obra única de un sujeto que, con su maravilloso virtuosismo marcara el camino para la obtención de respuestas viables y factibles, es así como los conocimientos de semiótica, ergonomía, antropometría, psicología gestalt, los de administración de proyectos, los de la ingeniería del producto, entre muchos otros se empezaron a incluir en los programas de estudio de las escuelas de diseño, tanto de Europa, como de América, Oriente, Latinoamérica y del resto del mundo en los años más recientes.



Figura 6: El método en el diseño industrial. La Bauhaus de ULM (1953 – 1968). Fuente: <http://sinceartsandcrafts.blogspot.mx/>

El maestro, el académico ya no era más solamente el modelo a seguir y el aprendiz sólo el receptor del buen ejemplo, con esto la educación del diseño necesitaba de un binomio en constante

cooperación, cuya responsabilidad tendría que compartirse y en el que, tanto el docente como el estudiante fueran partícipes activos en la enseñanza y el aprendizaje de la disciplina del diseño, con esto se inicia el llamado trabajo interdisciplinario, un trabajo de equipo más comprometido con el conocimiento, que con la experiencia, en donde el empleo correcto de los lenguajes adquieren una relevancia prioritaria, la educación del diseño dejó de ser únicamente un arte del proyecto para transformarse en un campo de conocimiento del diseño.



Figura 7: Del arte de proyectar a la ciencia de proyectar. La Bauhaus de ULM (1953 – 1968). Fuente: <http://www.banrepublicultural.org/exposicion-modelos-de-uhl.htm>

En el transcurrir del tiempo la tecnología, la ciencia, las artes, el comportamiento de los grupos sociales, la transformación de la cultura, de las políticas económicas y de prácticamente todo, ha experimentado cambios, a grado tal ha ocurrido esto que, algunos dicen: “lo único permanente es el cambio”, la evolución del mundo es inevitable y lo es también la metamorfosis del diseñador, las cualidades de los modernos materiales para proyectar deben ser bien entendidas e incorporadas como un saber en la educación del diseñador industrial para proponer y desarrollar proyectos innovadores, también lo es el aprendizaje de las nuevas tecnologías de la manufactura, ya que la idea fordista que imperaba en el

inicio del siglo xx, de hacer muchos productos de la misma serie, bajo un esquema rígido de producción en línea de ensamble, dejó de ser el modelo a seguir hace tiempo, ahora los integrantes de los grupos sociales se caracterizan por solicitar cosas que los distingan, a precios razonables. Es ahí que la industria empieza a producir más variedad de objetos en series cortas gracias a la flexibilidad de la manufactura, bajo la integración de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, llegando a conformar el concepto de la producción personalizada como una especie de retorno al proceso artesanal, pero con la aplicación de tecnologías de avanzada.



Figura 8: La ciencia del proyecto para el diseño industrial. Fuente: http://fundamentosdd.blogspot.mx/2011_09_01_archive.html

Como ejemplo de dichas tecnologías se encuentran los modernos sistemas de diseño asistido por computadora (CAD), el control numérico computarizado de los procesos (CNC), los programas de simulación virtual, los avances de la realidad ampliada, la impresión tridimensional casera, incluso los avances en el conocimiento de los Claytronics, (llamada también materia programable), los Cátomos Kaku, (2011, 274 – 279).



Figura 9: Claytronics, cátomos (realidad sintética). Fuente: <http://www.lacomunidadpetrolera.com/showthread.php/2376-Claytronics-el-futuro-de-los-automoviles>



Figura 10: Realidad aumentada. Fuente: <http://blogs.lainformacion.com/futuretech/2010/04/28/realitad3-la-realidad-aumentada-llega-a-las-aulas-valencianas/>

Así como también el desarrollo de los nuevos materiales llamados inteligentes que pueden adaptarse o modificarse con relación a las circunstancias de funcionamiento, de las condiciones medioambientales, del proceso de fabricación, entre otros factores; o la preocupación por la sustentabilidad del planeta, los conceptos estéticos de la desmaterialización, o la neo-artesanía, entre otros conceptos con los que la docencia y la investigación del diseño se deben de comprometer, ya que dictan los nuevos rumbos



Figura 11: Neo-artesanía sandalias. Fuente: <http://artesanias-tyl3.blogspot.mx/2010/09/sandalias.html>



Figura 12: Neo-artesanía, piezas para tejido. Fuente: <http://neoartesaniam.tumblr.com>



Figura 13: Nuevas tecnologías para el diseño. Fuente: http://www.plm.automation.siemens.com/es_mx/plm/cad.shtml

por los que el futuro diseñador desde su proceso formativo, deberá transitar en la búsqueda de novedosas opciones para la innovación y la creatividad del proyecto a través de la investigación y el aprendizaje.

Hasta hace relativamente poco tiempo la educación del diseño era suficiente con la participación interdisciplinaria en la conformación de equipos de trabajo dentro del mismo espacio físico, hoy ya no es suficiente, ahora es necesario que alumnos, profesores, autoridades institucionales, padres de familia, asesores, técnicos, administrativos y todo aquel que se encuentre relacionado con la formación de seres humanos tomemos conciencia de que el diseñador es quien conformará los equipos de trabajo para el desarrollo de los proyectos, y cada vez más será en con interacción a distancia.



Figura 14: Trabajo interdisciplinario a distancia. Fuente: <http://coastaltravels.net/2010/12/03/los-jefes-jovenes-estan-a-favor-del-trabajo-a-distancia/>

Una de las variables a controlar en estos procesos de educación, es que el futuro diseñador pueda gestionar y conformar equipos de trabajo con personas de otras disciplinas pero que, ni siquiera los ha visto nunca y que tal vez nunca verá. Esto es, la formación del diseñador basado en la investigación científica y tecnológica, en la gestión de proyectos, en la conformación y coordinación de equipos de trabajo, multi, inter y transdisciplinarios que, sin olvidar la ya larga tradición de la creación y la innovación, definen un perfil profesional con mayor afinidad con la evolución del mundo y de la conformación de la actual cultura y sociedad de la información y la comunicación.

Entre los aspectos que se hacen necesarios de incorporar en la formación del diseñador del futuro resaltan los siguientes:

1. Un pensamiento de compromiso con las futuras generaciones en el cuidado del medioambiente, que los conduzca a incrementar la conciencia para dar el mejor aprovechamiento a los recursos naturales y al uso de las energías, preferentemente de las renovables y evitar las de origen fósil, que de por sí desaparecerán en las siguientes décadas como alternativa prioritaria para la producción de objetos de consumo.
2. Una educación que intensifique el respeto a la diversidad ideológica, social y cultural.
3. Una actitud de aprendizaje de otros lenguajes científicos y técnicos a través de la investigación, que le permita al diseñador gestionar los proyectos e incorporarse a las prácticas del desarrollo de productos de nuevos conceptos estéticos basados, por ejemplo, en la mutación del objeto con la descarga vía red de los software capaces de modificar y renovar los productos y, así evitar los desechos sólidos.
4. Que el diseñador aprenda y esté preparado para diseñar estos software.

Es sin duda una gran oportunidad la que tenemos los académicos de hoy, de dar nuevas opciones de aprendizaje a los alumnos de diseño industrial, e impulsarlos a indagar mediante la investigación, sin embargo siempre será importante no perder de vista que el principio básico de este campo de conocimiento es y será la de generar mejores opciones para mejorar la vida de los individuos en la sociedad con el trabajo de las propiedades formales de las cosas.

La educación es la "fuerza del futuro", porque ella constituye uno de los instrumentos más poderosos para realizar el cambio.

Morin, Edgar, Los siete saberes necesarios para la educación del futuro, Publicado por la UNESCO en 1999.

BIBLIOGRAFÍA Y REFERENCIAS:

- AGÜERA, I. (2011), La disputa por la educación, México, Agullar.
- BUZAN, B. y Segal, G., (1999), El futuro que viene, España, Editorial Andrés Bello,
- <http://chimeneainformativa.blogspot.mx/2012/04/la-jaula-de-clases-una-mirada-la.html> Octubre 12 del 2012
- http://fundamentosdd.blogspot.mx/2011_09_01_archive.html Octubre 12 del 2012
- <http://grupoeducativa.blogspot.com/2012/05/profesiones-del-futuro.html> Octubre 12 del 2012
- <http://mgonzaloprado.blogspot.mx/2010/11/la-escuela-bauhaus.html> Octubre 12 del 2012
- <http://sinceartsandcrafts.blogspot.mx/> Octubre 12 del 2012
- KAKU, M., (2011), La física del futuro, España, Random House Mondadori, s. a.
- LLORÉNS B., Castro, M., (2008), Didáctica de la Investigación. Una propuesta formativa para el desarrollo de la creatividad y la inteligencia, México, Porrúa.
- MORIN, E., (1999), Los siete saberes necesarios para la educación del futuro, unesco,
- CONACYT, (2012), Revista Ciencia y desarrollo, Educación sin fronteras, Vol. 38, #260, México, Julio – Agosto, Conacyt
- RODRÍGUEZ, L. (1989), Para una teoría del diseño, México, Universidad Autónoma Metropolitana, Tilde.
- RUIZ, C., Rojas, S., (1997), Vínculo docencia - investigación para una formación integral, México, Plaza y Valdés.
- WALLACE, M., (2008), 50 Años en el futuro, usa, Grupo Nelson.

Iarene Tovar

¿Nuevas competencias digitales?

INTRODUCCIÓN

Se parte de la premisa de que en la actualidad la tecnología y los medios de comunicación son parte fundamental de nuestro día a día y que su rápido aumento ha fomentado la multitarea, ya que se promueve el uso de múltiples fuentes de entrada en un momento dado. Este aumento en el uso de los medios de comunicación simultáneos disminuye la cantidad de atención que se presta a cada dispositivo. A medida que la tecnología ofrece más distracciones, la atención se reparte entre distintas tareas. Lo que se traduce en una exploración de oportunidades para mantenerse actualizado con los contactos, eventos y actividades. Es un constante esfuerzo para no perderse nada. En este mar de información demandante con demasiadas opciones, se



Profesora investigadora del Grupo de Educación, Departamento de Evaluación del Diseño en el Tiempo, CYAD, UAM Azcapotzalco

Fuente: <http://www.cuartoestudio.com/que-hacer-con-este-constante-bombardeo-de-informacion/>

desconoce qué impacto tendrá entre los usuarios cognitiva y emocionalmente hablando. Nuestro objetivo es que a través de la revisión de algunos estudios se abra la discusión sobre si efectivamente podemos hablar de nuevas competencias digitales o -como ya se mencionó- de un estilo cognitivo emergente de atención fragmentada.

La atención

Desde mediados del siglo xx se han desarrollado teorías y modelos en torno al procesamiento de la información y desde luego de la atención. Johnson y Proctor (2004: 4 en Capa, 2011) señalan que si bien la atención es un discurso dominante en la psicología, el análisis conceptual de la filosofía sentó las bases para su posterior estudio científico. De manera que, una de las primeras definiciones sobre la atención y más citada; surge de la obra del filósofo estadounidense William James, como una de las más influyentes en los primeros psicólogos:

Todo el mundo sabe lo que es la atención. Es tomar posesión de la mente, de una forma clara y vívida, de uno de los que parecen ser diferentes objetos o líneas de pensamiento que suceden de forma simultánea. Su esencia son la localización y la concentración de la conciencia. Implica dejar de lado algunas cosas para poder tratar de forma efectiva otras. (William James (1890) en Batle, (2009: 2).

Posteriormente en los años cincuenta el psicólogo educativo C.W. Telford (en Capa, 2011) sugirió lo que se denomina como Período Refractario Psicológico. El PRP (por sus siglas) se produce ante una sucesión rápida de dos estímulos que requieren respuestas diferentes, donde el segundo aparece antes de haber respondido al primero, es decir, es el período de tiempo durante el cual

la respuesta a un segundo estímulo es considerablemente más lenta debido a que un primer estímulo todavía se está procesando. Cuando la segunda respuesta se retrasa, ese retraso es lo que se denomina como Período Refractario Psicológico. Con lo cual se evidencia que existe un costo de cambio al pasar de una tarea a una tarea diferente (Johnson y Proctor, 2004: 15 en Capa, 2011). El PRP se puede utilizar en ciertas áreas de investigación de los procesos de estudio que requieren la atención dividida, como la lectura en voz alta, el aprendizaje de otras lenguas, o conducir y hablar por teléfono simultáneamente. Sin embargo, Harold Pashler (1994) profundizó en estudios sobre PRP y advirtió sobre un “cuello de botella central” que se produce cuando se está procesando el primer estímulo, otros estímulos no pueden ser procesados. El procesamiento del segundo estímulo se pospone lo que ralentiza el tiempo de reacción. Las neuronas que captan información envían ésta a las redes neuronales específicas en diferentes lugares. Así, cuando alguna información específica se envía en una dirección, hay una pequeña demora antes de que una nueva información sensorial pueda enviarse a otra dirección.

Por otra parte, el estudio de George A. Miller (1956) sobre “El número mágico siete, más o menos dos. Los límites en nuestra capacidad de procesamiento de información” (The Magical Number Seven, Plus or Minus Two: Some Limits on our Capacity for Processing Information), se convirtió en uno de los artículos más citados de Psicología y ha sido juzgado por Psychological Review como su publicación más influyente de todos los tiempos. Las investigaciones de George Miller (1956, en Gándara, 2001: 289) refieren:

[...] ligado a las capacidades de memoria y proceso del aparato cognitivo humano, se presenta el pro-

blema de la complejidad, en el que pasando cierto umbral, ya sea de tamaño o de complejidad, se saturan la memoria de corto plazo y la capacidad de canal. [...] a niveles demasiado bajos de complejidad, ocurre el aburrimiento y la falta de estimulación, vía la monotonía; luego hay una zona óptima, después de la cual la complejidad lleva al caos y a la incapacidad de proceso.

George Miller también señalaba que:

[...] los descubrimientos en torno a que esta capacidad (capacidad de canal normal del ser humano, o de la competencia para descifrar un determinado código) está severamente limitada en la mayoría de los seres humanos, y que, independientemente del contenido, parece no ser superior a un máximo de cinco a siete elementos por unidad de tiempo en una sola dimensión. (Miller 1956, en Gándara, 2001: 124).

Si consideramos lo que Miller explicó acerca de que la memoria a corto plazo es capaz de asimilar un promedio máximo de siete elementos con una desviación de más menos dos elementos. Nos deja con un rango de cinco a nueve elementos. No obstante, en recientes investigaciones realizadas por el psiquiatra australiano y profesor de psiquiatría de la Universidad de Nueva Gales del Sur (UNSW) Gordon Parker (en Europapress, 2012) sostiene que un nuevo análisis de los experimentos utilizados por Miller muestra que el número correcto quedó desviado por un amplio margen, mostrando que la mente humana se desenvuelve con un máximo de cuatro "segmentos" de información en la memoria de corto plazo, más menos uno. Dándonos un rango de tres a cinco, y no de siete como se creía. El profesor Parker dice que 50 años después de Miller todavía hay incertidumbre acerca de la naturaleza de los límites de capacidad de almacenamiento del

cerebro: "no puede haber límite en la capacidad de almacenamiento en sí, sino un límite en la duración de los elementos que pueden permanecer activos en la memoria a corto plazo. [...] En cualquier caso, el consenso actual es que los seres humanos pueden almacenar sólo cuatro segmentos en las tareas de memoria a corto plazo." (Europapress, 2012).

La atención parcial continua

Por otro lado, existen estudios recientes que analizan el fenómeno llamado: *Atención parcial continua* (*Continuous Partial Attention*) acuñado por la ex ejecutiva de Microsoft Linda Stone (2005), derivado de los efectos de estar "siempre conectado" ("*always-on*") o "*siempre-contigo*" ("*always-on-you*"), que están experimentando los usuarios de dispositivos móviles permanentemente conectados a Internet. Implica que su atención esté constantemente fragmentada por múltiple información en línea y canales de comunicación que está motivada no por la productividad, sino por un deseo insaciable de conectividad y de ser un "*nodo vivo en la red*". De manera que mantener su atención es un problema en el aprendizaje en línea.

La discusión se centra en si el fenómeno debe ser considerado como una inevitable adaptación a una nueva realidad o un estado desestructurado de distracción, una nueva competencia digital, una forma de destreza cognitiva o un déficit cognitivo. ¿Podemos denominar a este fenómeno con el término de multitarea? En el ámbito de la computación es la habilidad de ejecutar más de una tarea al mismo tiempo, y en el contexto humano se aplica de manera similar, ya que se concibe como la realización de múltiples actividades de manera simultánea, como cuando se responde el teléfono mientras se edita un archivo en

pantalla, por ejemplo, y que en conjunto demandan grandes recursos cognitivos. Desafortunadamente, no se sabe exactamente cómo el cerebro procesa la entrada de información y reacciona a la sobre-estimulación, además aún hay poca investigación sobre las implicaciones educativas sobre este estilo cognitivo emergente de corto y constante cambio de atención. (Rose, 2011).



Fuente: <https://fahrenheit2012.wordpress.com/2014/02/12/el-ajetreo-del-siglo-xxi-y-el-colapso-mental-como-las-multitareas-saturan-el-cerebro/>

Al respecto, Mayer y Moreno (2003) estudiaron el fenómeno de la carga cognitiva en el aprendizaje multimedia y llegaron a la conclusión de que es difícil, y quizás imposible, aprender información nueva mientras se participa en actividades multitarea. Como ya se sabe, la multimedia no sólo tiene una función lúdica si no formativa y los ambientes de aprendizaje multimedia pueden ser adecuados para la instrucción de distintos tipos de contenido, especialmente cuando el objetivo de ésta es promover el conocimiento disciplinario en los estudiantes. Las habilidades de razonamiento pueden adquirirse a través de tareas de aprendizaje, guiadas por una adecuada

instrucción, ya que puede incidir en los patrones cognitivos de los usuarios, pues la multimedia es una ayuda cognitiva y no sólo un medio para adquirir información. No obstante, a pesar de sus beneficios, si ésta se combina con otras tareas es posible que no se logre su objetivo instruccional.

A continuación, se presenta la taxonomía¹ educativa (Tabla 1) que Benjamín Samuel Bloom y sus colaboradores (1973) elaboraron a finales de los años 50, ha sido uno de los recursos que con mayor frecuencia se utilizan para la elaboración de reactivos, ya que plantea varios niveles con el fin de jerarquizar los verbos que se utilizan en la redacción de objetivos de aprendizaje para la adquisición de habilidades cognitivas. Más adelante (Tabla 2), se presenta la actualización que se realizó de la misma pero con las habilidades del mundo digital.

Al respecto, vale la pena mencionar que esta taxonomía ha sido objeto de numerosas críticas, como por ejemplo, que no fue elaborada sobre la base de un modelo teórico sólido, ni es exhaustiva, puesto que excluye algunos procesos tales como la observación, la reconstrucción de experiencias, las habilidades lógicas.²

Posteriormente, se hizo una revisión de la mis-

1 Taxonomías educativas (Pedag., Psic.) Clasificación jerárquica de los niveles de desarrollo humano en un dominio determinado. B.S. Bloom y sus colaboradores han sido los principales defensores de la aplicación de los estudios taxonómicos al campo de las ciencias de la educación, con objeto de jerarquizar, de algún modo, los objetivos educativos. (Diccionario de las ciencias de la educación, 1983, T. I-Z: 1345).

2 Si se desea observar una versión pormenorizada de esta crítica, véase Díaz-Barriga y Hernández (2006: 383).

TAXONOMÍA DE BLOOM SOBRE LAS HABILIDADES DE PENSAMIENTO (1956)						
CATEGORÍA	CONOCIMIENTO RECOGER INFORMACIÓN	COMPRENSIÓN CONFIRMACIÓN APLICACION	APLICACIÓN HACER USO DEL CONOCIMIENTO	ANÁLISIS (ORDEN SUPERIOR) DIVIDIR, DESGLOSAR	SINTEZIZAR (ORDEN SUPERIOR), REUNIR, INCORPORAR	EVALUAR (ÓDEN SUPERIOR) JUZGAR EL RESULTADO
Descripción de las habilidades que se deben demostrar en este nivel:	Observación y memorización de información; conocimiento de fechas, eventos, lugares; conocimiento de las ideas principales; dominio de la materia.	Entender la información; captar el significado; trasladar el conocimiento a nuevos contextos; interpretar hechos; comparar, contrastar; ordenar, agrupar; inferir las causas predecir las consecuencias.	Hacer uso de la información, utilizar métodos, conceptos, teorías, en situaciones nuevas; solucionar problemas usando habilidades o conocimientos.	Encontrar patrones; organizar las partes; reconocer significados ocultos; identificar componentes.	Utilizar ideas viejas para crear otras nuevas; generalizar a partir de datos suministrados; relacionar conocimiento de áreas diversas; predecir conclusiones derivadas.	Comparar y discriminar entre ideas; dar valor a la presentación de teorías; escoger basándose en argumentos razonados; verificar el valor de la evidencia; reconocer la subjetividad.
Qué hace el estudiante	El estudiante recuerda y reconoce información e ideas además de principios aproximadamente en la misma forma en que los aprendió.	El estudiante esclarece, comprende, o interpreta información en base a conocimiento previo.	El estudiante selecciona, transfiere, y utiliza datos y principios para completar una tarea o solucionar un problema.	El estudiante diferencia, clasifica, y relaciona las conjeturas, hipótesis, evidencias, o estructuras de una pregunta.	El estudiante genera, integra y combina ideas en un producto, plan o propuesta nuevos para él o ella.	El estudiante valora, evalúa o critica con base en estándares y criterios específicos.
Ejemplos de palabras indicadoras	- define - lista - rotula - nombra - identifica - repite - quién - qué - cuando - donde - cuenta - describe - recoge - examina - tabula - cita	- predice - asocia - estima - diferencia - extiende - resume - describe - interpreta - discute - contrasta - distingue - explica - parafrasea - ilustra - compara	- aplica - demuestra - completa - ilustra - muestra - examina - modifica - relata - cambia - clasifica - experimenta - descubre - usa - computa - resuelve - construye - calcula	- separa - ordena - explica - conecta - divide - compara - selecciona - explica - infiere - arregla - clasifica - analiza - categoriza - compara - contrasta	- combina - integra - recorda - substituye - plantea - crea - diseña - inventa - ¿qué pasa si? - prepara - generaliza - compone - modifica - diseña - plantea hipótesis - inventa - desarrolla - formula - reescribe	- decide - establece gradación - prueba - mide - recomienda - juzga - explica - compara - suma - valora - critica - justifica - discrimina - apoya - convence - concluye - selecciona - establece rangos - predice - argumenta
EJEMPLO DE TAREAS)	Describe los grupos de alimentos e identifica al menos dos alimentos de cada grupo. Haga un poema acróstico sobre la comida sana.	Escriba un menú sencillo para desayuno, almuerzo, y comida utilizando la guía de alimentos.	Qué le preguntaría usted a los clientes de un supermercado si estuviera haciendo una encuesta sobre qué comida cocinan? (10 preguntas)	Prepare un reporte de lo que las personas de su clase comen en el desayuno.	Componga una canción y un baile para vender bananas.	Haga un folleto sobre 10 hábitos alimentarios importantes que puedan llevarse a cabo para que todo el colegio coma de manera saludable

TABLA 1: Taxonomía de Benjamín Bloom sobre las habilidades de pensamiento (1956).

(Extraída de: <http://www.eduteka.org/TaxonomiaBloomCuadro.php3>).

con las nuevas realidades de la era digital. La propuesta se visualiza a modo de cuadro sintético para facilitar su comparación (Tabla 2):

TAXONOMÍA DE BLOOM PARA LA ERA DIGITAL (CHURCHES, 2008)						
CATEGORÍA	RECORDAR	COMPRENDER	APLICAR	ANALIZAR	EVALUAR	CREAR
Descripción	Recuperar, recordar o reconocer conocimiento que está en la memoria.	Construir significado a partir de diferentes tipos de funciones, sean éstas escritas o gráficas.	Llevar a cabo o utilizar un procedimiento durante el desarrollo de una representación o de una implementación.	Descomponer en partes materiales o conceptuales y determinar cómo éstas se relacionan o se interrelacionan, entre sí, o con una estructura completa, o con un propósito determinado.	Hacer juicios con base en criterios y estándares utilizando la comprobación y la crítica.	Juntar los elementos para formar un todo coherente y funcional; generar, planear o producir para reorganizar elementos en un nuevo patrón o estructura.
Ejemplos de Verbos para el mundo digital	<ul style="list-style-type: none"> utilizar viñetas (bullet pointing) resaltar marcar (bookmarking) participar en la red social (social bookmarking) marcar sitios favoritos (favouriting/lec al bookmarking) buscar, hacer búsquedas en Google (googling) 	<ul style="list-style-type: none"> hacer búsquedas avanzadas hacer búsquedas Booleanas hacer periodismo en formato de blog (blog journalism) "Twittering" (usar Twitter) categorizar etiquetar comentar anotar suscribir 	<ul style="list-style-type: none"> córrer (ejecutar) cargar jugar operar "hackear" (hacking) subir archivos a un servidor compartir editar 	<ul style="list-style-type: none"> recombinar enlazar validar hacer ingeniería inversa (reverse engineering) "cracking" recopilar información de medios (media clipping) mapas mentales 	<ul style="list-style-type: none"> comentar en un blog revisar publicar moderar colaborar participar en redes (networking) reelaborar probar 	<ul style="list-style-type: none"> programar difundir animar blogear video blogear (video blogging) mezclar remezclar participar en un wiki (wikiting) publicar "videocasting" "podcasting" dirigir transmitir
	<ul style="list-style-type: none"> Recitar/Narrar/Relatar [Procesador de Texto, Mapa mental, herramientas de presentación] 	<ul style="list-style-type: none"> Resumir [Procesador de Texto, Mapas Conceptuales, diarios en blogs, construcción colaborativa de documentos, Wiki] 	<ul style="list-style-type: none"> Ilustrar [Corel, Inkscape, GIMP, Paint, Herramientas en línea, Herramientas para crear dibujos animados, narraciones digitales históricas, dibujos] 	<ul style="list-style-type: none"> Encuestar [survey monkey, encuestas y votos enredados, herramientas para redes sociales, 	<ul style="list-style-type: none"> Debatir [Procesador de Texto, grabar sonido, podcasting, Mapas Conceptuales, Salas de conversaciones, 	<ul style="list-style-type: none"> Producir Películas [Movie Maker, Pinnacle Studio, Premier de Adobe, cinespot.com, pinnacleshare.com, cuts.com, Animoto.com,

<p>Actividades digitales</p>	<ul style="list-style-type: none"> Examen/Prueba [Herramientas en línea, Procesador de Texto, Hojas índice] Tarjetas para memorizar (Flashcards) [Moodle, Hot Potatoes] Definición [Procesador de Texto (construcción de vídeos y las que se llenan espacios en blanco)] Etiqueta [Procesador de Texto, herramientas gráficas] Lista [Procesador de Texto (vídeos y listados), Mapas mentales, Publicación en la Web (página personal en la web, diario usando blog)] Reproducción [Procesador de Texto dictar y tomar notas, publicar en la Web una página personal, diario en Blog, herramientas gráficas, sala de conversación, correo electrónico, foros de discusión] Manera [Navegadores de Internet que utilizan 	<ul style="list-style-type: none"> Recopilar [Procesador de Texto, Mapas mental, publicar en la Web, diarios en blogs y páginas sencillas de construcción colaborativa de documentos, Wiki] Explicar [Procesador de Texto, Mapas Conceptuales, publicar en la Web, Autopublicaciones simples, diarios en mental] Hacer Búsquedas avanzadas y Búsquedas [Funciones avanzadas de búsqueda (Google, etc.)] Alimentar un diario en Blog [Bloglines, Blogger, WordPress, etc.] Publicar o diario [Blogging, Myspace, Echo, Facebook, Bloglines, Blogger, Ning, Twitter] Categorizar y etiquetar [Delicious, etc.] Etiquetar, registrar comentarios [Foros de discusión, Lectores de archivos PDF, Blogs, Firefox, Zotero] Suscribir [Agregadores (lectores) RSS e.j. Bloglines, Google Reader, etc., extensiones de Firefox] 	<p>animados con hipermédios]</p> <ul style="list-style-type: none"> + Simular [Distribución en planta, herramientas gráficas, Sketchup de Google, Software Cascode que simula experimentos de ciencias] Esculpir o Demostrar [Presentaciones, gráficas, captura de pantalla, conferencias usando Presentador multimedia, colaborar utilizando herramientas electrónicas] Editar [Herramientas de sonido y vídeo, editar un Wiki, Autopublicaciones simples, desarrollar de manera compartida un documento] Jugar [Videojuegos de rol multijugador en línea (MMORPG), simulaciones como Global Conflicts] 	<p>Procesador de Texto, Hoja de Cálculo, correo electrónico, Foros de discusión, Teléfonos celulares y mensajes de texto]</p> <ul style="list-style-type: none"> Usar Bases de Datos [Relacionales; Bases de Datos que utilizan MySQL y Microsoft planeación estratégica (DOFA), Gráfico de Máximo, Mínimo e Implicaciones (PMI), Diagramas de Venn, método de las 6 Preguntas (qué, quién, cuándo, dónde, cómo, por qué), Cmap Tools] Informar [Procesador de texto, Desktop Publishing, Hoja de Cálculo, herramientas de Presentación, publicar páginas Web o entradas en Blogs] Graficar [Hoja de Cálculo, digitalizadores, herramientas de graficación en línea] Usar Hoja de Cálculo [Calc, Microsoft Excel, herramientas en línea para [Hojas 	<p>Mensajería Instantánea, Correo electrónico, Conferencias por vídeo]</p> <ul style="list-style-type: none"> Participar en Paneles [Procesador de Texto, salas de conversación, Mensajería Instantánea, Correo electrónico, Paneles de discusión] Concluir [Procesador de Texto, Desktop Publishing, Presentaciones multimedia] Persuadir [Procesador de Texto, software para argumentar, presentaciones, mapas conceptuales] Comentar, moderar, revisar, publicar [Paneles de discusión, Foros, Blogs, Wikis, Twitter, discusiones en cadena, salas de conversación] Colaborar [Paneles de discusión, Foros, Blogs, Wikis, Twitter, discusiones en cadena, salas de conversación, vídeo conferencias, Mensajería Instantánea, mensajes de texto, vídeo y audio conferencias] 	<p>dyoliver.com]</p> <ul style="list-style-type: none"> Presentar [Powerpoint, Impress, Zoho, Photostory, Comic life, hypercomic] Narrar [Historias [Procesador de Texto, Mindbooks, Desktop Publishing, podcasting, photostory, voicethread, Comic life, dyoliver.com] Programar [Lean Mindstorms Texto, Calendarios] Usar nuevos Juegos [GameMaker, RP Maker] Moldear [Sketchup, Blender, Maya3d PLE, AutoCAD] Cantar [Final Notepad, Audacity, Podcasting, powerpoint] Usar Productos para medios [Autopublicaciones, Movie Maker, GIMP, Print.net, Tuxpoint, Alice, Flash, Podcasting] Elaborar Publicidad [Autopublicaciones, GIMP, Print.net, Tuxpoint, Movie Maker] Dibujar [Paint, GIMP, Print.net, Tuxpoint, Picnick]
------------------------------	--	---	--	---	---	---

marcadores y favoritos, herramientas Web 2.0 como del.icio.us)	+ Redes sociales [Facebook, Myspaces, bebo, Twitter, diigo, Digg.com]	+ Buscadores básicos [Motores de búsqueda, catálogo de	de cálculo]	+ Hacer Listas de verificación [Procesador de texto,	+ Herramientas para encuestas, Encuestas en línea, Hojas de cálculo]	+ Graficar [Hojas de cálculo,	digitalizadora, herramientas en línea para Mapas	+ Trabajar en redes [Redes sociales de trabajo en la Web, conferencias en audio y vídeo, correo electrónico, telecomunicaciones, Mensajería instantánea, clases virtuales]
--	---	--	-------------	--	--	-------------------------------	--	--

TABLA 2: Taxonomía de Bloom para la era digital (Churches, 2008). (Extraída de: <http://www.eduteka.org/TaxonomiaBloomCuadro.php3>).

En esta actualización, cada categoría se complementó con verbos y herramientas del mundo digital que posibilitan el desarrollo de habilidades para Recordar, Comprender, Aplicar, Analizar, Evaluar y Crear.

No obstante, aun cuando es claro que las herramientas del mundo digital posibilitan el desarrollo de estas habilidades; Junco y Cotten (2012) examinaron cómo la multitarea afecta el éxito académico y encontraron que los estudiantes que participan en altos niveles de multitarea reportaron problemas significativos con su trabajo académico. También refieren sobre los efectos de la multitarea en el rendimiento académico y encontraron que el uso de *Facebook* y de mensajes de texto mientras se estudia se relacionaron negativamente con las calificaciones del estudiante, mientras que la búsqueda en línea y envío por correo electrónico, no. Esta discrepancia puede ser explicada por múltiples variables, como las características de las tecnologías en sí mismas, por diferencias cualitativas sobre cómo los estudiantes las utilizan por ejemplo: *Facebook* y los mensajes de texto se utilizan para fines sociales

mientras que un correo electrónico y la búsqueda en Internet se pueden utilizar para fines académicos. O si el contenido de la información está relacionado entre sí. Parecería que el uso de estas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) también impacta en el logro académico del estudiante que alterna entre sus estudios y otras tareas, ya que al sobrecargar su capacidad para procesar la información no participa de un aprendizaje más profundo. Como señala Torkel Klingberg (en Nordenson (2014), profesor de neurociencia cognitiva en el Instituto Karolinska, Suecia, y autor de *The Overflowing Brain*: "Si no centramos nuestra atención en algo, no lo recordaremos" Dicho de otra forma: la atención es un componente esencial en el aprendizaje.

Sin embargo, en otras áreas, al parecer depende de tipo de multitarea que se realice. Algo de esto se ha reducido a la práctica, dice el profesor John Duncan neurocientífico del comportamiento de la Universidad de Cambridge (en Bbc News: 2010). Cuando se está aprendiendo a conducir, el cambio de velocidades se lleva toda la atención. Pero cuando ya se ha estado conduciendo

durante diez años, se puede cambiar de velocidad, ver los espejos y cantar junto a la radio, todo al mismo tiempo. Así que algunas tareas familiares son más fáciles de hacer simultáneamente. En este sentido, nuestros cerebros son brillantes procesadores paralelos. Pero según el profesor Duncan suele ser el caso sólo si las tareas son suficientemente diferentes. El cerebro tiene módulos muy especializados para tareas diferentes, como el procesamiento del lenguaje y el reconocimiento espacial. Es lógico que dos tareas similares sean mucho más difíciles de hacer al mismo tiempo, porque están usando partes similares de tejido. Lo cual parece ser probablemente la razón por la que tenemos problemas para realizar multitareas con los medios de comunicación. Cuando se conduce y se habla no se utilizan las mismas partes de cerebro. Sin embargo, contestar un correo electrónico, mientras se charla en el teléfono, sí.

Ante la situación surgen varios cuestionamientos: ¿es la multitarea un mito? Y en vez de hacer una cosa bien, ¿estamos haciendo varias cosas a medias o mal? Por ejemplo, los estudios de Gloria Mark, profesora de informática en la Universidad de California que estudia la distracción digital (Mark, Gudith y Klocke: 2008), han descubierto que cuando las personas son constantemente distraídas de una tarea, trabajan más rápido para compensar los tiempos de interrupción, pero producen menos. Por lo tanto, trabajar más rápido con interrupciones tiene su costo: la gente en condiciones interrumpidas experimentan una mayor carga de trabajo, más estrés, mayor frustración, más presión de tiempo y esfuerzo. Así que el trabajo interrumpido puede hacerse más rápido, pero a un precio.

Otro aspecto pertinente de aclarar, como Señala Mark Prensky (2008), es que la *Atención Parcial*

Continua (CPA por sus siglas en inglés) difiere del comportamiento multitarea, que viene motivado por un deseo de ser más eficiente y que atañe por lo general a tareas que exigen un procesamiento cognitivo bajo. Archivamos o copiamos información mientras hablamos por teléfono y comprobamos el correo electrónico, por ejemplo. Sin embargo, David Crenshaw experto en multitarea y autor de *El mito de la multitarea*, comenta: "Cuando la gente trata de realizar varias tareas, lo que realmente está haciendo es cambiar rápidamente de ida y vuelta entre las tareas, lo que yo llamo 'switchtasking'. Estos interruptores hacen que las personas pierdan el tiempo, y sean increíblemente menos productivos." (BBC News: 2010).

Conclusiones

Es importante hacer hincapié en que aún no se tiene evidencia contundente que avale la multitarea así como cuáles son las capacidades y límites del cerebro en estas "nuevas" condiciones de constante interrupción, como ya se mencionó. También cabe destacar que la relación entre los datos y el rendimiento conductual todavía es especulativa. Además de que aún falta por someter a investigación ¿Si será conveniente, o no, diseñar actividades educativas que no tengan un alto nivel de complejidad para evitar el desinterés y la frustración en los estudiantes?, ¿cómo lograr mantener el interés y la atención de los usuarios? para que no sólo se obtenga un entusiasmo instantáneo pasajero. Así como explorar las repercusiones cognitivas, productivas y emocionales de la constante distracción e intercambio entre tareas distintas y similares, entre el grado de complejidad cognitiva de las actividades, el uso de diferentes tipos de dispositivos, o ¿cuáles son los niveles de sobrecarga cognitiva que pueden tolerar los usuarios con variaciones en sus edades o habilidades?, entre otras vertientes.

Otra área que también merece atención en el futuro, es la investigación de las diferencias individuales en cuanto al conocimiento previo y las habilidades cognitivas alcanzadas con el aprendizaje en línea, y si los aprendices de distintas edades o destrezas pueden obtener los mismos beneficios del enfoque disciplinario para la instrucción y las actividades de aprendizaje multimedia. O si realmente el ambiente multimedia es mejor que aprender de un libro de texto y en qué circunstancias; pero esto sólo se logrará por medio de experimentos controlados que permitan entender qué alternativa produce el mejor aprendizaje resultante.

Finalmente, a través de este texto se ha invitado a repensar sobre los aspectos que pueden influir en los procesos de aprendizaje y de la educación, pues como ya se analizó, están surgiendo nuevos retos, en estos también nuevos tiempos. Retos que los profesores, estudiantes, investigadores y desarrolladores de programas están experimentando ya que, difieren de las expectativas y soluciones tradicionales. El paradigma puede resultar insuficiente e incluso, en algunos casos, incongruente para darle solución.

BIBLIOGRAFÍA

- BLOOM, B. y colaboradores. (1973). *Taxonomía de los objetivos de la educación. La clasificación de las metas educativas Manuales I y II*. Buenos Aires, Argentina: El Ateneo.
- DÍAZ-BARRIGA A., F. y Hernández Rojas, G. (2006). *Estrategias docentes para un aprendizaje significativo, una interpretación constructivista*. México: McGraw-Hill.
- *DICCIONARIO de las ciencias de la educación. (1983). T. A-H y T. I-Z, México: Publicaciones Diagonal Santillana para profesores.*
- GÁNDARA Vázquez, M. (2001). *Aspectos sociales de la interfaz con el usuario. Una aplicación en museos. Tesis para optar por el grado de Doctor en Diseño, Línea de investigación: Nuevas Tecnologías*. México: Universidad Autónoma Metropolitana, Azcapotzalco.
- EUROAPPRESS (2012). "El número 'mágico' para el cerebro es el 4 -y no el siete, como se creía hace medio siglo-" Recuperada en abril del 2015 de: <http://www.europapress.es/ciencia/noticia-numero-magico-cerebro-20121128175117.html>
- FRIEDMAN, T. (2006, July 5). *The age of interruption*. The New York Times. Recuperada en enero del 2015 de: <http://select.nytimes.com/2006/07/05/opinion/05friedman.html?scp=1&sq=Friedman&st=nyt>.
- JUNCO, R. y COTTEN, S. (2012). No A 4 U: The relationship between multitasking and academic performance. *Computers & Education*, 59(2), 505–514. Recuperada en enero del 2015 de: <http://blog.reyjunco.com/wp-content/uploads/2010/03/JuncoCottenMultitaskingFBTextCAE2012.pdf>
- *La taxonomía de Bloom y sus dos actualizaciones.* (s.f.) Recuperada en junio del 2013 de: <http://www.eduteka.org/TaxonomiaBloom-Cuadro.php3>
- MARK, G., Gudith, D. & Klocke, U. (2008). *The Cost of Interrupted Work: More Speed and Stress*. Department of Informatics University of California, Irvine. Irvine, CA, U.S.A. Recuperada en marzo del 2015 de: <https://www.ics.uci.edu/~gmark/chi08-mark.pdf>
- MAYER, RE, & Moreno, R. (2003). Nine ways to reduce cognitive load in multimedia learning. *Educational Psychologist*, 38(1), 43-52. Recuperada en noviembre del 2014 de: <http://portal.ou.nl/documents/25460761/0/>
- BATLE Vila, S. (2009). *Evaluación de la atención en la infancia y la adolescencia*. Universitat Autònoma de Barcelona. Recuperada en mayo del 2015 de: http://www.paidopsiquiatria.cat/files/evaluacion_atencion.pdf
- BBC News (August 20, 2010). "Is multi-tasking a myth?" Recuperada en mayo del 2015 de: <http://www.bbc.com/news/magazine-11035055>
- CAPA L. (2011). *Attention - A Brief History in Psychology*. Recuperada en marzo del 2015 de: <http://attentiontochange.com/2011/11/attention-a-brief-history-in-psychology/>

Mayer+%26%20Moreno+2003+-+EPigxrg8CM.pdf

- MILLER, G. A. (1956) The magical number seven, plus or minus two: some limits on our capacity for processing information. *Psychological Review*, Vol. 63(2), Mar 1956, 81-97. Recuperada en enero del 2011 de: <http://psychclassics.yorku.ca/Miller/>
- NORDENSON, B. (2014) ¡Saturados! Recuperada en mayo del 2015 de: <https://fahrenheit2012.wordpress.com/2014/02/12/el-ajetreo-del-siglo-xxi-y-el-colapso-mental-como-las-multitareas-saturan-el-cerebro/>
- PASHLER, H. (1994) Dual-Task Interference in Simple Tasks: Data and Theory. *Psychological Bulletin*. Vol. 116. No. 2. 220-244. Recuperada en marzo del 2015 de: http://www.pashler.com/Articles/Pashler_PB1994.pdf
- PRENSKY, M. (2008). El estudiante digital del siglo XXI. *Edutopia magazine*, Junio de 2008. Recuperada en enero del 2012 de: <https://sicomor2008.files.wordpress.com/2011/10/aprendizaje-para-el-nuevo-milenio-por-marc-prensky.pdf>
- ROSE, E. (2011a). *Continuous Partial Attention: Teaching and Learning in the Age of Interruption*. University of New Brunswick. Recuperada en abril del 2014 de: <http://journals.hil.unb.ca/index.php/antistasis/article/download/18524/20085>
- ROSE, E. (2011b) *A media ecology perspective on multimedia and cognition: Is multimedia making us stupid?* CMTc Virtual Research Environment. University of Prince Edward Island, CharlotteTown, PE, Canada. Recuperada en abril del 2014 de: <http://discoveryspace.uepei.ca/cmtc/node/234>
- ROSE, E. (2009). *Multimedia Learning in the Age of Interruption*. CMTc Virtual Research Environment. University of Prince Edward Island, CharlotteTown, PE, Canada. Recuperada en abril del 2014 de: <http://discoveryspace.uepei.ca/cmtc/node/233>
- STONE, L. (2005). Linda Stone's blog. Recuperada en enero del 2014 de: <http://www.lindastone.net/>.



SEMIÓTICA

Gustavo Iván Garmendia Ramírez

Recuperación de conceptos hermenéuticos como recurso para el planteamiento del Problema de Diseño de Comunicación Gráfica. La facticidad

Profesor investigador del Área de Semiótica del Diseño
Departamento de Evaluación del Diseño en el Tiempo, cyad,
uam Azcapotzalco.

La hermenéutica ya no es ahora la interpretación misma, sino la teoría o doctrina de las condiciones del objeto, de los medios, de la comunicación a otros, y de la aplicación práctica de la interpretación.

JOHANNES JAKOB RAMBACH (1693-1735)
Teólogo alemán

INTRODUCCIÓN

Este es el tercer artículo sobre conceptos hermenéuticos que tienen como finalidad plantearlos como referencia para la delimitación del Problema de Diseño de Comunicación Gráfica a partir del Modelo General del Proceso de Diseño de la Universidad Autónoma Metropolitana de Azcapotzalco.

El objetivo de este artículo es plantear el concepto hermenéutico de facticidad del filósofo alemán Martin Heidegger como un concepto complejo que se centra en la diferenciación entre el ser y el ser en su existencia.

Este artículo deviene de los dos anteriores, en el primero se habló del concepto de empatía del filósofo alemán Friedrich Schleiermacher (1768-1834) quien provenía de una familia de calvinistas. Esto le llevó a ser también clérigo en Berlín y a ser el primer profesor calvinista en las Universidades de la Halle (1804) y en la de Berlín (1810). Su origen protestante lo llevó a determinar una hermenéutica de tipo metodológico para la interpretación de textos religiosos, básicamente del nuevo testamento y argumentando a favor

del Evangelio de Juan. En su propuesta hermenéutica metodológica postula la empatía como la única forma de interpretar textos, “ponerse en el lugar del escritor” y de acuerdo al caso del Evangelio de Juan, apoyaba el hecho de que este fue escrito por un testigo visual y los otros por discípulos de los apóstoles.

En el segundo artículo se planteó el concepto de vivencia del filósofo historicista y psicólogo alemán Wilhelm Dilthey (1833-1911). El autor considera que la vivencia se constituye como una postura vital que permite buscar y establecer la significación de manera historicista mediante tres dimensiones temporales:

- 1) Los significados adquiridos en las obras del pasado.
- 2) Los valores actuales en las vivencias del presente
- 3) Finalidades proyectadas para el futuro.

En este tercer artículo el concepto que le ocupa se muda en una tarea harto difícil ya que todo pensamiento de corte existencial apunta hacia la introspección en busca de la respuesta a la duda fundamental de la filosofía ¿qué es el ser? (Zubiri, 1982)

Comencemos con los antecedentes de Heidegger quien nace (1889) y muere (1976) en la ciudad de Messkirch. Como discípulo de Edmund Husserl en la Universidad de Friburgo. En su continua búsqueda del verdadero ser, que es objeto de su hermenéutica ontológica, interpreta al *Dasein* o existente humano consciente de estar en el mundo, el *Dasein* sufre la angustia de enfrentarse al mundo como tal y ante el hecho de poder ser en el mundo. Para el *Dasein*, su existencia es un proyecto y por lo mismo, se construye a sí mismo y trasciende en la libertad. (Barnat, 1998)

A lo largo de la historia del pensamiento humano se han hecho muchos bosquejos de respuesta a esta duda pero es inevitablemente humano seguir buscando y replanteando las respuestas en nuevas formulaciones que se acoten en un contexto socio-histórico y cultural concreto.

Husserl (1859-1938), mentor de Heidegger, considera que el problema del ser es un problema de orden ontológico que radica en la precisión del ser, por ejemplo ser hombre, ser piedra, ser animal; esto es ser en esa unidad de sentido que llamamos esencia. (Husserl, 1986)

Sin embargo para Heidegger esto no es suficiente, el ser es el ente, y el “sentido del ser” es el problema radical de su filosofía y le nombra “diferencia ontológica”. (Zubiri, 1982).

Como antecedente podemos encontrar en el diálogo El sofista, de Platón (427-347 aC) que habla con los físicos coetáneos sobre el ser. Estos plantean que el ser es lo caliente o lo frío, lo húmedo o lo seco, Platón les reclama que confunden el ser, con lo o lo que se descubre del ser en cada caso.

“Lo cálido es, pero no es lo cálido, porque también lo frío es. Hablan de ser como si fuera una de las cosas que son. Por ello parece que están comentando el mito del ser. El ser es algo distinto del ser, el ser es el ente.” (Platón, 1993, p. 286).

Para continuar con el desarrollo de este artículo se plantea la premisa de orden reflexivo, la primera consiste en que la *facticidad* favorece y determina la representación del mundo objetivo y no objetivo en la mente del ser.

La representación nos lanza a reflexionar sobre la capacidad interior de evocar imágenes men-

tales que sustituyen a elementos de la realidad, abriendo la posibilidad de modificarlas, interpretarlas y simbolizarlas. La imagen mental es cimiento y sostén del concepto (P. Rivas, 2012).

Toda representación es una interpretación del mundo objetivo y no objetivo, es un acto de introspección que termina en no ser aquello mismo de lo que teníamos conciencia, sino que es más aún (P. Rivas en Fullat 2006).

La representación es la configuración no del mundo todo sino de "todo mi mundo" mediado a la luz de la propia vivencia.

Del ser ahí

Dentro de sus principales ideas, Heidegger considera que la pregunta fundamental de la hermenéutica ontológica es preguntarse por el significado del Ser. Pero ¿qué es lo que hace posible preguntarse por el significado del Ser? ¿cuándo es posible preguntarse esa pregunta? ¿dónde está el comienzo? Veamos:

"Según esto, pedirá también aquello que se pregunta, el sentido del ser, un repertorio peculiar de conceptos, que se destaquen a su vez esencialmente de los conceptos, en los cuales alcanzan los entes su determinación por medio de significaciones." (1988; 16)

Revisando su obra *Ser y tiempo* (1988) en ella se asienta la posibilidad que puede alcanzar el ser de preguntarse acerca de ser y está siempre dada precisamente por la existencia del ser en el mundo. En su hermenéutica ontológica no hay un punto de partida ni distingue un comienzo. La pregunta de la que parte Heidegger es "cómo" existe el mundo y "cómo" es su relación con el ser porque se puede tener cualquier lugar y cual-

quier momento y propone una respuesta en su concepto de ser ahí:

"El preguntar de esta pregunta está, en cuanto modo de ser de un ente, en él mismo, determinado esencialmente por aquello por lo que se pregunta en él – por el ser. Este ente que somos en cada caso nosotros mismos y que tiene entre otros rasgos la posibilidad de ser del preguntar, lo designamos con el término ser ahí. El hacer en forma expresa y de ver a través de ella la pregunta que interroga por el sentido del ser, pide el previo y adecuado análisis de un ente el ser ahí poniendo la mira en su ser." (Heidegger, 1988)

De su concepto de ser ahí, como posibilidad de ser en el mundo, prosigue precisamente su concepto de ser en el mundo: "el conocimiento es un modo del ser ahí fundado en el ser en el mundo. De aquí que el ser en el mundo pida como estructura fundamental una exégesis previa" (1988). Podemos decir con Heidegger que la interpretación como comprensión del sujeto es:

"En cuanto comprender, el ser ahí proyecta su ser sobre posibilidades. Este comprensor ser relativamente a posibilidades es el mismo, por obra de la repercusión de las posibilidades en cuanto abiertas sobre el ser ahí, un poder ser. El proyectar del comprender tiene la posibilidad peculiar de desarrollarse. Al desarrollo del comprender lo llamamos interpretación. En ella el comprender se apropia, comprendiendo lo comprendido. En la interpretación no se vuelve el comprender otra cosa, sino él mismo. La interpretación no es el tomar conocimiento de lo comprendido, sino el desarrollo de las posibilidades proyectadas en el comprender. (1988; 162)

Es fundamental nombrar el concepto rector de la filosofía de Heidegger el *Dasein*. En alemán *da*

significa "ahí" y *sein* significa "ser". Por tanto, el concepto *Dasein*, por los elementos que la componen, se puede traducir como ser-ahí (Jiménez, 2014). Para Fullat la traducción precisa es "el ahí del ser" (2005), que se presenta en la Figura 1.

Como se puede inferir se trata de un discurso ontológico en el que el concepto *Dasein* se utiliza para referirse al ente, ente que son todas las cosas y todas las cosas se conforman como entes. Veamos que Heidegger distingue entre los conceptos de ente y ser.

El primero se refiere a la inevitable cualidad de los entes, todos ellos ya sea un problema de diseño, un vaso de agua de horchata, un dispositivo móvil, tienen algo en común, todos "son" y por lo tanto su presencia se manifiesta, el ser humano los percibe como fenómenos. Los entes aparecen a nuestra conciencia, a nuestro conocimiento y los hemos nominado, les hemos dado nombres, ya sea que pertenezcan al mundo material o al mundo de los conceptos.

Aristóteles (384-322 aC) es el filósofo de la Grecia Clásica que habla sobre el dilema del ser. Define una actividad intelectual que denomina Ontología como la relativa al estudio de todos los seres. La Ontología ha servido para denominar lo que antes llamaban Metafísica y Aristóteles llamaba Filosofía Primera, "la ciencia que estudia al ente por sí mismo, al ente en cuanto ente." (Gómez, 1981)

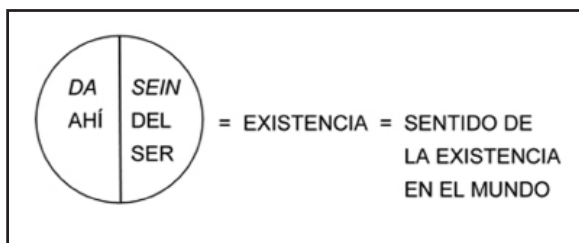


Figura 1: Breve esquema del *Dasein*.

La Ontología lo que estudia es precisamente el ente, el ser de las cosas, el ser de las ciencias, el ser de las artes y así podemos hablar de un ser en todas las cosas. Así su interés es conocer lo que subyace y lo que es diferente en el ser de los entes.

Para el estagirita el ente se divide en substancia y accidente, la substancia es lo que subsiste en el ente, "lo que permanece en el cambio. No podemos definir la substancia pero sí describirla. Lo haremos con el rasgo que la constituye: es la permanencia en los cambios." (Gómez, 1981)

Recordemos que accidente es algo que ocurre a la substancia, el accidente es lo que le puede corresponder a varios entes y se funda en el modo de ser." (Gómez, 1981)

Para el segundo, el concepto de "ser" es inherente al ser humano ya que es lo que hace posible que los entes existan en tanto que existen para una conciencia que puede manifestarse en lenguajes, es el espacio de la reflexión acerca de los entes. El ente existe, pero cuando esa existencia cobra sentido, entonces el ente es.

De acuerdo a Fullat (2005) el que el ser humano haya sido capaz de crear el lenguaje a través del que habla, le ha permitido que su existencia tenga sentido.

El sentido deviene del que el ser humano se encuentra inmerso en el lenguaje aún antes de articular sonidos lógicos y hablar. Pero el pensamiento se despliega en el *Dasein* que se constituye como espacio de lenguajes en el que el ser se manifiesta.

Se puede llegar a pensar que el sentido de la existencia es una formulación relativa, sin embargo, los conceptos antes mencionados no preci-

san explícitamente una tesis en la que Heidegger se asocia con el relativismo.

Más allá de esta precisión, el sentido es para Heidegger dos cosas, la autocomprensión del ser y la autointerpretación del ser que conforman una proyección constitutiva del ser.

Autocomprensión del ser y la autointerpretación

Es prioritario que antes de hablar de la autocomprensión revisemos lo que para Heidegger es comprender. La comprensión es para Heidegger un proceso que se deriva de una ontología del ente en relación a los otros entes. Parece dispar que Heidegger hablara de otros entes o de la relación del ente con otros entes, sin embargo esta postura define en gran medida se hermenéutica ontológica de orden fenomenológico.

Destacando su postura *comprender* significa entender qué clases de razones puede tener el otro para lo que hace o dice y por lo tanto, las implicaciones siempre apuntan la posibilidad del ente de tomar posición frente a esas razones, basándose en estas razones decimos entender lo que el otro hace o dice.

Retomando el concepto de *Dasein* se puede afirmar que es un ente abierto a ser, es aperturidad (González, 2010). La comprensión toma como inicio *el ser ahí* y su potencialidad de posibilidades de *ser*, su facticidad radica en la relación de otros para que su ser se concrete. La cualidad de aperturidad, provee las posibilidades de que su ser sea afectado por otros.

Por su parte la autocomprensión es la resolución de la cuestión del ser en saberse inmerso en un contexto concreto. El comprender es para Heidegger

la proyección de *el ser ahí* sobre posibilidades. Al desarrollo del comprender Jiménez (2014) lo llama interpretación, en ella el comprender se apropia, comprendiendo, lo comprendido. En la autocomprensión no se puede comprender otra cosa, sino él sujeto mismo. La autocomprensión no es el tomar conocimiento de lo comprendido, sino el desarrollo de las posibilidades proyectadas en el comprender.

Y en relación a la interpretación:

“La interpretación puede sacar del ente mismo que se trata de interpretar los conceptos correspondientes, o bien forzar al ente a entrar en conceptos en los que se resiste a entrar por su forma de ser. Como quiera que sea, la interpretación se ha decidido en cada caso ya, definitivamente o con reservas, por unos determinados conceptos; se funda en un concebir previo.” (Heidegger, 1988; 168)

En tanto que la autointerpretación es meterse en la propia existencia conforme a las preocupaciones de ésta. La autointerpretación constituye una posibilidad decisiva y una forma de que la existencia se reconozca a sí misma (Jiménez, 2014). Para ello se presenta la Figura 2.

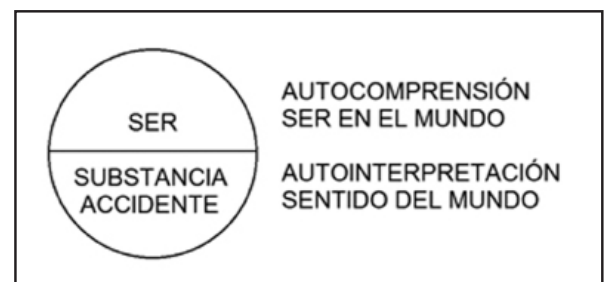


Figura 2: Breve esquema de la autocomprensión y de la autointerpretación.

Para Heidegger la autointerpretación se conforma también por la conciencia histórica que está ahí,

de tal modo que ella misma se manifiesta en el espacio público en una determinada autointerpretación. (Jiménez, 2014)

En esa autointerpretación manifiesta en los lenguajes aquello que le importa, y ello con vistas a la búsqueda del sentido de la existencia misma de la vida. La forma de autointerpretación de la existencia se da prioritariamente en la conciencia histórica, no tiene, por tanto, más remedio que destacar aquello que importa a la misma existencia.

La conciencia histórica es el ser en su contexto, como sentido del ser del ente que llamamos ser ahí, así muestra la temporalidad. (Fullat, 2005).

De la facticidad

El concepto de facticidad es para Heidegger el carácter de ser de nuestra propia existencia. La facticidad es la forma de ser de la existencia y por lo tanto esta misma puede manifestarse.

Por tanto facticidad se refiere como aquello que se refiere al ser en su carácter de ser, se modula desde sí mismo y potencialmente "es" articulándose desde sí mismo.

La facticidad del *Dasein* es tal en tanto su carácter social fundante en el hecho de compartir un mundo común, pues sólo en un mundo de significados compartidos puede alguien encontrar sentido a la propia existencia, pues su carácter se constituye en relación con los otros. (González, 2014)

La hermenéutica de la facticidad es el hacer manifiesto el ser de un ente en su *ser* respecto a los otros. La hermenéutica de la facticidad tiene la tarea de hacer accesible la propia existencia a esa misma existencia. (Jiménez, 2014)

El sentido del ser se alcanza en la determinación de las propias significaciones de la existencia.

Facticidad e historicidad apuntan a que el *ser* que puede ser interpretado es el *Dasein* histórico a partir de los lenguajes en los que se manifiesta y por lo tanto interpretarlo también en lenguajes.

La historicidad, como elemento fundamental de la facticidad, se convierte como ya se apuntó, en una autocomprensión como en una autointerpretación, lo que sea que se entienda e interprete, directa o indirectamente también involucra un entendimiento y una interpretación de nosotros mismos. (Herrera, 1987)

Veamos en los siguientes párrafos la propuesta de relacionar el concepto de facticidad con el problema en el Diseño de Comunicación Gráfica.

El ser ahí y el Problema en el Modelo General del Proceso de Diseño

El sentido de la propia existencia en el *ser* o *ente humano* se conforma, desde esta propuesta, por una conciencia histórica y temporal derivada de su relación con los otros. Esta relación con los otros permite al *ente humano* abstraer el mundo en elementos de significación como los que se han vertido en los dos anteriores artículos, el primero la empatía y el segundo la vivencia.

Si bien, como se ha comentado líneas arriba, el *ser* o *ente humano* se manifiesta en lenguajes estos le permiten la constitución de discursos que en un círculo hermenéutico favorecen la interpretación del pensamiento más allá de las palabras.

Sánchez de Antuñano (1977) comenta que en la actividad del Diseñador de Comunicación Gráfica el acopio de datos relevantes para cada caso

de diseño es de gran importancia en la definición del Problema de Diseño.

Dentro de estos datos es conveniente que el Diseñador haga caso de su conciencia histórica y temporal ya que esta le facilitará conocer los propios elementos de significación. La tarea del Diseñador de Comunicación Gráfica parte de que un *ser ahí* quiere que otro *ser ahí* conozca, sepa, esté consciente de *algo* que considera históricamente importante y para ello solicita el trabajo de un profesional de la comunicación visual que puede auxiliar en ello.

Este *algo* se considera que es un vacío de información tal vez sea porque no se ha *manifestado*, o no se ha *manifestado* de manera adecuada o es necesario reiterar ese algo por circunstancias particulares del contexto.

En este tenor, elementos de significación como la empatía y la vivencia determinan la representación de ese *algo* en la mente del Diseñador. Cabe repetir que la empatía y la vivencia se conforman como elementos de significación ya que se desprenden de la relación del *ser* con otros más.

Para el Diseñador de Comunicación Gráfica la representación mental de ese *algo* que es necesario manifestar mediante elementos de comunicación visual implica también la interpretación que el *ser ahí* del Diseñador tiene de ese algo en su existencia para entonces favorecer que la vivencia para el otro *ser ahí* sea también significativa. Ver Figura 3.

La interpretación se basa en algo que tenemos previamente como vehículo de su *manifestación*, es el lenguaje y que por su propia naturaleza presenta la posibilidad de interpretaciones, es decir, la interpretación concibe el objeto de interpreta-

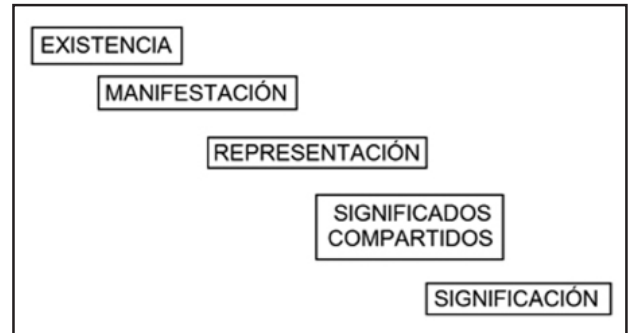


Figura 3: Breve esquema de la facticidad.

ción. Esta interpretación se presenta como una estructura resultante de su propio carácter de historicidad, en este caso la mayoría de las veces da origen a una nueva *manifestación* y a una nueva *comprensión*.

El círculo hermenéutico que se mencionó en párrafos anteriores se vuelve una estructura de la *comprensión* del todo y a su vez *interpretación* de las partes. Esta *comprensión interpretación* nunca llega, según Heidegger, a su fin ya que siempre presentarán nuevos puntos de *comprensión* lo que significa que los horizontes cambian ya sea por los medios de nuestra *interpretación* o por nuestro *ser ahí*. La *interpretación* es un proceso inacabado y abierto cuyo resultado provisional es sólo una de las muchas interpretaciones posibles.

Bajo estos conceptos es que se puede inferir que los artefactos resultantes de la actividad del Diseño de Comunicación Gráfica son temporales o efímeros, tanto en su función comunicativa como en su contenido estético ya que éste último está siempre sujeto a la temporalidad de lo establecido. Estos artefactos son contenedores a su vez de un carácter de historicidad, es decir, con ellos podemos descifrar o interpretar a una cultura, tanto en su situación geográfica como en su tiempo específico.

Conclusiones

Para Heidegger las interpretaciones filosóficas son comparables y el horizonte temporal de cada una la vuelve más comprensible ya que considera se sostienen sobre el entendimiento temporal e histórico de los fenómenos.

Para el Diseño de Comunicación Gráfica se pueden retomar algunos conceptos importantes que se han revisado en este artículo:

- 1) El *algo* que un *ser ahí* considera necesario *manifestar* constituye –desde Heidegger– el objeto de interpretación y este proceso se basa en algo que el Diseñador conoce los lenguajes que conforman sustancialmente, la única posibilidad de ser en el *mundo* y por lo tanto de *interpretación*.
- 2) La *interpretación* y la *comprensión* se realizan de manera histórica y temporal, por un sujeto histórico que conoce los lenguajes y los interpreta de acuerdo a sus vivencias y empatías con el entorno y con los otros *ser ahí*.
- 3) La *interpretación* se modifica con las vivencias del *ser ahí* y éste puede decidir de acuerdo a su propio contexto si le es significativa.
- 4) La *interpretación* la realiza el *ser ahí* a partir de su horizonte de vivencias.

BIBLIOGRAFÍA

- BARNAT, J. (1998). Diccionario de biografías. Colombia: Nauta.
- FULLAT I Genis, O. (2006). La duda y lo definitivo. México: INAD.
- FULLAT I Genis, O. (2005). Valores y narrativa. Axiología educativa de occidente. Universitat de Barcelona. España.
- GONZÁLEZ, C. (2014). El ser-unos-con-otros en la ontología fundamental de Heidegger. Estudios 95. Vol. VIII, Invierno 2010. ITAM. México
- GÓMEZ, R. (1981). Introducción a la metafísica (Aristóteles y Santo Tomás de Aquino). Rialp, 2ª. ed., Madrid.
- GUTIÉRREZ, M. L. et al (1977). Contra un diseño dependiente: un modelo para la autodeterminación nacional. México: Edicol.
- HERRERA A. J. (1987). Hermenéutica, en Logos, revista de filosofía, No. 44. México: Ed. Universidad La Salle.
- HEIDEGGER, M, (1988). Ser y tiempo. Ed. FCE, 2a. ed. México
- HUSSERL, E. (1986). Meditaciones cartesianas. FCE. México.
- JIMÉNEZ, M. (2014). Hermenéutica de la facticidad. En http://www.heideggeriana.com.ar/hermeneutica/intro_redondo1.htm
- P. Rivas, A. (2012). Las respuestas necias condenaron a Sócrates. México: INAD.
- PLATÓN, (1993). El sofista. Diálogos. Porrúa, Col. sepan cuantos No. 13. México.
- ZUBIRI, X. (1982). Cinco lecciones de filosofía. Alianza editorial. 2a. ed. Madrid, España.

María Teresa Olalde Ramos

Alfabetidad Visual, Diseño y Creatividad

Al hablar del lenguaje visual es necesario tomar en cuenta que una de las necesidades básicas del hombre es la comunicación y que desde tiempos remotos ha ido buscando la manera de hacerlo, para lo cual ha creado diferentes códigos y lenguajes como medio de expresión. Con esta intención de comunicarse el hombre ha explorado diversas formas y una de las más sencillas fue a través de la creación de códigos visuales, que le permitieron dejar huella de sus acontecimientos, de manera que pudieran ser recordados.

Desde que nacemos estamos aprendiendo diferentes modos de comunicarnos con nuestro entorno, y para hacerlo de manera oral tenemos que aprender a expresarnos a través de las palabras, como parte de la alfabetidad de un lenguaje. Aprendemos su uso y modo de manejarlo, a través del conocimiento del alfabeto, la construcción de palabras y oraciones, entendiendo las reglas gramaticales y posteriormente en la construcción literaria. Así mismo también aprendemos el lenguaje visual, sin embargo este proceso se lleva a cabo de manera autónoma e intuitiva ya que casi en ningún momento se estudia desde su sintaxis, usualmente se deja como un modo libre de expresión, sin tomar en cuenta la interpretación y significación.

El lenguaje es una facultad humana independientemente de que empleemos un idioma u otro. La lengua, se puede definir como un sistema de signos que los miembros de esa comunidad aprenden y retienen en su memoria; para lo cual han creado un código, que conoce cada uno de los

Profesora investigadora del Área de Semiótica del Diseño
Departamento de Evaluación del Diseño en el Tiempo, cyad,
uam Azcapotzalco.

integrantes de la comunidad y lo utiliza cada vez que lo necesita (que suele ser muy a menudo). Este código es muy importante para el desarrollo normal de la comunicación entre las personas, pues el hecho de que todos los miembros de la comunidad de una lengua lo conozcan, es lo que hace que se puedan comunicar entre sí. Al respecto Tamayo Serrano (2002) dice que: "El lenguaje se ha definido como un conjunto de expresiones simbólicas, un sistema organizado de signos, un producto cultural que proporciona un código para la traducción del pensamiento. Así, el lenguaje es la condición de la cultura que contribuye a crearla y permite que se pueda establecer una comunicación entre todos los hombres."

De acuerdo a lo anterior se puede entender al lenguaje como el medio de expresión y elemento base de todos los sistemas de comunicación del pensamiento, así mismo sabemos que existen diferentes tipos de lenguaje que van determinados por las diferentes capacidades humanas para expresarse. Si tomamos en cuenta que los seres humanos al desenvolverse de manera natural dentro de un proceso de comunicación constante, obtienen la información de su mundo exterior a través de sus cinco sentidos, y cada uno de ellos juega un papel diferente; sin embargo el gusto, el olfato, el tacto y el oído, en conjunto, consiguen 20% de esa información, mientras que a través de la vista se capta el 80% restante., es fácil suponer la importancia del manejo del lenguaje visual como parte cotidiana en nuestra comunicación.

Para el manejo del lenguaje visual es necesario alfabetizarnos visualmente y al respecto Avgerinou (2001), nos dice que la alfabetidad visual puede ser entendida como una habilidad cognitiva en la que se encuentran destrezas y competencias, en cuanto a leer/decodificar/interpretar estados visuales; escribir/codificar/crear estados visuales y

pensar visualmente, pero tomando en cuenta la existencia de un aspecto afectivo, ya que no se encuentra aislada de las habilidades sensoriales. Por lo tanto el lenguaje visual es una habilidad cognitiva que contiene un enfoque afectivo al enlazar el pensamiento crítico, la imaginación y la visualización, para crear un verdadero significado pero que también evoca sentimientos y actitudes.

Usualmente para comprender lo que es un lenguaje, se hace referencia al lenguaje verbal y casi nunca se contempla desde la perspectiva de lo visual. Sin embargo para el estudio de la alfabetidad visual, se puede entender como un sistema de comunicación de ideas, pensamientos y conocimiento que utiliza las imágenes como medio de expresión, es decir, transmite mensajes a través de signos visuales. Como cualquier lenguaje posee unos elementos básicos, los signos o imágenes, y una manera de ordenarlos o codificarlos. Los signos poseen a su vez dos componentes: significante y significado¹.

Al referirnos a la alfabetidad del lenguaje visual estamos hablando de la habilidad para el manejo en composiciones gráficas utilizando un sistema de imágenes visuales. Al respecto Dondis (1973) la define como algo más que un mero ver, como algo más que la simple realización de mensajes visuales, en donde la alfabetidad implica comprender y compartir el significado a cierto nivel de universalidad previsible. Porque vivimos en una era de la cultura visual, que influencia nuestras actitudes, creencias, valores y estilos de vida. Y en donde una persona alfabetizada visualmente debe ser capaz de leer y escribir con

1 El significante es el vehículo del significado, es solo su apariencia externa, mientras que el significado es el contenido semántico que le da sentido.

el lenguaje visual, incluyendo la habilidad de decodificar e interpretar exitosamente los mensajes visuales y a su vez codificar y componer con un significado específico las comunicaciones visuales. Así mismo señala que para poder lograr una alfabetidad visual es necesario ir más allá de las capacidades intuitivas innatas al organismo humano; más allá de la preferencia personal y el gusto individual, desarrollando un pensamiento crítico ante el mundo visual que nos rodea. Tenemos que enfrentarnos ante el hecho de que vivimos en la era de la cultura visual, que ejerce una fuerte influencia en nuestras actitudes, creencias, valores y estilos de vida. La cantidad de imágenes que vemos cada día es infinita por lo cual nuestra manera de percibir el mundo visual cambia constantemente, acorde a la información que vamos recibiendo. Así mismo a medida que nuestra vista y modo de percibir se ejercita, ya no vemos de la misma manera; porque vamos cultivando nuestros ojos y desarrollando nuevas habilidades perceptuales, conocimientos y experiencias técnicas; poco a poco vamos construyendo nuestro propio "Universo Simbólico".²

Diseño y creatividad

Por otro lado entendemos al diseño como un proceso de creación visual, que tiene como finalidad cubrir exigencias prácticas, ofreciendo alternativas innovadoras, lo que nos lleva a identificarlo como un acto creativo. Entendién-

dose como creatividad a una función cerebral que realiza procesos en los que asocia, analiza e interpreta los conocimientos e informaciones que nos llevan a generar nuevas ideas, en la búsqueda de opciones diferentes que apoyen a la solución de problemas, trayendo beneficios para un individuo o para una comunidad entera. La creatividad está relacionada con pensamientos divergentes que promueven la generación de ideas o conceptos nuevos, creando su asociación con los ya conocidos, pero que a su vez nos pueden llevar a conclusiones novedosas, con ideas originales y valiosas. Tomando en cuenta lo anterior es sencillo suponer, que los diseñadores son personas creativas, que poseen un pensamiento divergente con la capacidad de visualizar las situaciones de un modo independiente, original e innovador, y que frecuentemente se salen de las normas establecidas lo que los lleva al encuentro de soluciones novedosas de un problema.

Se puede decir que la creatividad es un proceso normal, que se encuentra latente en casi todas las personas y que en este proceso lo emocional y lo no racional son tan importantes como lo intelectual y lo racional. Sin embargo es válido reconocer que estos factores emocionales y no racionales, pueden ser enriquecidos por medio de un entrenamiento, que apoye al desarrollo de la creatividad en una persona. Muchas de las mejores ideas nacen cuando no se está pensando conscientemente en el problema que se tiene entre manos; la inspiración surge después de un período de incubación, y generalmente aparece en un momento en que el pensamiento está distraído en otra cosa fuera del problema. Porque habitualmente el cerebro intenta plantear un problema de una forma lógica y evita inmediatamente aceptar una solución definitiva, así que la respuesta creativa y definitiva, surge casi siempre cuando el individuo no está concentrado en el

² Cassirer llama "función simbólica" a esa capacidad específicamente humana por la cual el hombre da origen a la cultura. Su resultado es la forma simbólica o símbolo. Este no es la copia de un objeto exterior existente como tal por sí mismo y en sí mismo, pero tampoco es una construcción del espíritu en el vacío. La forma simbólica convierte la impresión en expresión y construye así el mundo que conocemos.

problema, sino que se encuentra en un estado de abstracción.

Algunos autores como Torrance (1962) definen a la creatividad, como un proceso de configuración de ideas o hipótesis, así mismo de la comprobación de esas ideas y de la comunicación de los resultados. Ello implica que el resultado es algo nuevo, algo que con anterioridad no se había visto. En este proceso intervienen diversos aspectos como: un pensamiento aventurero, inventiva, descubrimiento, curiosidad, e imaginación. Parnes (1962) dice que el pensar creativo significa ante todo aceptar de modo crítico, unas informaciones con enjuiciamiento retardado para sopesarlas más tarde. Dicha manera de pensar puede ser optimizada mediante el aprendizaje, manteniendo una postura y al mismo tiempo el desarrollo de un pensamiento crítico.

Es posible pensar en procesos que apoyen en el desarrollo de la creatividad, pero primero es importante considerar que existen factores que actúan en contra de la misma, como lo pueden ser los bloqueos perceptivos y los bloqueos culturales, entre otros. Entendidos como bloqueos perceptivos, aquellos obstáculos que no nos permiten percibir adecuadamente el mundo que nos rodea, o sea que únicamente vemos de manera parcial y muchas veces no podemos observar lo que los demás ven desde otro ángulo o enfoque. Los bloqueos culturales se encuentran asociados con las normas sociales con que nos entrenan para ver y pensar de una manera determinada, dentro de una sociedad, provocando que nuestra visión sea limitada y estrecha de acuerdo a los códigos marcados. Sin embargo este tipo de bloqueo puede ser superado a través del desarrollo de un pensamiento crítico, el cual propicia el salir de los límites sin acotar observaciones.

La creatividad y la función de los hemisferios cerebrales

Se dice que la creatividad es una función cerebral, porque tiene la capacidad de percibir la realidad, de recibir la información externa, sin embargo se puede señalar que cada hemisferio del cerebro recibe y procesa esta información de manera diferente. Por lo cual el hemisferio derecho del cerebro se ha considerado como el centro creativo, al recibir y procesar esa información de manera más intuitiva e integral, en éste es donde domina la imaginación y se concentran las facultades de la visión y la memoria visual, el sentido espacial, la apreciación de la forma y del color. Este hemisferio emplea un estilo de pensamiento divergente, creando una gran cantidad y variedad de ideas nuevas, más allá de los patrones convencionales. Sin embargo se sabe que para poder realizar cualquier tarea intelectual, necesitamos usar ambos hemisferios del cerebro, especialmente si es una tarea complicada, como lo podría ser la solución de un problema.

La mayoría de los humanos estamos acostumbrados a utilizar más un hemisferio que el otro, porque preferimos pensar de una manera o de otra, lo cual está asociado con el desarrollo de las diferentes habilidades que tenemos. Pero el funcionamiento complementario de ambos hemisferios es lo que confiere a la mente su poder y su flexibilidad, por lo cual se dice que no pensamos con un hemisferio o con otro, ya que ambos están implicados totalmente en el proceso cognitivo.

Para poder entender mejor esta dicotomía cerebral nos referimos a R. Ornstein, citado por (Springer & Deutsch, 1991) que dice, que el hemisferio izquierdo procesa la información analítica y secuencialmente, paso a paso, de forma lógica y lineal. Se puede suponer que está más

asociado con el intelecto y relacionado con el pensamiento convergente y abstracto, analítico calculado y objetivo; se concentra en los detalles y las partes del todo, porque analiza la información paso a paso, para entender los componentes uno por uno. Así mismo el hemisferio derecho, está especializado en la percepción global, sintetizando la información, que percibe de las cosas en el espacio y la manera de como se combinan las partes para formar un todo. Según la clasificación que hace Despins (1985) se puede suponer que la actividad de los diseñadores va mas relacionada con las funciones del hemisferio derecho, porque dice que el hemisferio derecho es el de la intuición y el pensamiento divergente, que es imaginativo, metafórico, no-lineal, subjetivo, por lo que puede producir pensamientos flexibles, divertidos, complejos, diagonales, místicos y sobre todo visuales. este tipo de funciones cerebrales ayudan a los procesos experimentales, de síntesis y sobre todo a la creatividad. Pero por otro lado no se puede dejar de reconocer que el hemisferio izquierdo se caracteriza por ser analítico y formal, destacando que al mismo tiempo es práctico y convergente; acciones necesarias para la solución de problemas de diseño.

Arthur Koestler,³ dice, que el proceso creativo tiene dos fases una lógica y otra intuitiva. En donde la fase lógica, es en la que se define el problema, pertenece al hemisferio izquierdo del cerebro; la fase intuitiva donde se redefine el problema y se

procesan opciones de solución, se realiza en el hemisferio derecho. Cada uno de estos hemisferios cerebrales se especializa de manera distinta en procesar la información, sin embargo una función de un hemisferio complementa a la del otro, sin que se pueda considerar que una sea superior a la otra, sin embargo la suma de ambas es lo que le da a la mente su asombrosa flexibilidad, y lo que genera el pensamiento efectivo.⁴ Cabe suponer que aunque el hemisferio derecho, es considerado como el centro creativo, en realidad investigaciones recientes han demostrado que el proceso creativo, requiere de la comunicación entre ambos hemisferios del cerebro, y que en la mayoría de los casos las personas están poco conectadas, lo cual implica que tenemos una tarea para desarrollar esa conexión entre ambos hemisferios, con la finalidad de potenciar los procesos de pensamiento y sobre todo el proceso creativo. Porque la fase crítica del proceso creativo, en donde a través del análisis se verifica la validez de la innovación, es una interrelación entre ambos hemisferios del cerebro. Así que se puede decir que la creatividad no es un proceso exclusivo del hemisferio derecho del cerebro, ni tampoco del izquierdo, es necesaria la interrelación entre ambos hemisferios para que verdaderamente se efectúe un acto creativo. Tal vez que crear no significa que partimos de la nada, es necesario poseer conocimientos extensos, tener excelente memoria y capacidad de razonamiento, así como un amplio conocimiento del lenguaje. De acuerdo a lo anterior y suponiendo que la

3 (Budapest, 1905 - Londres, 1983) Novelista y ensayista en lengua inglesa de origen húngaro. En 1926 dejó Hungría y se marchó a un kibbutz en Palestina. Fue dibujante de arquitectura en Haifa, vendedor en un bazar y periodista en El Cairo. Se adhirió al Partido Comunista en 1932 y en 1937 pasó tres meses en las prisiones franquistas, experiencia que describió en Testamento español (1937).

4 Durante muchos años fueron mas reconocidas las funciones del hemisferio izquierdo, e incluso se le creyó más capaz que el derecho. Gran parte de los seres humanos se ven dominados por uno de los hemisferios cerebrales, sin embargo es importante aclarar que ambos hemisferios son utilizados, quizá uno más que otro, pero nunca uno solo.

educación tradicional, casi siempre se ha centrado en el desarrollo de las habilidades pensantes del hemisferio izquierdo del cerebro, dejando a un lado el desarrollo de las habilidades intuitivas del hemisferio derecho, es necesario pensar en procesos y actividades, que apoyen a los estudiantes de diseño a potenciar las facultades del hemisferio derecho del cerebro para desarrollar mejor sus habilidades intuitivas y de pensamiento crítico, para mejorar sus procesos creativos.

Con esta intención bien se puede pensar en una propuesta de alfabetidad visual, reforzando el pensamiento crítico de los estudiantes ante la cultura visual en que se encuentran inmersos. Tomando en cuenta lo que nos dice Dondis (1973), es necesario desarrollar la inteligencia visual de los diseñadores, para que éstos en la conceptualización de sus diseños puedan elevarse por encima de las modas, y que también eleven su juicio por encima de la mera aceptación (o rechazo) de una composición visual.

Puede parecer poco relevante hablar de como construimos un mensaje visual, pero saberlo puede ayudar mucho en la tarea de un creativo. Conocer y manejar con fluidez un lenguaje puede ayudar a la conceptualización de un mensaje. Al respecto Rodríguez Díaz (2009) dice que "Cuando cada profesional del Diseño desarrolla el acto creativo, en cada obra que genera impugna y proyecta los aspectos inherentes al diseño, sus fundamentos, el factor estético, su propia educación visual, su aspecto sensible y por ende su propia experiencia visual". A partir de la construcción de una cultura visual propia, se puede pensar en función la cultura visual de los demás; aceptando desde un punto de vista crítico, su manera de percibir el mundo. Para poder trascender a través de la transformación simbólica, de una manera creativa en el diseño de mensajes

visuales; porque conocer y manejar con fluidez un lenguaje puede ayudar a la tarea del creativo en la conceptualización de una idea.

En el modo de procesar la información usado por el hemisferio derecho, se producen llamadas de intuición, momentos en los que «todo parece encajar» sin tener que explicar las cosas en un orden lógico. Cuando esto ocurre, se suele exclamar espontáneamente «¡Ya lo tengo!» Tiene inspiraciones repentinas, a veces basadas en patrones incompletos, pistas, corazonadas o imágenes visuales, percibe las cosas tal como son en el momento presente, con toda su fascinante complejidad. El cerebro derecho -el soñador, el artífice, el artista- se pierde casi totalmente en nuestro sistema educativo. Puede que haya unas pocas clases de arte, algún que otro taller, algo llamado «escritura creativa» y quizás cursos de música. Pero es muy improbable que encontremos cursos de imaginación, de visualización, de percepción espacial, de creatividad como tema aparte, de intuición, de inventiva. Sin embargo, los educadores valoran estas cualidades y aparentemente esperan que los estudiantes desarrollen la imaginación, la percepción y la intuición como consecuencia natural de un entrenamiento verbal y analítico. Se puede pensar que los diseñadores tienen de origen un poco más desarrolladas las facultades del hemisferio derecho del cerebro, pero no por esto se debe considerar que sea suficiente.

Al respecto Avgerinou (2001) dice, que si partimos de la premisa de que existe un lenguaje visual paralelo al lenguaje verbal; nos permite entender a la alfabetidad visual como una habilidad cognitiva con destrezas y competencias para leer, decodificar e interpretar estados visuales; así como escribir, codificar y crear estados visuales, lo que nos puede permitir pensar visualmente.

La alfabetidad visual nunca podrá ser descrita como un sistema lógico, es mas bien un sistema analógico de comparaciones, una combinación de sintaxis y semiótica, que si bien, por un lado estudia la composición gráfica de las imágenes o grado de representación, por otro lado la semántica nos refiere al modo en que la imagen relata más ampliamente sus enfrentamientos con el mundo que la rodea, para obtener significado. Dicho de otro modo, en la práctica, la semántica visual se refiere a los modos en que las imágenes concuerdan con el proceso cultural de comunicación, lo que incluye la relación existente entre la forma y el significado; al considerar que es creado a través de la forma y estructura, las ideas culturalmente construidas y la interacción social con las imágenes.

Bruno Munari (1985) en su teoría sobre *comunicación visual* nos expone, que es importante reconocer las imágenes que nos rodean lo que equivale a ampliar las posibilidades de contac-

to con la realidad. Ver y comprender más, para lograr la mayor comprensión de las cualidades, carácter y potencial expresivo de los elementos expresivos del mensaje.

Por otro lado Betty Edwards, en su libro "Aprender a dibujar con el lado derecho del cerebro" nos expone su teoría de que el dibujo requiere de cinco habilidades básicas de percepción: los bordes, espacios, relación de luces y sombras y tonalidad y que todos estos aspectos están relacionados con el modo de procesar la realidad, del hemisferio derecho del cerebro. Ella afirma que si ejercitamos el lado derecho de nuestro cerebro, además de poder mejorar nuestras facultades para el dibujo, desarrollaremos otras facultades, poco frecuentes, de nuestra mente como es la imaginación, creatividad, e inventiva. Así mismo afirma que al potenciar más nuestro sistema verbal, cultural, tecnológico y educativo que se encuentran asociados con el lado izquierdo de nuestro cerebro, se han dejado en el des-



cuido el desarrollo del hemisferio derecho del cerebro. Ella misma propone algunas técnicas y estrategias que nos ayudan al desarrollo de este hemisferio, sin embargo y al relacionarlo con la alfabetización visual, se puede considerar que ésta ayudara de manera sustancial a potenciar dichas facultades que se encuentran asociadas con las funciones del hemisferio derecho del cerebro, y cabe resaltar que una de ellas es la creatividad e inventiva.

Si los creativos tienden a cambiar su manera de pensamiento en cuanto a las distintas soluciones de un problema, exploran técnicas, materiales, sistemas, etc. buscando nuevas ideas, tienen muy desarrollada su capacidad de transformación, pero también su capacidad de observación y de análisis; se fijan en todos los detalles antes de percibir el conjunto. Así mismo tienen una gran capacidad de síntesis al crear procesos de combinación ingeniosos y coherentes en la organización de los distintos elementos de un todo, al hacer una propuesta de diseño. A manera de conclusión se puede decir que si mejoramos las facultades del hemisferio derecho del cerebro, estamos estimulando la creatividad de pensamiento de los diseñadores.

A través de la alfabetización visual se desarrolla el pensamiento crítico ante una cultura visual, también favorece el desarrollo de la capacidad de observación, de percepción de las formas y su estructuración en la composición espacial, potenciando el desarrollo de las facultades del hemisferio derecho del cerebro. Todo esto promueve un estilo de pensamiento divergente, que provoca la creación de una gran variedad y cantidad de ideas nuevas, más allá de los patrones convencionales. Así mismo se puede decir que las personas creativas, tienen la facultad de

poder enfocar los problemas desde distintos ángulos, pudiendo obtener mayor claridad en sus observaciones.

BIBLIOGRAFÍA

- COON, D. (1999). *Psicología. Exploración y aplicaciones* (8a. Edición ed.). México, México: International Thomson Editores.
- CORBALÁN Berná, J. (2008). ¿De que se habla cuando hablamos de Creatividad? *Cuadernos de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales* (35), 11-21.
- COSTA, J. (2003). *Diseñar para los Ojos*. La Paz, Bolivia: Grupo Editorial Design.
- DANTZIC, C. *Diseño Visual. Curso de apreciación artística*. México, DF., México: Editorial Trillas, SA. de CV.
- DE la Torre y Rizo, G. (1992). *El lenguaje d ellos símbolos gráficos*. México, México: Editotorial Limusa, S.A. de C.V.
- DONDIS, A. (1973). *La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual* (10a (1992) ed.). México: Ediciones G. Gili, S.A. de C.V.
- EDWARDS, B. (1984). *Aprender a dibujar con el lado derecho del cerebro*. Madrid, España: Herman Blume.
- GIBSON, J. J. (1974). *La percepción del mundo visual* (1a. Edición ed.). Buenos Aires, Argentina: Ediciones Infinito.
- HOWARD, G. (1987). *Estructuras de la Mente*. México, DF, México: Fondo de Cultura Económica.
- ITTEN, J. (1975). *Design and Form*. New York, USA: Van Nostrand Reinhold Company.
- KANIZSA, G. (1986). *Gramática de la Visión. Percepción y pensamiento*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Paidós Ibérica, S.A.
- MOHOLY-NAGY, L. (2008). *La nueva Visión* (5a. ed.). Buenos Aires, Argentina: Ediciones Infinito.
- MORRIS, C. *Fundamentos de la Teoría de los Signos*. España: Editorial Paidós.
- MUNARI, B. (1985). *Diseño y Comunicación Visual*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili, S.A. de C.V.
- RODAS, I. D., & Vanni, E. (1998). *Aspectos indtrodutorios del Diseño. Análisi básico de la forma*. México, México: Aurea Editores, S.A. de C.V.
- RODRÍGUEZ Díaz, J. (2009). *La palabra como signo creativo*. México, D.F., México: COEDI MEX SA de CV.
- SPRINGER, S., & Deutsch, G. (1991). *Cerebro Izquierdo, Cerebro Derecho* (4a. ed.). Barcelona, España: Editorial Gedisa, S.A.
- TAMAYO de Serano, C. (2002). La estética, el arte y el lenguaje visual. *Palabra-Clave* (7).
- TAMAYO de Serrano, C. (2002). La estética, el arte y el lenguaje visual. *Palabra-Clave* (7).

Luis Rodríguez

El incremento de valor en la elección de diseños y servicios

INTRODUCCIÓN

Durante el auge del Movimiento Moderno en el siglo xx, el Diseño definió su centro gravitacional alrededor de la función, convirtiéndose ésta en el eje rector del proceso proyectual, lo que conformó y dio sentido al concepto de diseño. Uno de los momentos que ayudó en este proceso se dio cuando un grupo de representantes de asociaciones de diseñadores de países europeos, formuló la definición de Diseño Industrial durante la fundación del *International Council of Societies of Industrial Design* (ICSID por sus siglas en inglés) en 1959. Tomás Maldonado fue el encargado de elaborar la redacción final:

Un diseñador industrial está calificado, por su entrenamiento, conocimiento técnico, experiencia y sensibilidad visual para determinar los materiales, mecanismos, forma, color, acabados superficiales y decoración de objetos que son reproducidos en cantidad por los procesos industriales [...]¹

En el momento en que se elabora esta definición, el diseño, en tanto que naciente campo profesional, requiere diferenciarse de otros ya establecidos, como la ingeniería. Por este motivo la versión original de la definición propuesta por ICSID abunda en detalles sobre lo que puede hacer un diseñador industrial, sus conocimientos y habilidades. Con base en esta visión se elaboraron muchos de los planes de estudio de diseño

Profesor investigador del Departamento de Diseño, uam Cuajimalpa.

1 <http://www.icsid.org/about/about/articles33.htm> Consultada en marzo 2015

industrial en todo el mundo y se establecieron despachos y grupos de diseño al interior de las empresas, que con base en esa definición dieron coherencia y consistencia a su actividad.

Muchos diseñadores modificaron algún aspecto de la idea de Maldonado, adaptándola a su contexto, posibilidades y visiones particulares, sin embargo la idea del diseñador como alguien que configura formas, permanece a la fecha en muchos de nuestros planes y programas de estudio así como en los objetivos de la mayor parte del ejercicio profesional, si bien ahora se enfatizan aspectos como el impacto ambiental y nos preocupamos sobre los cambios que la tecnología nos ofrece como retos y nuevas posibilidades. A pesar de la relativa vigencia de esta definición, hoy se plantean nuevos rumbos. Incluso desde la década de 1980, se habla de la fuerte crisis a la que se enfrenta el diseño:

El diseño industrial está en crisis. Lo reconozcamos o no, está en una crisis de identidad, propósito, responsabilidad y significado [...] La viabilidad de la profesión como es practicada actualmente necesita ser cuestionada con seriedad, sus fronteras examinadas y sus valores reconsiderados²

El movimiento moderno enfatizaba el aspecto funcional de lo diseñado, sin embargo, desde hace tiempo se ha cuestionado la preponderancia de este factor desde la óptica del consumo³,

2 Richardson, Adams. *The Death of the Designer*. En *Design Issues*. Vol. 9 No. 2. MIT Press. Massachusetts. 1993.

3 Denney, Matthew (1999). *Utility Furniture and the myth of utility*. En *The Design History Reader* (2010). Berg Publishers. Nueva York. Pag. 135-142.

de la sociología⁴ y la filosofía⁵, lo que eventualmente nos lleva a considerar que el eje rector del proyecto, en realidad es multifacético y así ampliar el espectro de análisis por parte del diseñador.

Para ilustrar este cambio paradigmático, basta analizar la definición de diseño industrial que hoy nos propone el ICSID:

El diseño es una actividad creativa cuyo propósito es establecer las multifacéticas cualidades de objetos, servicios y sus sistemas en ciclos de vida completos. Por lo tanto, el diseño es el factor central de la humanización innovadora de tecnologías y el factor crucial del intercambio económico y cultural.⁶

En primera instancia, podemos observar que en esta definición se ha eliminado la palabra "industrial". Este no es un cambio menor y parece atender a un nuevo concepto: el diseño se entiende hoy como un proceso para solucionar problemas complejos y no se centra en la aplicación de habilidades y conocimientos relacionados exclusivamente con la configuración formal de objetos o con su producción por medio de tecnologías industriales.

4 Bourdieu, Pierre (2002). *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Editorial Taurus. México.

5 Adorno, Theodor (2008). *El funcionalismo hoy*. En Adorno, Th. *Crítica de la cultura y la sociedad*, Tomo I. Ediciones Akal. Madrid. Págs. 329-346.

6 <http://www.icsid.org/about/about/articles31.htm> Consultada en enero 2014. Actualmente ICSID ha retirado esta definición y presenta un llamado a la comunidad para elaborar una nueva definición.

Por otro lado, esta definición toma en cuenta la experiencia que indica que la principal habilidad del diseñador está en su manera de pensar y de enfrentarse a los problemas. Estudios recientes abundan sobre este aspecto⁷ y han dado origen al concepto de Pensamiento de Diseño (*Design Thinking*). Tal parece que la formación de los diseñadores desarrolla habilidades que rebasan la solución de problemas desde la óptica de la configuración formal centrada en la funcionalidad de los objetos y abre las puertas a nuevas posibilidades, de aquí que la nueva definición de ICSD propone que el diseñador ya no solo se ocupa de la forma de los objetos, sino que también es capaz de definir las características de "servicios y sus sistemas". Si bien esto es interesante -pues abre posibilidades a nuevos horizontes para el trabajo profesional- también es cierto que no establece con claridad cuál es el campo específico de acción de un diseñador, ni cuáles los conocimientos que le permiten desempeñarse en dicho campo. Debemos reconocer que la definición de Maldonado es más clara en este aspecto.

Un tercer aspecto que vale la pena resaltar es que si bien en ocasiones parece que los diseñadores se enfrentan a los mismos problemas de siempre, hoy estos problemas se ven bajo distintas ópticas. Como ejemplo podemos mencionar el diseño de las sillas, que se vienen proyectando desde mucho tiempo atrás⁸. Si bien es cierto que a lo largo de los años muchos de los cambios en la

sillas obedecían a criterios funcionales, estéticos y de moda, actualmente los diseñadores enfocan el problema también desde otros ángulos como la sustentabilidad o el transporte de productos en un ámbito globalizado. Estos factores, entre muchos otros, han complejizado la tarea de los diseñadores y hoy, en muchos casos, el problema central ya no es exclusivamente la configuración formal, pues se toman en cuenta aspectos que conforman problemáticas complejas.

Estos cambios han dado origen a un discurso que bajo el nombre de diseño centrado en el usuario (para enfatizar el alejamiento con respecto al diseño centrado en la forma), que abarca perspectivas tales como la experiencia de los usuarios y la exploración multisensorial⁹.

Así la visión actual que nos propone ICSD es resultado de observar lo que en la práctica algunos diseñadores destacados han hecho desde tiempo atrás. Por esto podemos decir que esta definición no es en realidad una propuesta de orden intelectual abstracto, sino la consecuencia de observar y analizar la práctica como hoy se desarrolla en distintos ámbitos, lo que a su vez da origen a nuevas orientaciones como el Diseño Estratégico o el Diseño Digital, basados en el ya mencionado Diseño centrado en el usuario e incluso a especialidades formales como la Gestión del Diseño (*Design Management*) o el Diseño Sustentable. Debemos reconocer que la amplitud y flexibilidad para enfrentar problemas complejos, es una virtud en la actual definición que nos ofrece ICSD, pero para establecer orientaciones en los planes de estudio, o para presentarse ante una empre-

7 Lawson, Bryan (2011). *How Designers Think: The Design Process Demystified*. Architectural Press. Oxford. 2005 y Cross, Nigel. *Design Thinking: Understanding How Designers Think and Work*. Berg Publishers. Oxford.

8 Rodríguez, Luis (2011). *El diseño antes de la Bauhaus*. Editorial Designio. México.

9 Redstrom, Johan (2006). *Towards User Design? On the shift from object to user as the subject of design*. en *Design Studies*. Vol. 27, No. 2 pp. 123-139.

sa, hay que acotar con claridad los alcances de la profesión y plantear los límites de aquello que se pretende aportar a una empresa por medio de un proyecto o los objetivos que se establecen en la formación de estudiantes, de aquí que, es necesario plantearnos en un inicio al menos dos preguntas: ¿qué hace un diseñador? y ¿para qué lo hace? En líneas siguientes, por razón de espacio, nos abocaremos a explorar la segunda de estas cuestiones.

Los ejes rectores de un proyecto

A esta pregunta se le han dado diversas respuestas. Algunas se formulan desde una perspectiva humanista y establecen que diseñamos para satisfacer necesidades, o bien para mejorar la calidad de vida de los usuarios; otras, más centradas en el pragmatismo nos dicen que diseñamos para resolver problemas. También hay propuestas que surgen desde la economía y nos dicen que diseñamos para incrementar las ventas de un producto, o bien para competir con ventajas en un contexto globalizado. Todas estas posturas en realidad nos hablan sobre los efectos que lo diseñado tiene en la sociedad, la cultura y la economía, pero no explican a fondo por qué -en tanto que usuarios o consumidores- elegimos ciertos objetos, es decir cuáles son los factores que llevan a un usuario o consumidor a preferir un producto sobre otro. La postura del movimiento moderno era que si un objeto es funcional, entonces los consumidores lo van a preferir. La experiencia nos demuestra que esta postura es simplista y no corresponde con la realidad, pues la función de un objeto no es el único criterio que determina una selección.

En muchos de nuestros planes de estudio continúa vigente la tradición racional-funcionalista del movimiento moderno, por este motivo, uno de

los primeros aspectos que se busca satisfacer en un proyecto es el que corresponde al uso. Dicho de otra manera, se busca satisfacer "las necesidades", para lo cual se recurre a algún método proyectual que analiza los aspectos derivados de la definición inicial del problema y de estudios realizados con el usuario (observación, encuestas, etc.). Si observamos con detenimiento este proceso, podemos detectar algunas características que a su vez muestran inconsistencias:

- Uno de los objetivos implícitos en los métodos proyectuales es el de reducir la amplitud y diversidad de las posibles soluciones, sin embargo hoy reconocemos que los problemas de diseño pueden ser complejos o incluso "perversos", según las propuestas de Horst Rittel¹⁰, por lo que una postura reduccionista en realidad no ayuda a ver la complejidad que subyace a la definición inicial del problema.
- Si bien la postura tradicional de los métodos proyectuales se basa en las necesidades del "usuario", en realidad este concepto es más complejo de lo que hasta hace poco considerábamos, pues alrededor de un objeto se congrega una diversidad de objetivos -explícitos o no- de distintos grupos involucrados o con intereses diversos en el resultado de un proyecto. Así por ejemplo, los empresarios (que finalmente son quienes deciden que proyecto se va a producir) buscan normalmente incrementar la ganancia de una inversión, mientras que otras personas se pueden preocupar por el costo (es el caso de quienes son responsa-

10 Protzen, Jean-Pierre (2010). *The Universe of Design: Horst Rittel's Theories of Design and Planning*. Routledge. Nueva York.

bles de las compras en una organización grande y éstas personas deciden que se va a comprar, aunque no sean los usuarios, un ejemplo de ésta situación es la decisión de la compra de mobiliario para oficinas), también puede haber grupos u organizaciones con interés en aspectos ecológicos o de inclusión de grupos minoritarios como es el caso de personas con distintas discapacidades. En realidad hay múltiples usuarios y sus necesidades e intereses son diversos¹¹.

- Una conclusión inmediata del punto anterior es que el concepto de necesidad debe ser analizado desde otras perspectivas y no reducirse al aspecto de uso de los usuarios directos. Las necesidades pueden ser económicas, sentimentales, culturales, sociales, etcétera. Este aspecto es muy importante pues el concepto de necesidad es central al movimiento moderno a pesar de reducirlo tan solo a un usuario "ideal" y que no contempla la cadena de personas involucradas. Analizar este aspecto desde otras perspectivas es uno de los factores que lleva a la crisis paradigmática del diseño bajo la perspectiva de la modernidad y que hoy presenta nuevos retos.

Nuestra intención no es la de manifestarnos contra la función o el estudio de las necesidades, sin duda el aspecto funcional es uno de los factores para preferir un producto sobre otro, pero no es el único y habrá que reconocer que en ocasiones

es un criterio secundario en el proceso de selección por parte de los usuarios-consumidores.

El resultado de este análisis nos lleva a ver estos conceptos desde otros ángulos, más complejos, que buscan ver el problema desde una postura sistémica. La tarea de obtener una visión ordenada y capaz de explicar con claridad factores tan disímolos no es sencilla y sin duda falta mucho trabajo por realizar, nuestro propósito es tan solo presentar algunas de las distintas visiones que puedan enriquecer conceptos que, eventualmente, permitan adoptar otras posturas ante las posturas tradicionales, a partir de observar los criterios o parámetros que los usuarios-consumidores utilizamos al preferir un producto. Una de estas perspectivas surge desde la perspectiva del incremento de valor de lo diseñado.

El Diseño como incremento del valor

Son varios los autores que mencionan que el diseño es un medio para incrementar el valor de objetos o informaciones, algunos incluso marcan éste como el objetivo central de un proyecto. Sin embargo, la mayoría de estas posturas se centran en el aspecto económico o bien funcional, así el incremento de valor se da –según estas visiones– por una reducción en costo o bien por un incremento en los atributos de uso, sin embargo existen otras posturas alrededor del valor, ya sea de productos o del diseño de información.

Como muchos otros aspectos alrededor del diseño, el término *valor*, dada su polisemia, se presta a muchas interpretaciones, por lo que –de manera operativa– en el presente texto consideramos que el valor se compone de distintas aspiraciones que a lo largo de una cadena de personas involucradas, son preferidas y así se convierte en el parámetro para la evaluación que los distintos

11 Krippendorff, Klaus (2006). *The Semantic Turn. A New Foundation for Design*. Taylor & Francis Publishers. Nueva York; Dorst, Kees (1997). (Editor). *Analysing Design Activity*. Wiley. Nueva York; y Cross, Nigel (2011). *Design Thinking: Understanding How Designers Think and Work*. Berg Publishers. Oxford.

grupos de usuarios, consumidores o involucrados de alguna manera, hacen sobre algún objeto, servicio o diseño de información. Esta postura tiene por un lado la virtud de centrarse en la interrelación usuario-producto, sin embargo estamos conscientes de sus limitaciones en cuanto a otras áreas de la experiencia y la conducta de los seres humanos. En general, podemos afirmar que el proceso de evaluación a que aludimos se presenta porque si una persona adquiere o usa un objeto, lo hace debido a que aprecia o *valora* alguna característica particular en dicho objeto. Por lo tanto se puede valorar, por ejemplo, su precio (algunos valoran no sólo el bajo precio, sino que buscan algo que sea significativamente costoso y por lo tanto exclusivo), mientras que otros pueden apreciarlo por sus características estéticas, otros más, sin duda, lo hacen porque aprecian (valoran) su desempeño y durabilidad, mientras que otros buscan un mejor ajuste ergonómico o de uso.

Tradicionalmente el estudio de los valores corresponde a una rama de la filosofía: la axiología. Desde ésta perspectiva, una parte importante de los valores se refiere a principios éticos, pero otra se centra en las cualidades de los objetos y debe haber una clara distinción entre ambas perspectivas:

Para evitar confusiones en el futuro, conviene distinguir desde ya, entre los *valores* y los *bienes*. Los bienes equivalen a las cosas valiosas, esto es a las cosas más el valor que se les ha incorporado¹².

Se han dado diversas teorías sobre el valor en los bienes y resulta complejo revisar cada una

de ellas en detalle, por lo que a continuación se presentan algunas de ellas que pueden ayudar a la reflexión sobre este tema. Teniendo en cuenta que nuestro enfoque como se señala en la cita anterior, se centra en los bienes.

Una de las teorías más importantes fue elaborada por Karl Marx, quien distingue entre valor de uso y valor de cambio; el valor de uso es aquel que tiene un objeto con relación a la necesidad (Marx en éste aspecto considera a las necesidades en un sentido amplio desde las biológicas hasta las espirituales) que satisface. Éste concepto en especial, se refiere a las características que tienen los objetos gracias a las cuales nos son útiles.

El valor de uso de un objeto cualquiera es la utilidad específica que permite a éste satisfacer una determinada necesidad: el valor de uso de un par de zapatos es el servicio que presta al hombre al permitirle satisfacer más fácilmente su necesidad de caminar¹³.

Por otro lado, el valor de cambio es aquel que un objeto adquiere en el mercado y se expresa, según la visión marxista, en términos cuantitativos medidos por el dinero, así por ejemplo, dos objetos con diferente valor de uso pueden tener diferente valor de cambio, que es determinado por las leyes del mercado. Como es bien sabido estas consideraciones dieron origen a la teoría económica de Marx¹⁴ y su análisis nos desviaría de nuestro objetivo, baste decir que actualmen-

13 Marx, Karl (1999). El Capital. Tomo 1. Crítica de la economía política. Fondo de Cultura Económica. México. Pag. 6.

14 Marx, Karl (1980). Elementos fundamentales para la crítica de la economía política (Grundrisse). Siglo XXI Editores. México.

12 Frondizi, Risieri (2012). ¿Qué son los valores? Introducción a la axiología. Fondo de Cultura Económica. México.

te, en el terreno de la economía, estas posturas han sido superadas, pero para el diseño, desde una perspectiva básica de ambos conceptos (uso y cambio), aún podemos recurrir a ellos para explicar algunas posturas humanas con respecto al consumo o elección de algún bien o servicio. Basta enfatizar que es desde la óptica del valor de uso que se desarrolla el concepto de funcionalidad, que como ya hemos mencionado ha sido el centro tanto del proceso proyectual, como de la utopía del diseño¹⁵.

Otro concepto importante que modifica y enriquece la postura marxista es el de valor de signo. Existe un sinnúmero de objetos que tienen un valor de uso similar, sin embargo su valor de cambio es muy diferente y esto no se explica tan sólo por las leyes de la oferta y la demanda. Este es el caso, por ejemplo, de la ropa: desde la perspectiva de uso una prenda "funciona" igual que otra, pero el diseño la hace distinta y por lo tanto adquiere un valor de cambio distinto.

Lejos de ser el status primario del objeto un status pragmático que vendría a sobre determinar más tarde un valor social del signo, es por el contrario el valor de cambio signo lo que es fundamental, no siendo el valor de uso con frecuencia otra cosa que la caución práctica¹⁶.

Es decir que en ocasiones el valor de uso –la funcionalidad– de un objeto pasa a ocupar un lugar secundario entre los valores de los bienes o parámetro de selección del usuario-consumi-

dor. En buena medida, según algunos autores, el verdadero fin del diseño de productos es el de generar signos adecuados a las expectativas y aspiraciones de los consumidores. Según esta visión, es el valor de signo el que finalmente determina la preferencia que un grupo tiene para adquirir un objeto. Muchas de las críticas dirigidas al consumismo, desde la década de 1960¹⁷, se han apoyado precisamente en la exacerbación del valor de signo, o en su uso sin límites éticos. Éste es uno de los aspectos que continuamente se discuten en el ámbito del diseño, pues las implicaciones éticas y metodológicas (en especial si tomamos en cuenta que en la postura tradicional de los métodos proyectuales es la función el factor que más se privilegia) son evidentes. El valor de signo, por lo tanto, adquiere gran importancia, y es reflejo de un aspecto cultural importante.

Se olvida ampliamente, en efecto, cuando se hace de la función de los objetos su razón inmanente, hasta que punto este valor funcional está a su vez regido por una moral social que quiere que hoy el objeto, no más que el individuo, deje de ser ocioso. Ha de "trabajar", ha de "funcionar" y disculpase con ello, por así decirlo democráticamente de su antiguo status aristocrático de signo puro de prestigio¹⁸.

Si bien la crítica que hace Baudrillard de esta situación debe ser retomada por las reflexiones sobre la ética no solo del diseño sino del sistema

15 Echeverría, Bolívar (1998). Valor de uso y utopía. Siglo XXI editores. México.

16 Baudrillard, Jean (1999). Crítica de la economía política del signo. Editorial Siglo XXI. México. Pag. 2.

17 Baudrillard, Jean (2000). Crítica de la economía política del signo. Editorial Siglo XXI. México. 1999 y Baudrillard, Jean. Contraseñas. Editorial Anagrama. Barcelona.

18 Baudrillard, Jean (1999). Crítica de la economía política del signo. Editorial Siglo XXI. México. Pag. 5.

productivo en su totalidad, es claro que el valor de signo que tienen los objetos es hoy en día uno de los factores más importantes en el proceso de selección de un objeto¹⁹.

Hay otras posturas que nos permiten explorar desde ópticas distintas la cuestión del valor en los procesos de decisión de los usuarios-consumidores. Uno de ellos es la elaborada por Csikszentmihaly, quien reúne perspectivas desde la psicología y la sociología, para analizar el significado y por lo tanto el valor que las personas asignamos a los objetos que nos rodean.

Los seres humanos muestran la peculiar característica de fabricar y usar objetos. Las cosas con las que la gente interactúa no son simples herramientas para la supervivencia, o para hacer que la supervivencia sea más fácil y cómoda. Las cosas encarnan metas, hacen que las habilidades se manifiesten, y configuran las identidades de sus usuarios. El hombre nos es tan solo *homo sapiens* ni *homo ludens*, también es *homo faber*: el hacedor y usuario de objetos y su ser es, en una amplia extensión, un reflejo de las cosas con las que interactúa. Por tanto, los objetos también hacen y usan a quienes los hacen y utilizan²⁰.

Esta postura considera que entre los objetos y los consumidores-usuarios se establece una especie de diálogo en el que los diseñadores

configuran objetos que a su vez conforman la personalidad de los usuarios, por lo que al momento de seleccionar un objeto reconocemos en él una serie de características de distinta índole que lo hacen valioso, tales como evocar un recuerdo o bien conformar alguna idea sobre “lo adecuado” para una ocasión o bien que reflejan un status, ya sea social, económico, de género o profesional. Todo esto nos lleva a considerar que otra manera de estudiar los valores en los bienes, es en tanto la compleja experiencia que se genera en la interacción de los objetos con el usuario-consumidor.

Hasta aquí una breve descripción de diversas posturas alrededor de los factores que influyen en la toma de decisiones del usuario-consumidor. Ahora es necesario darles una cierta estructura.

Hacia una taxonomía de los valores

Como hemos visto en líneas anteriores, la cuestión de los valores es compleja y dinámica, por lo que cualquier intento que se haga de organizarlos es, en cierta medida, efímero y está sujeto a una gran cantidad de supuestos y cambios en el contexto y el tiempo, a pesar de lo cual es necesario buscar alguna manera de ordenarlos, por lo que podemos establecer algunos factores básicos alrededor de los cuales podemos analizar los distintos valores y sus interrelaciones. Con esto no se pretende ofrecer una lista exhaustiva (tarea tal vez imposible debido a la multitud de factores condicionantes), sino tan solo proponer alguna estructura básica que permita iniciar el análisis de la experiencia en el campo del diseño.

Todos aquellos factores que intervienen para poder establecer la evaluación de alguna experiencia los podemos reunir, en principio, en las siguientes grandes categorías:

19 Bourdieu, Pierre (2010). El sentido social del gusto: elementos para una sociología de la cultura. Siglo XXI editores. México. y Lipovetsky, Gilles (1990). El imperio de lo efímero. Editorial Anagrama. Barcelona.

20 Csikszentmihaly, Mihaly (2005). The Meaning of Things: The Domestic Symbols and the Self. Cambridge University Press. Cambridge. Pag. 2.

- **Espiritual.** Es una categoría muy amplia y que si bien se refiere a cuestiones de formación y creencias religiosas (o bien al alejamiento o carencia de estas), también incluye aspectos aparentemente más triviales como supersticiones diversas. Si bien éste último aspecto puede parecer irrelevante, basta recordar la cantidad de literatura popular sobre el uso del *Feng-Shui* en el diseño de interiores. Habrá quienes lo consideren superchería, pero hay muchas personas que con base en esos principios diseñan sus casas, sus negocios y demás espacios en que se desenvuelve su vida. Por lo tanto lo espiritual no es ni trivial ni secundario; tampoco se limita a la esfera de lo íntimo o lo filosófico.
 - **Significado social.** Esta categoría se relaciona directamente con el valor de signo. En este apartado podemos reunir aquellos factores que influyen en la demostración de status en un sentido amplio y no sólo el que se refiere a la posición social o económica. También se puede contemplar en esta categoría la no preferencia por algo, es decir rechazamos algo porque no cumple con la idea o arquetipo que culturalmente hemos construido en tanto que ejemplo a seguir. También se incluyen, por lo tanto aquellos elementos que ayudan a construir una identidad propia.
 - **Emocional.** Según el diccionario, la emoción es la "Alteración del ánimo intensa y pasajera, agradable o penosa, que va acompañada de cierta conmoción somática" (Diccionario de la Real Academia, vigésima segunda edición). Es decir que cuando hablamos del efecto emocional que los objetos tienen en los usuarios-consumidores, nos referimos a aquellos aspectos que dan por resultado algún tipo de placer o displacer (ya sea por su uso o por su posesión). Otro aspecto importante dentro de esta categoría tiene que ver con los recuerdos o evocaciones que despiertan algún diseño (basta recordar la tendencia en boga del diseño "retro").
 - **Economía.** Relacionada directamente con el valor de cambio en el sentido marxista, esta categoría se refiere al criterio de selección de un bien o servicio basado en el precio. Es importante recordar que en ocasiones se prefiere algo precisamente porque es caro, lo que implica que la reducción de costos (que se refleja en el precio) no es el único criterio a seguir dentro de esta categoría.
 - **Utilidad.** Relacionada directamente con el valor de uso mencionado líneas arriba, así como con la postura tradicional del diseño moderno y a la que tradicionalmente nos referimos como funcionalidad. Sin embargo debemos entender la función desde una perspectiva amplia que incluye, por ejemplo, la durabilidad, seguridad y desempeño de un objeto. También se incluyen aspectos de compatibilidad física (recordemos las propuestas del diseño universal o incluyente).
- Estos elementos deben ser analizados desde una postura sistémica, pues existen múltiples interrelaciones, así por ejemplo, un diseño puede causar placer (valor emocional) porque da seguridad (valor de funcionalidad). También, como ya se mencionó, los valores pueden cambiar rápidamente, por ejemplo cuando un niño nace, los valores de seguridad (valor de funcionalidad) pueden adquirir una preponderancia que antes no se tenía, así como los que se refieren a la economía familiar

o bien los aspectos espirituales tienen una fuerte relación con la formación de la identidad (categoría de significado social). Otro ejemplo recurrente es el de los teléfonos celulares que los padres compran a sus hijos adolescentes para saber donde están y si están bien; para los padres el gran valor es el de control, mientras que para los hijos los valores pueden ser comunicación con sus amigos o bien de significado social. A pesar de esta multiplicidad de valores, podemos afirmar que la taxonomía presenta las categorías fundamentales de valores y lo que cambia constantemente es la jerarquía o importancia que les asignamos.

Podemos asignar otros valores más específicos, que se desprenden o relacionan con los mencionados. Por cuestiones de espacio se presentan resumidos en la tabla de la derecha.

Consideraciones finales

Como es fácil observar a partir de los argumentos hasta aquí presentados, la problemática del estudio y análisis de los valores no es un tema sencillo de abordar. Debemos ser capaces de ver las múltiples aristas que emergen alrededor de estos temas, para poder analizar la complejidad del tema de la experiencia en el campo del Diseño.

Por otro lado es necesario reconocer que el propósito de diseñar es el de incrementar los valores que se sintetizan en un objeto o servicio. Resulta evidente que es necesario profundizar en una teoría de los valores amplia y diversa que permita establecer centros gravitacionales para el diseño, así como apuntar hacia las relaciones de estas reflexiones con otras disciplinas.

UTILIDAD	Conveniencia	Mancjo del tiempo
		Compatibilidad física
		Accesibilidad
		Apropiado/adequado
		Evitar molestias sensoriales
	Calidad/desempeño	Confiabilidad
		Eficiencia
		Durabilidad
	Economía	De compra
		De uso
Seguridad		
SIGNIFICADO SOCIAL	Prestigio social	Impresionar a otros
		Evitar ridículo
	Identidad	Mantener tradiciones
		Desempeño de roles
		Pertenencia grupal
EMOCIONAL		
	Placer	Diversión
		Afecto
	Sentimiento	Fantasías
		Recuerdos
ESPIRITUAL	Buena suerte	

BIBLIOGRAFÍA

- ADORNO, Theodor (2008). El funcionalismo hoy. En Adorno, Th. *Crítica de la cultura y la sociedad*, Tomo I. Ediciones Akal. Madrid. Págs. 329-346.
- BAUDRILLARD, Jean (1999). *Crítica de la economía política del signo*. Editorial Siglo XXI. México.
- BAUDRILLARD, Jean (2000). *Contraseñas*. Editorial Anagrama. Barcelona.
- BOURDIEU, Pierre (2002). *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Editorial Taurus. México.
- BOURDIEU, Pierre (2010). *El sentido social del gusto: elementos para una sociología de la cultura*. Siglo XXI editores. México.
- CSIKSZENTMIHALY, Mihaly (2005). *The Meaning of Things: The Domestic Symbols and the Self*. Cambridge University Press. Cambridge.
- CROSS, Nigel (2011). *Design Thinking: Understanding How Designers Think and Work*. Berg Publishers. Oxford.
- DENNEY, Matthew (1999). *Utility Furniture and the myth of utility*. En *The Design History Reader* (2010). Berg Publishers. Nueva York. Pag. 135-142.
- DORST, Kees (1997). (Editor). *Analysing Design Activity*. Wiley. Nueva York.
- ECHEVERRÍA, Bolívar (1998). *Valor de uso y utopía*. Siglo XXI editores. México.
- FRONDIZI, Risieri (2012). *¿Qué son los valores? Introducción a la axiología*. Fondo de Cultura Económica. México.
- KRIPPENDORFF, Klaus (2006). *The Semantic Turn. A New Foundation for Design*. Taylor & Francis Publishers. Nueva York.
- LAWSON, Bryan (2005). *How Designers Think: The Design Process Demystified*. Architectural Press. Oxford.
- LIPOVETSKY, Gilles (1990). *El imperio de lo efímero*. Editorial Anagrama. Barcelona.
- MARX, Karl (1999). *El Capital*. Tomo 1. *Crítica de la economía política*. Fondo de Cultura Económica. México.
- MARX, Karl (1980). *Elementos fundamentales para la crítica de la economía política (Grundrisse)*. Siglo XXI Editores. México.
- PROTZEN, Jean-Pierre (2010). *The Universe of Design: Horst Rittel's Theories of Design and Planning*. Routledge. Nueva York.
- RICHARDSON, Adams (1993). *The Death of the Designer*. En *Design Issues*. Vol. 9 No. 2, pp 34-43. MIT Press. Massachusets.
- REDSTROM, Johan (2006). *Towards User Design? On the shift from object to user as the subject of design*. en *Design Studies*. Vol. 27, No. 2 pp. 123-139.
- RODRÍGUEZ, Luis (2011). *El diseño antes de la Bauhaus*. Editorial Designio. México.

- <http://www.icsid.org/about/about/articles33.htm> Consultada en marzo 2015.
- <http://www.icsid.org/about/about/articles31.htm> Consultada en enero 2014.



REFLEXIONES

Andrés de Luna

¿La imaginación perdida? Aspectos del arte y sus nuevas consideraciones

La imaginación, “la reina de las facultades”, según Baudelaire, parece extraviarse en medio de la noche de los tiempos actuales. El imaginario se convierte en materia chata e informe. Cornelius Castoriades aclaraba que: “En el hacer hay necesariamente la referencia a lo real-racional. Más exactamente, el hacer humano necesariamente teje un contenido imaginario conjunto, una red simbólica, una referencia a lo real-racional, una referencia a lo funcional. Pero lo que yo llamo creación, definida por la aparición de lo nuevo, de lo no reducible, presupone el imaginario radical, en tanto que facultad de apuntar a lo que no está ahí o no está implicado por el pensamiento, a lo que necesariamente forma parte de la esencia del imaginario, más exactamente, a lo que ‘no se encarna’ necesariamente en el imaginario efectivo, pues es capaz de encarnarse en una nueva construcción racional. La creación aparece se pasa a un ‘nuevo sistema de axiomas’. Ciertamente, desde el momento en que la invención de nuevos sistemas de axiomas en una rama dada del saber se instaura como una actividad regular, deja de ser creación y se convierte en trabajo, incluso pura técnica. Habrá creación cuando haya posicionamiento de axiomas ‘no derivables por combinación’ de los elementos de este dominio.” (Castoriadis; 2011: 99) Habría que aclarar en beneficio de la historia del arte moderno que este texto, sin fecha, del pensador greco-francés corresponde a otro estadio de la creación. Aunque algunas obras actuales resistan la propuesta, como es el caso de la irónica y compleja máquina “Cloaca” (2000), del artista belga Wim Delvoye, que era capaz de producir excrementos casi idénticos.

Profesor investigador de tiempo completo,
UAM Xochimilco.

ticos a los humanos. Es decir, el 'nuevo axioma' consistía en retar lo biologicista con un ánimo de desplegar un armatoste que exhibía el proceso intestinal ante los ojos asombrados de un público. Era notable que todo el mecanismo consistía en producir algo cercano a lo excremental.

Maurizio de Ferraris en "La imaginación" dirá que "imaginación es la retención de lo ausente, la fantasía es su reelaboración. Como quiera que la reelaboración es más tendente a la falibilidad que la retención, la fantasía se inclina hacia lo irreal más que la imaginación" (Ferraris; 1999:11) Delvoye hizo, con su máquina defecadora, que lo irreal cobrara visos de realidad. Muchos dirán que el artefacto, de enorme complejidad, es un ejemplo del ocio contemporáneo. Hubiera bastado retornar a la realidad impuesta por la 'cruzada del excremento' del vienés Otto Müehl y Hanel Koeck, quienes desde 1963 hasta 1970 realizaron sus 'acciones materiales'. Estas consistieron en convertir en performance algunos hechos íntimos, entre ellos, y con un acento especial, el de 'obrar' en público o ante la cámara cinematográfica. La huella de lo que en ese momento era un body art-radical queda en la película "Sodoma" (1969) de Muehl y Koeck, con un episodio llamado "Culo-mierda".

Lo real tiene sus propios nexos. Repetirlos implica sumergirse en la metonimia de los hechos. La cruzada del excremento tuvo su razón de ser en medio de las reconsideraciones acerca del cuerpo y sus funciones. El axioma que, en sus orígenes, tiene que ver con la idea de dignidad y valor, también se refiere a lo que carece de posibilidades de demostración.

Lo íntimo se hacía público y constituía un acto estético con toda su grotescidad y sus hedores, a veces encerrados y contenidos por los filmes.

Por otro lado, "Caja de zapatos vacía" (1993) forma parte de las obras del mexicano Gabriel Orozco. Presentada en la Bienal de Venecia, en la emisión de 1993, el público asistente pensaba, y con razón justificada, que era una basura, por lo que pateaban y destruían es objeto. Para compensar el hecho, se habían juntado un buen número de cajas similares para sustituir a las 'pateadas'. En la secuencia que siguió y que es posible documentar, en la muestra del año 2000 en el Museo Tamayo, esa caja era imposible de tocar, con todo y letrero que lo prohibía. ¿Qué había ocurrido con esa obra? En 2010, el artista mexicano se convirtió en el tercer connacional en exhibir en el famoso Museo de Arte Moderno, de Nueva York. Los dos anteriores habían sido Diego Rivera y Manuel Álvarez Bravo. Gabriel Orozco tuvo el apoyo sustancial de Televisa a través de Azcárraga Jean, que lo mismo hacía tocar en el Lincoln Center a la menos que mediana directora Alondra de la Parra, que lograba que el inmueble abriera las puertas al consagrado Orozco, y ni siquiera a José Clemente. La "Caja de zapatos vacía" fue definida por el artista plástico como la expresión de "nada completa". Ni siquiera la media nada o un poco de ella; nada de eso, Gabriel Orozco eludió las contemplaciones y se montó en la totalidad. La crítica Avelina Lesper en su crónica de la exposición comentaba que ante el éxito rotundo, en la sala contigua, del cineasta y artista plástico Tim Burton, en medio del desolado recinto que contenía las humoradas de Orozco, le dieron ganas de repetir el acto de patear la malhadada caja. Por cierto que ese axioma de "la nada completa", sólo apunta a lo que Jean Baudrillard denomina "la transparencia", todo aquello que por su falta de densidad expresiva recibe la mirada sin devolver un significado, un destello de inteligencia o, peor aún, es un vaciamiento del imaginario. Es el propio Baudrillard el que con toda certeza decía: "Hasta lo más marginal

y lo más trivial, incluso lo más obscuro, se hace estético, se hace cultura, se convierte en objeto de museo. Todo se dice, todo se expresa, todo adquiere fuerza o manera de signo. Es la plusvalía estética del signo.” (Baudrillard; 1991: 22).

Susceptible a las críticas, Gabriel Orozco ha reclamado a sus detractores que pocas veces le otorgan la palabra u omiten expresiones que lo definen “talento y originalidad”. El talento es seguro que lo tiene, sobre todo, si nos atenemos a la expresión original que conduce por las sendas de la historia hasta llegar a la moneda romana. Michel Tournier, el gran novelista francés, recordaba que ‘talento’ fue la palabra que se usó para nombrar a quienes podían vivir de su trabajo, y ¡vaya que el mexicano lo ha logrado con suficiencia! ¿En dónde queda la originalidad en estos reciclajes de las metaironías de Marcel Duchamp o de Marcel Broodthaers?.

Andy Warhol fue bautizado casi al final de su carrera artística como “La nada misma”, a lo que él respondió: “La nada es sexy”. El hombre del pop era un héroe del aburrimiento y la edición de sus textos incluidos en “Diarios” (publicado en Anagrama en 1990), lo confirma. El personaje de la peluca y de las latas de sopa Campbells, cuyo mérito mayor es que esos cuadros y serigrafías son mejores que las latas originales, se sintió feliz en el momento en que el periódico londinense “Times” lo consideraba parte esencial de “Los nuevos idiotas”. La etiqueta le resultó halagadora al artista que representaba “La nada misma”. De nueva cuenta Baudrillard dirá: “La única e inmensa ventaja de una lata Campbell de Andy Warhol es que ya no obliga a plantearse la cuestión de lo bello y de lo feo, de lo real y lo irreal, de la trascendencia o de la inmanencia, exactamente igual como los iconos bizantinos permitían dejar de plantearse la cuestión de la existencia de

Dios —sin dejar de creer en él.” (Baudrillard: La transparencia del mal).

Por cierto, Warhol en 1968 recibió seis disparos que casi lo matan. La feminista Valerie Solanas, miembro de la Sociedad para despedazar hombres, era la infractora de la ley. Una vez recuperado, el artista pop acertó a decir: “la vida no es nada. Siempre he sospechado que estaba viendo la televisión en vez de vivir la vida”. La figura tiene cierta exactitud, el problema fue que la mayor parte de los seguidores de muchos de los artistas contemporáneos parecen sobrevivir en una especie de mirada sin intermedio a la televisión y todo lo convierten en algo mediático. Se sustituye la imaginación por el espectáculo rotundo de la nada: la vacuidad. El vacío sin más.

Tal vez ese vaciamiento de sentido tenga su razón de ser en una realidad que se mueve en lo que Alian Fienkielkraut llama: la derrota del pensamiento:

“Malestar de la cultura. Está claro—dice el filósofo—que nadie, actualmente, desenfunda su revólver cuando oye esa palabra. Pero cada vez son más numerosos los que desenfundan su cultura cuando oyen la palabra ‘pensamiento’.” (Fienkielkraut; 1987: 5)

Otro caso lamentable es el del costarricense, llamar artista a ese estúpido cuesta trabajo, Guillermo Vargas, Habacuc, hizo una instalación en 2008 en una galería de Managua, Nicaragua, en la que amarró un perro a la pared y el acto estético consistió en dejar morir de hambre al animal. En otra de sus acciones, es el propio Habacuc quien mata a martillazos a una vaca. ¿Cuál es el axioma de semejante ofensa a la vida? ¿Qué ha pretendido ese personaje de imbecilidad increíble? El público snob lo felicita y lo reconoce en su

capacidad de suscitar emociones. La sugerencia ante esos excesos es que la próxima vez sea él el amarrado en la galería y que lo dejen morir de inanición, o que lo enfrenten con un martillo hasta conducirlo al matadero. Eso sería más legítimo. Habría que darle un consejo al costarricense, en primer lugar muchos artistas, esos si creadores que arriesgaron su cuerpo y su imaginación en aras de algo, enfrentaron el dolor y la sangre: el alemán Albrecht D quemaba sus testículos con un cigarrillo; Schwarzkogler llegó a la castración y al suicidio. ¿En donde ha quedado la imaginación con personajes de la talla de ese Habacuc?

Esto sin olvidar el performance de la cubana Tania Bruguera que ofreció cocaína a los espectadores de la Facultad de Artes de la Universidad Nacional de Colombia, quienes contemplaron el trabajo a una triada de personajes que encarnaban a un paramilitar, una guerrillera y a una desplazada. Bruguera les hacía una pregunta a los tres: ¿Qué es para usted un héroe? Mientras ellos contestaban pura palabrería insulsa. Otra joven en un recipiente de cristal ofrecía cocaína a los espectadores. Sin alardes y con discreción se vació en tres ocasiones ese platito. La performance ha dicho que: "Provocar es una estrategia para que se escuche el mensaje". Desde luego que todo pareció alojarse en la sinrazón y el 'espectáculo' fue de franca inutilidad. Esas 'provocaciones' son parte de un show que, de nueva cuenta, forma parte de un espectáculo que sustituye a las imaginaciones. Para concluir sería bueno citar de nueva cuenta a Jean Baudrillard, cuando en su libro "Pantalla total" escribía que: "El arte que explotaba su propia desaparición y la de su objeto aún era una gran obra. ¿Pero el arte que juega a reciclarse indefinidamente apoderándose de la realidad? Y es que la mayor parte del arte contemporáneo se dedica exactamente a esto: a apropiarse de la trivialidad, del residuo, de la

mediocridad como valor y como ideología. En esas innumerables instalaciones y performances sólo hay un compromiso con la situación, a la vez que con todas las formas pasadas de la historia del arte. Una confesión de falta de originalidad, trivialidad y nulidad erigida en valor, e incluso en goce estético perverso. Por supuesto que toda esa mediocridad pretende sublimarse pasando al nivel secundario e irónico del arte. Pero es igualmente nula e insignificante en el nivel secundario que en el primero. El paso al nivel estético no salva nada, todo lo contrario: es una mediocridad a la segunda potencia. Aquello pretende ser nulo. 'Soy nulo; ¡Soy nulo; , y es realmente nulo.' La nada completa, ni siquiera es eso, es simplemente un vacío, un hueco discursivo que se queda en eso y sólo en eso. La imaginación parece perdida. ¿Realmente lo estará?

BIBLIOGRAFÍA

- BAUDRILLARD, Jean: "Pantalla total", Ed. Anagrama, Barcelona, 2000.
- BAUDRILLARD, Jean: "La transparencia del mal", Ed. Anagrama, 199.
- CASTORIADES, Cornelius: "Historia y creación: Textos filosóficos inéditos 1945-1967", Ed. Siglo XXI, México, 2011.
- DE Ferraris, Maurizio: "La imaginación", Ed. Laertes, Barcelona, 1999.
- DELVOYE, Win: "New & improved", Ed. New Museum of Contemporary Art, Nueva York, 2001.
- FINKIELKRAUT, Alain: "La derrota del pensamiento", Ed. Anagrama, 1988.
- WARHOL, Andy: "Diarios", Ed. Anagrama, Barcelona, 1990.

Amelia Rivaud Morayta¹

Absortos en medio del bullicio incu

(la vida está hecha así, a base de pequeñas
soledades)

ROLAND BARTHES

Introducción

Cuando pensamos en la lectura como un placer (o incluso: un deber) solemos imaginar a alguien con libro abierto en un entorno silencioso, como la sala de su casa o una biblioteca, prácticamente encerrado y distante para que nada ni nadie lo perturbe. Y cuando hablamos de la lectura como uno de los mejores recursos para cultivar el intelecto y aumentar la sabiduría, la asociamos casi sin pensar a la idea de que es propia de gente *culta* o ilustrada, que suele ser una minoría. Con ello distinguimos jerárquicamente entre *cultos* e *incultos* quienes por contraparte suelen ser una mayoría, con lo cual damos lugar a un prejuicio y a una discriminación. De tal manera que finalmente la lectura y en particular el gusto por la lectura (y el eventual cultivo de la mente gracias a ésta) es una práctica social que pareciera estar reservada a unos cuantos². No es de extrañar, ya pensando

Profesora investigadora de tiempo completo,
UAM Xochimilco.

¹ Se agradece los valiosos insumos de Teresa Carbó y Mauricio Sánchez-Álvarez al presente trabajo.

² A decir de Juan Domingo Argüelles: "todo se [reduce] al

en México, que nos consideremos como un país “que no lee” y que veamos esto como un reflejo de nuestra “incultura”, por así llamarla, y asociada directamente con el bajo nivel educativo y los altos índices de desigualdad de la población.

Yendo un poco más lejos, solemos relacionar las habituales campañas oficiales de promoción de lectura del gobierno como un recurso importante para abatir al mismo tiempo la incultura y la desigualdad. Aunque no estoy en desacuerdo con esta postura, pienso que las campañas de promoción de lectura parten de un supuesto cuestionable, que quizás les impide llegar a más gente y de mejor manera. A decir de Antonio Ramos Revilla:

a nivel nacional se sigue reduciendo el libro y la lectura solo al literario y al de algunos autores. Se aprieta la cuña para que leamos solo un tipo de libro, cuando en realidad no se han explorado todas las prácticas lectoras de nuestro país como la que ejercen los booktubers, los novelas que se recomiendan lectores de profesiones no humanistas, los cuentos que se ofrecen en mercados ambulantes...³

Es decir: en vez de pautar lo que la gente debe leer, ¿por qué no fijarse, primero, en qué lee (en vez de suponer que no leen porque no leen lo que leen los “cultos”)?

siguiente postulado: Leer buenos libros es bueno; no leer libros buenos, o simplemente no leer libros, es malo” (“¿Por qué es un problema la lectura?” Este país 1 de enero de 2012).

3 Antonio Ramos Revilla. “Contra “una” promoción de la lectura”. *Letras Libres*, 8 de abril de 2015. (<http://www.letraslibres.com/blogs/polifonia/contra-una-promocion-de-la-lectura>)

En los muchos años que llevo estudiando prácticas de lectura entre gente de distintos sectores sociales y grupos en nuestro país,⁴ he ido encontrando que la lectura no sólo no es forzosamente una práctica minoritaria, sino que implica interés por distintos tipos de textos y publicaciones (libros, revistas, periódicos). Al respecto he entrevistado, entre otras, a amas de casa, empleadas domésticas, obreros, además de profesionistas, que se podrían considerarse como *buenos lectores*.⁵ Es decir, gente que no sólo lee habitualmente, sino que valora altamente la lectura, ya sea porque mediante ésta ha logrado construir aspectos significativos de su identidad individual o porque le representa un ámbito indispensable de reflexión y también de gozo.

Asimismo, he encontrado, prácticamente por casualidad, que en México la lectura como práctica social está mucho más extendida y es más común de lo que se tiende a creer en un primer momento. Para ilustrar específicamente este punto, pongo a consideración aquí una serie de imágenes que he tomado de personas leyendo en lugares que de buenas a primeras quizás no se considerarían aptas para leer, como un mercado, una calle o incluso a bordo de un vehículo. Dichas imágenes forman parte de un registro que he venido haciendo a lo largo de estos años acerca de la lectura como práctica social, integrado por al menos 800 imágenes. Simplemente caminando por la calle o incluso manejando el coche, he logrado captar cómo personas de todos los colores y sabores, inde-

4 El concepto de prácticas de lectura es similar al de prácticas lectoras atribuido a Lucina Jiménez por Ramos Revilla (op. cit.)

5 Véase al respecto, entre otros, Rivaud Morayta, Amelia y Mauricio Sánchez Álvarez

pendientemente de clase social u ocupación, encuentra un momento para leer y, además, lo disfrutan. Me despiertan interés aquellos lectores que he denominado invisibles, que disfrutan de las publicaciones periódicas, y en ocasiones de libros, cuya escolaridad seguramente es elemental y por ello se dedican a trabajar en la calle en distintas ocupaciones poco remuneradas

Esta forma de practicar la lectura forma parte de lo que Michel De Certeau llama los modos individuales de reapropiación de la vida social y cultural que se refiere a prácticas singulares, y a la vez plurales, que revelan la multiplicidad humana que subyace a un determinado orden social que, de otra manera, parece homogéneo (1993: 130).⁶ Al fijarnos en cómo los individuos nos reapropiamos de una práctica como la lectura, se deja de lado el carácter oculto e invisibilizado de los acciones individuales y más bien queda al descubierto su diversidad.⁷ Y es De Certeau quien caracteriza dichas prácticas así: "Aunque son múltiples, no constituyen una serie. No se pueden contar porque cada unidad es de carácter cualitativo: un estilo de aprehensión táctil y de apropiación kinética".⁸

Lo cual quiere decir que aspectos como la gestualidad corporal y la expresividad, poco importantes para el planificador e invisibles para las estadísticas, aquí cobran mucha importancia. En efecto, como explica De Certeau, las acciones in-

dividuales, en razón de especificidad y unicidad, tienen cierta retórica en que se entrecruzan un uso y un estilo determinados. Mientras el uso se refiere a la ejecución de la acción (en este caso: la lectura) como conducta normada, el estilo tiene que ver con cómo ésta se expresa simbólicamente, de tal modo que la persona le imprime cierto sello propio.⁹ Tal es el carácter de un proceso de reapropiación como leer en sitios como un mercado, siendo uno el marchante. La reapropiación ocurre como una suerte de tergiversación de la función socioeconómica original y supuesta del sujeto, quien en *un momento de distracción* de su trabajo, mediante la lectura, se permite salir de los confines del contexto laboral y entrar a otro ámbito, el mundo develado por el libro, que así se convierte en la nave de su viaje mental.

Efectivamente: si hay algo evidente en estas imágenes es la manera en que cada persona está absorta en la lectura, ausente del mundo real que lo rodea en ese instante e inserta en otro. No es una lectura apurada la que se constata, sino una lectura plácida y tranquila. Nada indica (a no ser por el escenario) que pueda ser interrumpida de un momento a otro para prestar atención a un nuevo cliente que arriba preguntando cuánto cuesta esta ollita ("ésa, la de la esquina").

Una de las claves a este hecho es que las fotografías mismas fueron tomadas al paso, inadvertidamente, tanto para quien aparece en ella como para quien las captó (en este caso, yo). Aunque suelo permanecer atenta a la posible aparición de un lector, por lo que cargo para todas partes mi cámara (o en su defecto, mi celular), nunca sé de antemano cuándo ello realmente tendrá

6 De Certeau, Michel (1993). "Walking in the city", en Simon During (ed). *The cultural studies reader*. Routledge, Londres y Nueva York, pp. 126-133.

7 Idem.

8 De Certeau, op. cit. pp. 132.

9 Idem.

lugar.¹⁰ Siempre hay la posibilidad de que simplemente no ocurra y que al cabo de una andanza emerja como el pescador que ese día no ha tenido fortuna. Pero cuando efectivamente noto a un lector casual, procuro captarlo *como bien puedo*, si es que puedo. De ahí que estas imágenes no tienen nada de prefabricación (que más bien es la usanza de muchos fotógrafos, como los de modas y los que, cuando uno va a un estudio para tomarse la tamaño infantil que requiere para cierto trámite, le dicen a uno en voz concentrada y grave “A ver... baje el mentón. Así está bien. No se mueva”). En este sentido mi actitud ante un lector desprevenido encaja con algo que dice Roland Barthes: “el gesto esencial del [fotógrafo] consiste en sorprender algo o alguien [...] y tal gesto es... perfecto cuando se efectúa sin que lo sepa el sujeto fotografiado”.¹¹

Así, y a diferencia del modo en que la toma en el estudio fotográfico tiene como objeto constatar la identidad de uno ante otros, estas tomas en espacios públicos de gente leyendo no develan ni dejan saber quién es la persona en cuestión, que más bien permanece como un individuo anónimo. De esta forma su identidad queda confinada y definida por los propósitos de la presente reflexión, como portadores inadvertidos e inesperados de una tradición a la que los humanos recurrimos como un acto de inteligencia singular: la lectura.

10 El paso de la cámara analógica a la digital facilitó mi empeño: me compré una cámara con una lente muy luminosa, que ajusta la sensibilidad del “rollo” y no necesita activar el flash ni mirar por el visor, además de tener un telefoto para captar la imagen a cierta distancia.

11 Barthes, Roland (1989). *La cámara lúcida*. Ed. Paidós Comunicación, Barcelona, pp. 65-66.

Después de todo, cabe resaltarlo, no nacemos leyendo. Mejor aún, si miramos hacia atrás en nuestros miles y miles de años de evolución, el desarrollo de la lectura como práctica, y por ende el *homo libris*, es relativamente reciente. Y cada uno de nosotros que, de hecho, aprende esta habilidad, lo hace mediante todo un procedimiento de transmisión de usos y estilos (volviendo a De Certeau),¹² que en su momento parecen cimas muy difíciles de conquistar. No hay manera, o hasta el momento, no ha habido, de que esto se transmita genéticamente. A cada quien le corresponde su turno de dominarlo. Lo que pocos sospechamos es que en el momento en que efectivamente una persona consigue habitualmente descifrar, sin mayor esfuerzo, el mensaje que encierran los signos de una escritura, su cerebro se modifica para siempre, de modo que la lectura, una práctica que aparentemente es sólo de la mente, también da lugar a una transformación orgánica en nosotros.

Ahora bien, una imagen fotográfica puede ser leída o descifrada como un conjunto de signos gráficos que le dan sentido (evidentemente, no me estoy refiriendo a aspectos técnicos y estéticos que constituyen la imagen, como la composición, el enfoque y la profundidad de campo). En el caso de estas fotos, lo que interesa es la manera en que la acción de leer revela características del sujeto que la realiza tanto el sentido sociocultural (ocupación, estatus) como psicocorporal (nivel de concentración y de comodidad), y también del contexto geográfico (el lugar), histórico (época) y cultural en que ocurre. En el lector desprevenido se revela el actor en su sistema sociocultural, por lo cual la imagen adquiere el valor de documento sociocultural, no

12 De Certeau, op. cit. pp. 131

tan diferente al que tiene el texto escrito para el historiador que maneja archivos o el testimonio grabado en una cinta magnetofónica registrada para el historiador oral. Desde el punto de vista metodológico aquí se construye una suerte de *historia cultural-visual de la lectura*.

Por lo mismo, las fotografías presentadas están cargadas de memoria.¹³ Esto es: son testimonios fidedignos y veraces de carácter iconográfico y visual de situaciones y momentos que se entienden como acciones socioculturales deliberadas. De tal manera que la cámara fotográfica misma se asume como un recurso investigativo,¹⁴ y el valor de la imagen, en tanto documento, se sopesa por la riqueza de la información que contiene relativa a la lectura y su aporte a la reflexión correspondiente.¹⁵

Para la presente discusión he seleccionado cinco imágenes, cada una de las cuales muestra a gente leyendo tranquilamente en espacios públicos. En la selección se ha tomado en cuenta ciertos criterios de especificidad y de equidad. Para empezar, todas las personas retratadas son adultas (casi todos mayores de 35 años) y pertenecen a lo que solemos llamar el sector popular de nuestra sociedad, siendo algunos empleados públicos y otros comerciantes más o menos eventuales, incluyendo ambulantes. Dos de las

imágenes presentan a mujeres y dos a hombres, mientras que la quinta imagen muestra a un hombre y una mujer. Asimismo, prácticamente cuatro imágenes fueron tomadas en provincia (dos en la ciudad de Guanajuato, otra a Zacualpan de Amilpas, un pueblo de Morelos, y una en la zona arqueológica de Teotihuacán), de modo que sólo una fue captada en la capital del país. Finalmente, los retratos de las distintas prácticas de lectura se han ordenado de acuerdo a su grado de permanencia en el lugar en que se lee. Se comienza con el lector más impermanente, el más nómada (por así decirlo) y se continúa con los que van presentando mayor grado de permanencia (así parezca mínima) hasta llegar a los que suelen tener una estabilidad y una apropiación plena del espacio en que aparecen leyendo.

2. La muestra de fotos



Un trabajador de limpieza en el Zócalo

13 Collier, John (1967). *Visual anthropology: photography as a research method*. Holt, Rinehart and Winston, Nueva York, p.3.

14 Collier, John. *Op. cit.*, p.4.

15 En términos de Barthes, asumo más el papel del operador (o fotógrafo) que del espectador (o espectador). (Barthes, *op. cit.*, p. 35)

Comenzamos por el corazón de la Ciudad de México, el Zócalo. Recuerdo que era el 28 de julio de 2010, como a las 9:30 de la mañana, pues ese día se iba a realizar un seminario sobre promoción de lectura en la ciudad (¡nada menos!), organizado por la Secretaría de Cultura del Gobierno del Distrito Federal. Salíamos con una colega de la estación del Metro rumbo a la reunión e íbamos hablando sobre el tema cuando... mi vista se dejó llevar por el anaranjado brillante del uniforme de unos trabajadores de limpieza que descansaban frente a nosotras. Y resultó que uno de ellos estaba absorto leyendo un periódico deportivo. Una ocasión que no podía dejar escapar y tan rápido como pude, discretamente saqué la cámara y ¡click!

La foto tiene una elocuencia peculiar. Aunque se trata de empleados públicos que tienen un trabajo fijo, posiblemente un salario, su trabajo, limpiando la vía y recogiendo desechos, los vuelve en cierto modo nómadas con respecto al espacio, el cual recorren mediante rutas pre-establecidas, pero sin apropiarse de ningún lugar en particular de las mismas. En este sentido el Zócalo es uno de los puntos del recorrido y donde se aprovecha una pausa para echarle un lente a la prensa deportiva. Aparentemente, los botes están vacíos por lo que el momento puede corresponder al inicio o al final de tareas. El gesto del trabajador que no lee, mirando desprevénidamente hacia un costado, precisamente acentúa esa actitud de pausa, aunque el hecho de reposar su cuerpo contra uno de los botes, apoyándose con el codo y el pie, da a entender que está pendiente de la chamba. Mientras que el que está leyendo lo hace con toda tranquilidad y comodidad, prácticamente olvidado del mundo. Curiosamente, está sentado sobre lo que parece ser una banquita, y aunque su espalda está ligeramente encorvada hacia adelante y sus

piernas un tanto encogidas, tiene el cuerpo en pleno pose de atención hacia la lectura.

Algo sugerente de esta situación es que la podemos ver casi en cualquier sitio público de las ciudades en México: un hombre de mediana edad (trabajador, empleado, artesano, oficinista, empresario) leyendo un periódico de deportes, que, con su épica y su erótica cotidianas, es un tipo de texto dirigido específicamente a públicos masculinos. La otra cosa es que todo tiene lugar en el espacio más público de todos en nuestro país, lleno de algarabía (con altavoces, música, cláxones) y miles de personas yendo y viniendo. Sin embargo, para ese señor vestido de naranja que, cuando mucho tendrá estudios de secundaria y es quien recoge la basura que tiramos al piso, quizás lo único que importa es si su equipo perdió o ganó en esa jornada.



Vendedora de tamales en Guanajuato

Seguimos con la lectura que realiza un personaje bastante común en muchas calles de los pueblos y ciudades del centro de México (en este caso Guanajuato): una mujer que vende tamales y champurrado. La mujer es de mediana edad (debe tener unos 50 años), quizás ya abuela y está sentada sobre un alto escalón de cemento que conduce a una tienda de artesanías que ya está abierta. Mientras espera que alguien le pregunte ¿"De qué tiene, señito?" y ¿"De a cómo?" tiene la mirada fija en una revista, cuyo carácter no se alcanza a ver, y su manera de sostenerla, doblándola a la mitad (lo cual facilita dejarla abierta en el momento de atender a un cliente), indica bastante familiaridad con ese tipo de publicación. De hecho, y haciendo abstracción del lugar, una de las imágenes más difundidas que hay de mujeres leyendo consiste en mostrarlas hojeando revistas de modas y de espectáculos en un consultorio, el salón de belleza y por supuesto el transporte público. Este tipo de publicaciones suelen ser consideradas superficiales. ¿Pero no será más bien que por medio de éstas se accede a patrones de vida (como recetas de cocina o tipos de vestimenta y adornos) que nos sirven de paradigmas para construir nuestra cotidianidad?

A diferencia de los movedizos (e impermanentes) barrenderos del centro histórico del DF, esta tamalera tiene una relación un poco más permanente con el espacio que ocupa en el escalón, aunque no parece ser dueña de éste. Ella ha optado por establecerse en un solo lugar (en contraste con esa otra estrategia consistente en distribuir alimentos, ofreciéndolos desde una bicicleta u otro aparato móvil), de tal modo que ese lugar se vuelve un referente para sus clientes, sobre todo quienes se han amarchantado con ella, que tienen a esa esquina y ese quicio como referente para encontrarla.

Es notable la atención que esta mujer brinda a su cuidado personal. Está muy arreglada, con aretes y cadena, ropa sencilla muy limpia. El tono de su pantalón (que no se alcanza a apreciar en una impresión en blanco y negro) es rojo, lleva playera blanca y encima un delantal de cuadritos, que suelen usar las mujeres cuando preparan comida o hacen el aseo. Su pelo negro está bien peinado y el cutis le brilla, sin una arruga, y usa lentes. Su cuerpo está tan relajado como lo permite la dureza del cemento, de la pequeña escalera para entrar al negocio: tiene la altura justa para que la gente se siente. La mujer apoya un pie en el suelo y el otro en un pequeño escalón, tan necesarios en Guanajuato, ciudad llena de empinadas calles.

El hecho de estar sentada en el quicio de un negocio denota que este último tiene una actitud de clara aceptación hacia ella como comerciante informal. No sería raro que la gente de la tienda, así como la del vecindario, acuda a ella a la hora del almuerzo para comer. Esta suerte de familiaridad con alguien que dispensa alimentos en la calle que ella misma ha elaborado, y que va más allá de una simple transacción comercial, es muy común en México y América Latina, particularmente en zonas populares o donde andan muchos transeúntes. El trato cotidiano entre comerciante y cliente quizás es una de las claves socioculturales y cotidianas a la persistencia del ambulante, un fenómeno que visto desde las alturas del desarrollo y la planeación suele ser calificado como un oficio poco digno.



Vendedor ambulante en Guanajuato

Seguimos por el centro histórico de Guanajuato, donde en otra esquina encontramos un vendedor ambulante bastante mayor (tiene más de 70 años) lee sentado en la banqueta, mientras espera que algún transeúnte se interese por algo de lo que vende: discos compactos de música, aretes, muñecos de peluche, dulces y lentes. Su puesto, ubicado a un costado, sugiere, por el orden y cuidado con que están colocados los objetos, que el señor se instala ahí regularmente y que la actividad que realiza, pese a su carácter informal, está socialmente aceptada. Llama la atención la simpleza del puesto: está armado con cajas de cartón que alguna vez transportaron frutas, sobre las que se han dispuesto una ligera tabla y unos retazos de tela que sirven de mantel. Esto hace que toda la instalación sea fácilmente desmontable y transportable, un indicio de la flexibilidad física y espacial que distingue a un vendedor de la calle. Sin embargo, en comparación con la tamalera, este señor tiene una relación más estable, de mayor apropiación, con respecto al espacio que ocupa, a tal punto que el puesto bien puede verse como una instalación (una serie de props en lenguaje teatral) superpuesta al andén y la pared, que así pasan a un segundo plano, de tal modo que, cuando se acerca un posible cliente éste quizás los advierte muy poco.

La ropa que el hombre lleva denota cierto gusto, además de modestia y también dignidad. No es un atuendo descuidado ni del todo improvisado. Todo hace juego: el saco y el chaleco grises, el pantalón azul oscuro, calcetines y gorra azul claro.

Se alcanza a apreciar que lee un libro, pero no se ve bien cuál. Está inmerso en su lectura, íntima y personal, en medio de la calle. Aparentemente no le importa si vende o no: ya se acercarán los compradores. Su postura denota comodidad, no tensión. Ha improvisado un asiento con un cojín delgado y se ha respaldado en la pared, así como en un par de cajas de cartón. Sus piernas descansan entrecruzadas, en una posición que le permite apoyar el libro sobre su muslo, como si estuviera sentado en un sillón *reposit*.

Aunque no se alcanza a ver el título que está leyendo, sí destaca, justo en la parte superior central de la imagen, el letrero pegado en la pared: LENTES PARA LEER-TINOS \$150. El juego con la palabra se puede asociar con libertinos, la relación entre la lectura y la libertad. Qué detalle tan curioso...

No es la primera vez que veo a este anciano. En visitas anteriores a Guanajuato ya lo había fotografiado, pero en otras posiciones. Seguramente los vecinos del barrio, incluso de la pequeña ciudad minera lo conocen y saben su nombre. La próxima vez que vaya espero encontrarlo y conversar con él.



Una vendedora de quesos en Zacualpan de Amilpas (Morelos)

Continuamos en la provincia con una imagen de una vendedora de queso leyendo en el mercado de Zacualpan de Amilpas, un pueblo de tierra templada al pie del volcán Popocatepetl en Morelos. Tomé esta foto en enero de 2009 cuando andaba quizás buscando cecina. De repente la vi a lo lejos, me acerqué sacando el celular y ya.

Se trata de una mujer de mediana edad (entre 50 y 60 años) que vende requesón en el mercado local, que ofrece en bolsas que están sobre la mesa de su puesto, que es espacialmente más estable y permanente que en los casos anteriores. El simple hecho de poder sentarse en una silla y colocar sus cosas sobre una mesa la distingue claramente de los comerciantes callejeros de Guanajuato. El puesto consiste en una mesa y una silla de madera, adornada con un mantel de plástico estampado con cuadros, frutas y cubier-

tos, y ocupa parte de un pasillo del mercado (a espaldas de ella se puede apreciar el mostrador hecho de cemento de un puesto de venta que quizás está desocupado). Seguramente desmonta todo el tinglado una vez que la venta ha terminado y lo guarda en alguno de los changarros del mercado (es dudoso que se lo lleve de vuelta a su casa). La relación de esta mujer con el espacio que ocupa es más estable y permanente que en los ejemplos anteriores y posiblemente paga derecho de piso al ayuntamiento.

La postura de la mujer es a la vez erecta y relajada. Está sentada en una silla bajita y apoya los brazos sosteniendo el libro sobre la mesa de tal forma que el texto esté a la altura de su vista. Su pie izquierdo reposa en el travesaño de la silla y el derecho sobre el piso, con el talón un poco levantado. Su pelo canoso está recogido hacia atrás, se ven algunas líneas de expresión en su cara, y su piel es tersa y luminosa; sus manos tienen las pecas que surgen con la edad. Viste de manera muy discreta y a la vez formal, muy al estilo de los viejitos de los pueblos en México, sin querer llamar mucho la atención (los jóvenes, en cambio, se pueden dar el lujo de vestir de manera más llamativa). Lleva una falda color vino, una blusa blanca bordada en rosa, un suéter verde de manga corta y calza mocasines negros.

Llama la atención su sonrisa apenas esbozada, que le provoca un hoyuelo en la mejilla, y en sus ojos, entreabiertos para dirigir la mirada a lo que está leyendo: un libro tamaño medio oficio, de papel bond, donde se imprimió un relato que le atrae mucho a la mujer.

Ella está concentrada en su libro, sin que nada la perturbe. Hace calor, pero corre un vientecillo por el pasillo. Ella está gozando su lectura,

ajena al ajeteo. Su gozo se interrumpirá cuando alguien haga las preguntas de siempre con las que se inicia la compra.



Una pareja de vigilantes en Teotihuacán

Como muchas otras personas, he ido de visita a ese lugar extraordinario que es Teotihuacán, la Ciudad de los Dioses, al norte de la Ciudad de México. Esta imagen, tomada en 2007 a la entrada donde se pagan los boletos, muestra a dos vigilantes de la zona, un hombre y una mujer, quienes leen mientras llega gente a ser atendida. Ambos llevan uniforme de camisa o suéter blanco con pantalón azul. Él mira lo que seguramente es la edición de ese día del periódico *La Prensa*,¹⁶ mientras ella hace lo propio con un ejemplar de *TV notas*, una revista de la farándula. Ambas publicaciones, cada una en su tipo, son de muy amplia circulación en el país, que se pueden encontrar casi en cualquier expendio de prensa y revistas, sobre todo en ámbitos popula-

16 Fundado por el coronel José García Valseca en 1928.

Forma parte de Organización Editorial Mexicana, propiedad de Mario Vázquez Raña, que publica 70 periódicos y posee 24 radiodifusores. El diario tiene un tiraje aproximado de 250,000 ejemplares. [oem.org.mx] Consultado el 9 de febrero de 2015.

res. Vuelve a la mente algo observado en la foto de los limpiadores en el Zócalo y la tamalera en Guanajuato: el hecho de que ciertas publicaciones estén más dirigidas a hombres y otras más dirigidas a mujeres, lo cual reitera la importancia de valerse de criterios relacionados con el género a la hora de analizar prácticas de lectura. Qué contraste el que ofrecen un periódico que narra horribles asesinatos y una revista que descubre las intimidades de las estrellas, con sus fotografías en traje de baño en la portada.

Se puede también apreciar diferencias significativa en cuanto a la postura y gestualidad corporal de cada uno. El varón está parado, recargando su espalda y su pierna derecha contra el muro de piedra y sostiene bajo el brazo derecho una tabla con unas hojas de registro. Lleva lentes oscuros, tiene un bolígrafo en la oreja al estilo carpintero y en la muñeca lleva enrollada la cadena y el silbato, un símbolo de poder. Aunque parece concentrado en el periódico, da la impresión que está también pendiente de cualquier situación que ocurra a su alrededor (alguien que llegue a registrarse, un suceso que ocurra en la zona arqueológica que lo requiera). Con simplemente cerrar el periódico y poner el pie derecho en tierra está listo para proceder. En este sentido, el periódico da muestra de ser algo muy flexible del que uno puede quitar su atención en un momento dado y al poco tiempo reanudarla.

Por su parte, la postura y la gestualidad de la mujer indican, en principio, que ella puede leer más tranquilamente que el hombre, ya que está sentada cómodamente dentro del umbral de la puerta, es decir, en un espacio ligeramente apartado del tránsito peatonal. Sin embargo, sus brazos y manos vendadas, señales de que ha tenido un accidente hace poco, y sus pies encogidos hacia adentro, también revelan

cierta precariedad. Además, da la impresión de que apenas está abriendo la revista o que tiene que agarrarla con cuidado (de hecho, aún no la aprisiona con la mano izquierda), lo cual podría tener que ver con el hecho de que tiene los brazos y las manos vendadas. Lleva un sombrero de playa, que sólo deja ver sus pestañas con rímel, sus ojos casi no se ven pues tiene la mirada puesta en la revista que acerca mucho a su rostro, lo cual sólo permite ver la nariz y su boca pintada.

De todos los casos considerados, en principio, estos dos vigilantes son los que tienen la relación más permanente y estable con el espacio que ocupan (no obstante lo efímera de la postura del hombre, recostado contra el muro). Dicha estabilidad proviene en realidad de su estatuto laboral: son empleados con un sueldo y esa entrada es literalmente su lugar de trabajo; no sé lo están pidiendo prestado a nadie, ni tienen que pagar derecho de piso para estar allí.

3. Hallazgos y reflexiones

La serie de imágenes presentada aquí da a entender que, entre los sectores populares de nuestro país, la lectura en tanto práctica social parece estar bastante difundida y ser objeto (para usar los términos de De Certeau) de distintas formas de reapropiación, y que, además, puede tener lugar en espacios que no suelen ser los que se consideran más idóneos para leer. Esta afirmación es, evidentemente, hipotética, pues requiere todavía de un trabajo de investigación más exhaustivo para ser contundente. Sin embargo, permite al menos dudar de otra afirmación, esa sí muy categórica, en el sentido de que en México la gente no lee y mucho menos el pueblo, la cual, como ya se dijo, se funda en el supuesto de que la lectura consiste exclusivamente en leer libros y

sólo ciertos libros, es decir: la “buena literatura”. Sin negar la importancia de esto último –todo lo contrario– aquí se ha partido de un supuesto diferente que, más bien, trata de complementarlo. La lectura, vista como una práctica social, esto es: como una acción que realiza deliberadamente un sujeto o un actor determinado, puede ser reapropiada por éste de tal modo que se adecua a sus intereses, gustos y visión del mundo,¹⁷ a tal grado que, como se ha visto, puede incorporarla dentro de su vida cotidiana, como un hábito. En la serie de imágenes que se ha presentado aquí, se ha visto que las personas retratadas asumen la lectura como una práctica cotidiana complementaria a su rutina de trabajo. Nótese cómo no se presentaron situaciones en que la lectura es instrumental y fundamental al trabajo, como –digamos– un contador público revisando libros de cuentas o un estudiante trabajando en su computadora o un político leyendo un discurso. Más bien aquí se ha mostrado a gente que se distrae de su actividad laboral habitual leyendo, que decide leer para entretenerse (por así decirlo).

Las imágenes revelan de manera notable que se puede leer en muchos tipos de lugares, varios de ellos posiblemente insospechados. También dan a entender que el lector –aún en el espacio público– opta por leer cómodamente, acondicionando su cuerpo para acoger, de alguna ma-

17 Cuando se habla de reapropiación, se quiere decir (siguiendo las ideas de De Certeau, así como las de Foucault en su obra *Microfísica del poder* (1992, Ediciones La Piqueta, Madrid) que la lectura puede pasar de ser una práctica social normada y estandarizada, que se aprende formalmente como un procedimiento codificado con reglas (cosa que suele ocurrir en la escuela) a ser una práctica muy específica, que cada sujeto, individual o colectivo acondiciona a sus propios propósitos, en virtud de un proceso de autodeterminación.

nera, el texto y la acción misma. Y que hay una interacción muy interesante entre ciertos tipos de publicaciones y ciertos tipos de lectores, sobre todo cuando se trata de género. Esto es: el mundo del texto escrito se ha especializado considerablemente para apelar a –y también crear– diferentes tipos de lectores. De tal manera que, cuando vemos la lectura desde el punto de vista del lector, esto es: del sujeto que realiza la acción de leer, podemos percatarnos de que, en el viaje imaginario por el que lo conduce el texto, ese sujeto plasma y también construye algo de sí mismo. Trátese del interés de un hombre en el resultado del partido de ayer o el de una mujer en el vestido que se puso su artista de cine favorita. Finalmente, cabe resaltar el valor de la imagen como un dispositivo que, quizás sin proponérselo inicialmente (pues sale de una actitud un tanto inadvertida) permite dejar constancia de un acto social y convertirse, mediante una labor de reconstrucción e interpretación, en un puente hacia el forjamiento de la memoria colectiva. Una memoria que, es preciso decirlo, permite ampliar la visión normativa, generalizadora e incluso elitista de la cultura, abriéndose a la acción pequeña y nimia con la que muchos seres humanos construimos nuestro día a día.

BIBLIOGRAFÍA

- ARGÜELLES, Juan Domingo (2012) "¿Por qué es un problema la lectura?" Este país, 1 de enero de 2012 (<http://estepais.com/site/2012/¿por-que-es-un-problema-la-lectura/>)
- BARTHES, Roland (1989). La cámara lúcida. Paidós Comunicación, Barcelona.
- COLLIER, John (1967). Visual anthropology: photography as a research method. Holt, Rinehart and Winston, Nueva York
- DE Certeau, Michel (1993). "Walking in the city". En Simon During (ed.), The cultural studies reader. Routledge, Londres y Nueva York, pp. 126-133.
- FOUCAULT, Michel (1992). Microfísica del poder. Ediciones La Piqueta, Madrid.
- RAMOS Revilla, Antonio (2015). "Contra "una" promoción de la lectura". Letras Libres, Abril 8, 2015. (<http://www.letraslibres.com/blogs/polifonia/contra-una-promocion-de-la-lectura>)
- RIVAUD Morayta, Amelia y Mauricio Sánchez Álvarez (2013) "Una mujer de verdad: libros y militancia de María Fernanda Chata Campa". Antropología 96, Nueva Época, diciembre de 2013, pp. 76-89



DOSSIER ARTÍSTICO

Dossier artístico



Y AHORA LAS ARPÍAS

Las arpías son hijas del océano y de la tierra, al menos eso es lo que dicen las mustias. Son las descendientes equívocas de un malestar que aparecía en los guerreros y en hombres que viajan rumbo a su destino, que a veces se torna lamentable o placentero, según se vea.

Alejandro Cárdenas, fotógrafo y diseñador, hizo estas imágenes para compartir su visión sobre

estos monstruos de la mitología griega y latina con humor y calidad plástica indudable. Ellas aparecen en libros de Homero, Hesiodo, Apolonio de Rodas y Virgilio, y hoy al parecer quedan relegadas a nuestras pesadillas.

Temo la noche y la reaparición de ese rostro con su falsa pureza del blanco.





**¡¡¡Espero que aguanten
sus endeble ataduras, de-
seo y temo su liberación!!!**



¡¡¡No sucedió, se está soltando de nuevo!!!



El monstruo ha dejada atrás las
apariencias; ¡¡¡está listo para
atacarme!!!

Me confunde y envuelve con
sus alas.

*¿Invitándome a disfrutar
del placer?*



La fuerza de sus instintos, me
lleva a íntimos pensamientos
en su moustrosidad.

*¡Belleza y poder en un
instante!*





Trata de convencerme
para ir con ella hacia
sitios mágicos.

*Debo protegerme
para no caer...*



¡¡Debo resistir!!! ¿serán
tan fuertes mis anclajes de
realidad?

¡Nadie grite, nadie cante!

**El monstruo pide silencio,
disfruta con certeza mi falta de
sonido.**



*Su maleficio se nutre de mi
garganta atenazada.*

¡Nadie grite, nadie cante!



Quiero resistir,
trato de velarlo.



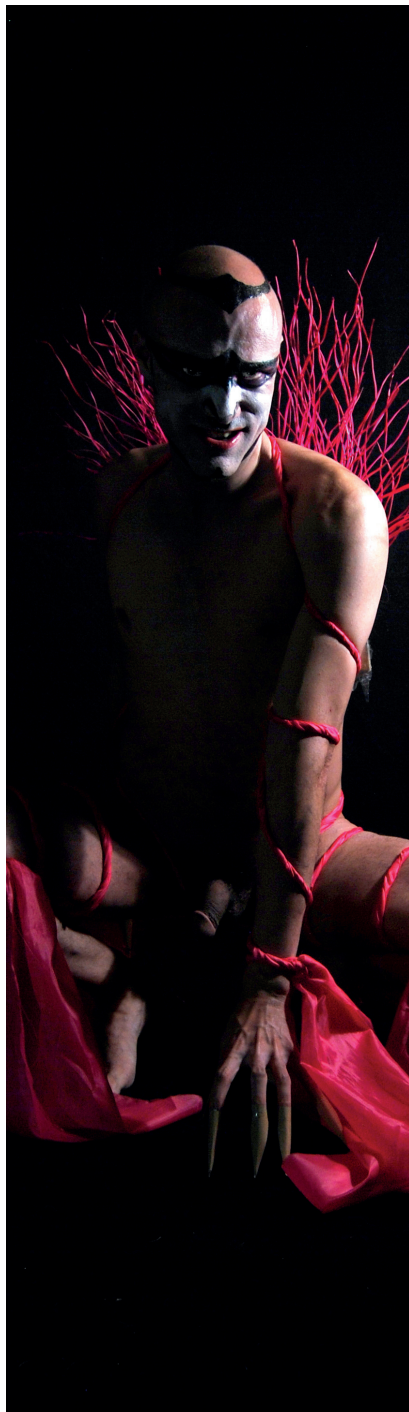
Su sensualidad me atrae,
¿no debe ser?



Mi deseo se rebela, ¿se devela?

¡¡¡He sucumbido de nuevo...!!!





El monstruo se refocila en su victoria



Y me promete que
mañana nos volveremos
a ver...

NUMERO 17 • AÑO 2015



un año de diseñarte. mml

Impreso en agosto de 2016 en los Talleres de Navegantes de la Comunicación Gráfica, S.A. de C.V., ubicados en Pascual Ortiz Rubio 40, Col. San Simón Ticumac, Benito Juárez, C.P. 03660, México, D.F.
Tel. 5532 5575.
Tiraje: 500 ejemplares más sobrantes para reposición