

un año
de diseñarte
mml
investigación - académica



Casa abierta al tiempo

Universidad Autónoma Metropolitana

Rector General

Dr. Gustavo Pacheco López

Secretaría General

Dra. Esthela Irene Sotelo Núñez

Unidad Azcapotzalco

Rectora de la Unidad Azcapotzalco

Dra. Yadira Zavala Osorio

Directora de la División de Ciencias
y Artes para el Diseño

Mtra. Areli García González

Secretaría Académica de la División de Ciencias
y Artes para el Diseño

Mtro. Luis Yoshiaki Ando Ashijara

Jefe del Departamento de Evaluación del Diseño
en el Tiempo

Mtro. Hugo Armando Carmona Maldonado

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

Mtra. Dulce María Lomelí

Mtro, Guillermo Heriberto Corro Eguía

Dra. María Itzel Sainz González

Mtra. Tzindehe Jiménez Corredor

Mtra. Gabriela García Armenta

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

Mtro. Gabriel de la Cruz Flores Zamora

Mtra. Adriana Acero Gutiérrez

Dr. Isaac Acosta Fuentes

Dra. Sandra Rodríguez Mondragón

Dr. Fernando Rafael Minaya Hernández

Comité Editorial de *un año de diseñarte, mm1*

Dra. Carolina Buenrostro Pérez

Escuela Nacional de Antropología e Historia

Dra. Mabel Rosa Bellochio

Universidad de Buenos Aires

Dra. Claudia Frago Susunaga

Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Dra. Julieta Haidar

Escuela Nacional de Antropología e Historia

Mtro. José Octavio Cuellar Rodríguez

Universidad Autónoma Metropolitana, Xochimilco

Dr. Antonio Pedro Molero Sañudo

Universidad Complutense de Madrid

Dr. Arodi Morales Holguín

Universidad de Sonora

Dra. Flor de Liz Pérez Morales

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

Dra. María Eugenia Rabadán Villalpando

Universidad de Guanajuato

Dra. María Eugenia Sánchez Ramos

Universidad de Guanajuato

Dra. María de los Ángeles Zárate López

Universidad Autónoma de Baja California

diseño, arte y cultura

En los textos de esta publicación se muestra como el **diseño, el arte y la cultura** se influyen mutuamente entrelajándose de forma compleja y fascinante. Esta interacción da origen a experiencias enriquecedoras que nos permiten comprender mejor el mundo que nos rodea y expresar nuestra humanidad de maneras únicas.

Cuando el diseño se enfoca en la funcionalidad y la resolución de problemas, el arte se dirige hacia la expresión personal y la estética. No obstante, en el punto de convergencia de estas disciplinas, encontramos ejemplos donde la función y la forma se entrelazan, generando objetos o experiencias que poseen un profundo significado cultural.

Tanto el diseño como el arte pueden influir considerablemente en la sociedad y en las formas en que las personas se relacionan con su entorno. A través de la creación de objetos, espacios y expresiones artísticas, es posible abordar temas sociales relevantes, provocar reflexión y fomentar cambios culturales

Editoras

María Teresa Olalde Ramos
Consuelo Córdoba Flores
México, 2025



UN AÑO DE DISEÑARTE MM1. Año 2025, número 27, enero-diciembre 2025, es una publicación anual de la Universidad Autónoma Metropolitana a través de la Unidad Azcapotzalco, División de Ciencias y Artes para el Diseño, Departamento de Evaluación del Diseño en el Tiempo. Prolongación Canal de Miramontes 3855, colonia Rancho Los Colorines, alcaldía Tlalpan, C.P.14386, Ciudad de México y Av. San Pablo No. 420, colonia Nueva El Rosario, alcaldía Azcapotzalco, C.P. 02128, Ciudad de México. Teléfono 55 5318-9179. Página electrónica de la revista <http://mm1revista.azc.uam.mx> y dirección electrónica: mm1.revista@azc.uam.mx. Editora Responsable: María Teresa Olalde Ramos. Certificado de Reserva de Derechos al Uso Exclusivo de Título Número 04-2010-120111071200-102, ISSN 2954-3770, ambos otorgados por el Instituto Nacional de Derecho de Autor. Responsable de la última actualización de este número, María Teresa Olalde Ramos, Departamento de Evaluación del Diseño en el Tiempo, División de Ciencia y Artes para el Diseño, Unidad Azcapotzalco. Fecha de última modificación 14 de octubre de 2025. Tamaño del archivo 10 MB.

Las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del editor de la publicación. Queda estrictamente prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos e imágenes de la publicación sin previa autorización de la Universidad Autónoma Metropolitana.

ISSN: 2954-3770

Imagen de Portada: **Fernando Leal Aguirre** (fotógrafo)

Diseño de portada y dossier artístico: **Mauricio Alejandro Cárdenas Tapia**

Diseño y cuidado editorial: **María Teresa Olalde Ramos**

Corrección de estilo: **Consuelo Córdoba Flores**



Un año de diseñarte, mm1 es una revista anual que se presenta como un espacio de reflexión y difusión en donde se publican artículos originales e inéditos de trabajos individuales y colectivos, como resultados parciales o finales de investigaciones sobre el diseño, el arte y la cultura.

Su contenido recorre los distintos *quehaceres* del diseño y el arte, en su integración con diferentes disciplinas y sus diversas manifestaciones en espacios, objetos e imágenes, dentro de un contexto cultural.

Con la finalidad de ofrecer un alto nivel de calidad en cuanto al material que se publica, los artículos son sometidos a un proceso de dictaminación a doble ciego por evaluadores internos y externos.

Esta es una publicación indexada al catálogo Latindex, <https://www.latindex.org/latindex/ficha/26351>.



Presentación

Con gusto, el Departamento de Evaluación del Diseño tiene el placer de presentar la vigésimo séptima edición de la revista un año de diseñarte, mm1, correspondiente al año 2025. Las aportaciones compiladas en esta edición abarcan desde las dinámicas sociales y culturales hasta los vínculos con la memoria, la creatividad y la sustentabilidad, revelando la diversidad y profundidad que caracterizan al campo en nuestros días.

El artículo de Rosa Manuela Hernández García presenta un análisis riguroso y actual sobre el papel que juegan el diseño gráfico, la semiótica y la teoría de la recepción en la comunicación social. En contextos de tensión social, las transformaciones tecnológicas y la hiper-conectividad, este trabajo ofrece una reflexión imprescindible sobre cómo las campañas de bien público deben repensarse para conectar de manera más significativa con sus audiencias. En estos términos, el texto plantea una ruptura con las visiones tradicionales de la comunicación unidireccional, al asumir que los receptores no solo consumen mensajes, también los interpretan, los resignifican y, muchas veces, los transforman.

Por otro lado, el diseño se presenta aquí como un verdadero mediador cultural, capaz de traducir intenciones institucionales en símbolos visuales dotados de significados emocionales y sociales. A través de una mirada interdisciplinaria, el artículo recurre a herramientas teóricas que permiten comprender cómo se construyen, circulan y reconfiguran los sentidos en el espacio público.

Uno de los aportes que destaca en este trabajo es su énfasis en la estética de lo cotidiano y el papel de las redes digitales como escenarios clave de circulación simbólica. En un entorno mediático que exige inmediatez, claridad y sensibilidad, el artículo propone que las emociones y las prácticas culturales deben ocupar un lugar central en el diseño de campañas sociales. Este planteamiento adquiere una dimensión particularmente relevante cuando se analizan fenómenos recientes como la campaña “Susana Distancia”, donde el mensaje institucional fue apropiado y transformado por los propios usuarios.

Otra investigación que se enmarca en el campo de la comunicación visual con intención social o afectiva es el artículo de Nasheli González Hernández, como propuesta original y necesaria que articula diseño, subjetividad y memoria digital. A través de una mirada interdisciplinaria, el texto aborda cómo las narrativas autobiográficas de sobrevivientes de abuso narcisista se manifiestan en Instagram, y cómo pueden ser representadas visualmente desde un enfoque humanista que respeta su complejidad emocional y cultural. Lejos de concebir la visualización de datos como una mera herramienta técnica, su trabajo propone una reformulación profunda: la visualización como lenguaje sensible capaz de traducir experiencias íntimas en formas significativas y colectivas.

Instagram, como plataforma multimodal, se presenta aquí no solo como medio de expresión, sino como un espacio de ritualización contemporánea donde el relato autobiográfico encuentra validación, eco y comunidad. Desde esta perspectiva, la autora ofrece una revisión crítica de los usos actuales de las redes sociales en México y retoma categorías del pensamiento complejo (como la irreversibilidad, el instante y el infinito) para iluminar las formas en que estas plataformas configuran narrativas identitarias en constante transformación. Las publicaciones, aun cuando efímeras, generan huellas persistentes que reconfiguran tanto la percepción pública como la autopercepción de quienes comparten su historia.

Nasheli González concluye destacando el papel del diseño gráfico no solo como medio estético, sino como

herramienta ética y política. Afirma que, en la visualización humanista, el diseño se convierte en un vehículo de empatía y agencia narrativa, capaz de estructurar el caos del trauma y de fomentar vínculos de solidaridad. Instagram se perfila así como un espacio donde la sanación personal y la visibilización social pueden converger. Este trabajo es una contribución al debate contemporáneo sobre las formas digitales de narrar, sanar y resistir, dado que, abre caminos para pensar el diseño como práctica comprometida con lo humano.

Circunscrito en los estudios sobre semiótica, El texto de Miguel Hirata Kitahara es una reflexión lúcida y rigurosa, que abre una ruta para pensar la artesanía mexicana más allá de su dimensión estética o utilitaria. A partir de los aportes teóricos de Iuri Lotman, el artículo propone comprender el objeto artesanal como un texto culturalmente codificado, inscrito en una semiosfera específica que da forma a sus significados.

Desde esa óptica el autor plantea que la artesanía no puede abordarse como simple producción material; se trata de un sistema de comunicación que expresa identidades, valores y visiones del mundo. En este marco, el objeto artesanal aparece como una forma condensada de memoria colectiva, portadora de capas semióticas que van de lo simbólico a lo funcional. La propuesta metodológica incorpora ejercicios de textualización que permiten interpretar estos objetos como signos complejos dentro de un entramado cultural más amplio.

Destaca en su investigación la tipología de cinco perfiles artesanales (originario, tradicional, urbano, artista e innovador) que, lejos de clasificar rígidamente, permite observar cómo circulan y se transforman los significados del objeto en distintos contextos de producción y consumo.

El estudio de Miguel Hirata resulta entonces relevante para el campo del diseño, en tanto invita a repensar las relaciones entre forma, función y sentido desde una perspectiva situada. Al reivindicar el valor comunicativo del objeto artesanal, el texto articula una defensa del diseño como acto cultural, profundamente vinculado con la historia, el territorio y la memoria viva de los pueblos.

En continuidad con los abordajes semióticos, pero ahora en el ámbito urbano, el artículo de Laura Gemma Flores García es propuesta teórica y analítica. Para la autora, la ciudad se entiende como un texto: un entramado de signos donde arquitectura, urbanismo y memoria se entrecruzan para formar un lenguaje legible. A partir de una mirada interdisciplinaria, este ensayo examina el modelo urbano de la ciudad victoriana británica desde la semiótica, planteando que las construcciones y la disposición del espacio son mucho más que estructuras físicas: son portadoras de significados, ideologías y formas de vida.

El estudio se articula en tres niveles: la historia social y económica de la era victoriana, la percepción de sus contemporáneos y una lectura desde las herramientas de la semiótica urbana. Con apoyo en autores como Greimas, Eco, Peirce y Hiernaux, así como en urbanistas como Benévolo y García Vázquez, el texto recorre las huellas materiales del siglo XIX y propone un modelo de interpretación para comprender la permanencia simbólica de estas ciudades, hasta nuestros días. Lejos de limitarse a una revisión historiográfica, este trabajo invita a redescubrir la ciudad como organismo semiótico vivo.

Con un enfoque cualitativo y comparativo, el lector encontrará aquí una mirada de cómo descifrar los códigos visuales y culturales inscritos en la trama urbana británica. Una obra para quienes estudian la ciudad desde su complejidad simbólica y desean comprender cómo el pasado sigue hablando en los espacios que habitamos.

Se continúa con un estudio sobre el patrimonio cultural con el trabajo de Angely Salgado Gamez. Este artículo aborda la continuidad viva de la memoria de la cultura material zapoteca en Oaxaca, destacando cómo ese legado ancestral sigue resonando y renovándose en la vida ritual y ceremonial de sus comunidades actuales. Centrándose en Macuilxóchitl, en los Valles Centrales, el texto traza un recorrido arqueo-histórico que revela el profundo vínculo entre pasado y presente en esta región emblemática.

Oaxaca, cuna de las culturas Zapoteca y Mixteca, se distingue por una geografía que ha moldeado tanto su desarrollo histórico como su identidad cultural. Los Valles Centrales, con una vasta red de sitios arqueológicos configuran un espacio donde la arquitectura monumental y la cultura material dialogan con las tradiciones vivas de sus habitantes. En este contexto, Dainzú-Macuilxóchitl emerge como un testimonio tangible y poco explorado, clave para entender la evolución y persistencia de la cultura zapoteca.

El texto enriquece nuestra comprensión del sitio al destacar elementos arquitectónicos como el Templo Amarillo, así como los grabados relacionados con el juego de pelota, práctica emblemática de la región. Este conjunto no solo evidencia conexiones históricas, sino que también posiciona a Dainzú como un referente imprescindible dentro del corredor arqueológico de los Valles Centrales. Finalmente, la comunidad de Macuilxóchitl encarna este patrimonio ancestral, reflejado y fortalecido en su Museo Comunitario. Este espacio no solo conserva piezas emblemáticas, sino que actúa como un vehículo vital para la transmisión de saberes y la reafirmación identitaria.

El artículo de Liliana Ceja Bravo y Angélica García Estrada, propone una reflexión sobre las intersecciones entre diseño y etnografía, destacando la necesidad de un enfoque multidimensional que trascienda la funcionalidad y la estética para abrazar una práctica ética, responsable y comprometida con los desafíos sociales y ambientales contemporáneos. A través de la integración del análisis sistémico, el pensamiento complejo y metodologías participativas y colaborativas, las autoras abren un camino para que el diseño se convierta en una herramienta genuina de transformación social.

En un mundo marcado por problemáticas cada vez más complejas, la propuesta enfatiza la relevancia de la investigación local y situada, que atiende a las realidades, valores y emociones de las comunidades, especialmente en contextos del sur global. La etnografía emerge aquí como una disciplina esencial, pues permite comprender en profundidad las vivencias, nar-

rativas y prácticas que configuran los entornos humanos, convirtiendo al diseño en un ejercicio dialógico y co-creativo.

La interdisciplinariedad se erige como pilar fundamental, enriqueciendo la práctica del diseño y ampliando sus horizontes hacia soluciones integrales que no solo resuelven necesidades funcionales, sino que también abordan dimensiones simbólicas, afectivas, sociales y ecológicas. De esta manera, el diseño se reinventa como un proceso reflexivo y sensible, capaz de visibilizar tensiones ocultas y promover intervenciones que impactan en múltiples niveles.

Finalmente, Liliana Ceja y Angélica García invitan a ver la investigación en diseño no como un mero paso previo, sino como una forma de habitar el mundo que transforma al diseñador y a las comunidades implicadas. Así, el diseño se revela como una práctica socialmente responsable y políticamente pertinente, que fomenta el diálogo respetuoso con las personas y construye escenarios que reflejan sus identidades y aspiraciones. Un llamado para que quienes diseñan se conviertan en facilitadores de cambio y agentes activos en la construcción de futuros más justos y sostenibles.

Dentro del campo del urbanismo, la investigación de Leonardo Daniel Rodríguez Hernández, Pedro Martínez Olivarez y Maximiliano Bautista Camacho, plantea una reflexión necesaria sobre la planeación urbana en la Zona Metropolitana de Villahermosa, destacando la urgencia de adoptar un enfoque integral basado en el Sistema Urbano de Cuenca. Evidencian que frente a la creciente vulnerabilidad ambiental, derivada de una planificación fragmentada, es necesaria una estrategia que vincule el uso del suelo con la dinámica hídrica del territorio, reconociendo que el desarrollo urbano no puede ni debe desligarse de los sistemas naturales que lo sostienen.

Los autores afirman que históricamente, las ciudades han evolucionado en estrecha relación con su entorno geográfico, pero los modelos actuales, centrados en la zonificación municipal, han fallado en incorporar esta visión sistémica, generando zonas urbanas expuestas

a riesgos y daños ambientales. Su estudio de caso: la Zona Metropolitana de Villahermosa, ubicada en la parte baja de la cuenca del río Grijalva, ejemplifica esta problemática, donde la desconexión entre el sistema urbano y el sistema hídrico amenaza tanto la seguridad ambiental como el bienestar social.

A través de un análisis espacial riguroso basado en Sistemas de Información Geográfica, la investigación delimita áreas aptas y no aptas para el desarrollo urbano bajo criterios ecológicos y territoriales, proponiendo así una planeación más consciente y coordinada entre niveles de gobierno. Este enfoque no solo protege los recursos naturales y asegura la gestión hídrica, sino que también abre la puerta a un desarrollo económico territorial más sostenible y resiliente.

Finalmente, el texto subraya que el éxito de esta visión depende de la participación activa de la ciudadanía y de una gestión pública transparente y eficaz, que articule políticas verticales, horizontales y transversales. Solo así será posible construir una ZMV capaz de equilibrar crecimiento, conservación y reducción de riesgos, consolidando un modelo urbano verdaderamente apto para los desafíos del siglo XXI.

El trabajo de Bárbara Paulina Velarde Gutiérrez aborda la creatividad no como una técnica aislada, sino como una actitud vital que atraviesa la formación inicial del estudiantado en Diseño. Desde esta perspectiva, propone comprender la creatividad como una disposición integral que moviliza emociones, pensamiento, intuición y sensibilidad, y que permite a los futuros diseñadores enfrentarse a la realidad con herramientas divergentes, originales y transformadoras. Mediante ejercicios en el aula, análisis de experiencias docentes y la identificación de obstáculos y oportunidades, el artículo muestra cómo es posible acompañar este proceso desde la práctica educativa.

Concluye subrayando que desarrollar la creatividad implica fomentar la metacognición, comprender el proceso creativo como algo que se puede observar, reflexionar y evaluar. Para ello, el rol docente es fundamental: debe gestionar los factores emocionales,

motivacionales y ambientales que inciden en el aprendizaje, además de mantenerse en formación continua y generar entornos que potencien el pensamiento creativo del alumnado.

Otra aproximación circunscrita en el campo del diseño es el trabajo de Francisco Javier Gutiérrez Ruiz, quien sostiene que en el ejercicio profesional del diseño industrial, dentro de PyMES manufactureras, la comunicación con los stakeholders representa un reto central que condiciona el éxito del proyecto. Aunque en el aula se simula el proceso proyectual, esta experiencia está desprovista de las tensiones reales que exige la defensa argumentada del diseño frente a actores con marcos de valoración ajenos a la disciplina. El desafío, por tanto, reside en dotar al diseñador no solo de competencias técnicas, sino también de habilidades persuasivas y discursivas capaces de legitimar su trabajo ante interlocutores diversos.

En el contexto mexicano, marcado por una gran heterogeneidad productiva, la práctica del diseño industrial adopta múltiples formas según variables como el tamaño de la empresa, su grado de especialización o el tipo de mercado al que se dirige. Este artículo parte de una reflexión sustentada en el conocimiento tácito del autor (forjado a lo largo de dos décadas de experiencia profesional) para abordar los obstáculos comunicativos que enfrenta el diseñador industrial, particularmente en empresas medianas de manufactura donde coexisten proyectos de diseño, comercialización e innovación. Allí, el diseñador asume un rol de liderazgo que implica tanto la gestión del equipo como la conducción efectiva del diálogo con stakeholders no especializados en diseño.

Se plantea, entonces, que el diseñador industrial debe aprender a traducir su visión a marcos ajenos, construyendo argumentos sólidos y creíbles para defender su propuesta. Este ejercicio no solo requiere destreza técnica, sino un manejo fluido del lenguaje, tanto oral como visual, así como el dominio de estrategias de negociación, síntesis, escucha activa y mediación de conflictos. El estudiante debe ser preparado para

enfrentar estos retos desde su formación, superando los vacíos generados por prácticas comunicativas empobrecidas por la cultura digital.

El artículo concluye con una advertencia pedagógica: formar diseñadores industriales capaces de comunicar con claridad, persuasión y empatía no es accesorio, sino una condición para su eficacia profesional. En un entorno donde las decisiones se toman desde lógicas comerciales, técnicas o financieras, el diseñador debe ser capaz de incidir, transformar mentalidades y ampliar la comprensión del diseño más allá de su campo disciplinario. Como afirmaba Wittgenstein, “los límites de mi lenguaje son los límites de mi mundo”; en este oficio, saber decir bien lo que se diseña es parte esencial del diseño mismo.

Por último, Gabriela Cristina Alatsis examina el surgimiento, consolidación y evolución de la categoría “diseño de autor” en el sector de la indumentaria en Argentina, con especial atención al periodo que abarca las dos primeras décadas del siglo XXI. A partir de una sólida base documental (que incluye literatura académica, fuentes periodísticas, documentos institucionales y trabajo de campo), se exploran las múltiples dimensiones del concepto, su apropiación desde distintos sectores y su circulación en los espacios productivos, simbólicos y comerciales.

Durante los años 2,000, el término “de autor” irrumpió con fuerza en la escena cultural y urbana argentina. Desde la gastronomía hasta el diseño, se convirtió en un distintivo asociado a originalidad, identidad y exclusividad. Este fenómeno se articuló con valores neoliberales que promovían la autonomía individual como fundamento del éxito o fracaso social. El artículo sitúa la emergencia del “autor” dentro de un proceso histórico que remonta al humanismo moderno, el romanticismo y, más recientemente, a las críticas sociológicas que desmontan la noción del genio creador como figura aislada. En ese contexto, el “diseño de autor” funcionó como estrategia simbólica y comercial para revalorizar productos y prácticas diferenciadas, a menudo asociadas con series limitadas, técnicas artesanales y públicos selectos.

El artículo se estructura en cuatro ejes analíticos: las perspectivas académicas sobre el concepto, su apropiación por parte de organismos públicos, su representación en la prensa especializada y la mirada de diseñadoras y emprendedoras en casos concretos. A través de estos abordajes, se identifica cómo la categoría operó como marca de distinción, con usos que fueron desde lo discursivo hasta lo material, desde la autoidentificación hasta la delimitación frente a otras formas de producción.

La autora concluye advirtiendo sobre la expansión y dilución del término: aunque continúa funcionando como una etiqueta de valor simbólico, su uso se ha vuelto más laxo, menos asociado a contextos institucionales o formativos específicos, y más ligado a la retórica de lo exclusivo y lo creativo. Así, el “diseño de autor” deviene una categoría-marca en el universo simbólico de la moda argentina contemporánea: útil para trazar distinciones, pero cada vez más desvinculada de los orígenes que le dieron forma.

Esta edición de la revista un año de diseñarte, mm1 invita a sus lectores a adentrarse en este panorama diverso y enriquecedor que trasciende disciplinas y contextos para dialogar con los retos sociales y culturales actuales. Como editoras responsables de esta publicación, reiteramos nuestro agradecimiento a quienes, a lo largo del tiempo, han continuado compartiendo sus artículos con nosotros, así como a nuestros lectores habituales, compañeros constantes en este proyecto donde convergen el diseño, la cultura y el arte.

Consuelo Córdoba Flores,
María Teresa Olalde Ramos



CONVOCATORIA

La revista **un año de diseñarte, mm1** es una publicación anual de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Azcapotzalco, publicada por el Departamento de Evaluación del Diseño en el Tiempo. La convocatoria es permanente con cierre el **31 de diciembre de cada año**, para su publicación en noviembre del siguiente año en versión electrónica (ISSN 2954-3770) e impresa (ISSN 1665-0964).

Es un espacio transdisciplinario de discusión global cuyo propósito es fortalecer la reflexión y la difusión de diversas temáticas sobre diseño, arte, ciudad, semiótica, educación, historia y cultura, incluyendo artículos de investigaciones originales individuales o colectivas, aceptando la colaboración de diseñadores, artistas, urbanistas, historiadores, humanistas, escritores, científicos y críticos de arte entre otros, nacionales y extranjeros.

Requerimientos para la publicación:

1. Los artículos deben ser inéditos y no estar sometidos simultáneamente a dictamen en otra publicación.
2. Los trabajos deberán ser enviados por correo electrónico en formato Word.

3. TEXTO:

- La extensión deberá ser mínimo de 4000 palabras y con un máximo de 6000 palabras, tipografía Times New Roman de 12 puntos, en mayúsculas y minúsculas, interlineado 1.5 y márgenes 2.5 cms. a cada lado., sin sangrías.
- Citas bibliográficas dentro del texto en formato APA-7 (Autor, año, p.) indentado izquierdo a 2 cms.
- Las notas deberán ser presentadas a pie de página con la numeración correspondiente.
- Título en español e inglés en altas y bajas. (no más de 10 palabras)
- Resumen en español e inglés con una extensión máxima de 100 palabras.
- Palabras clave de 3 a 5 (español e inglés)
- Es necesario incluir conclusiones

4. IMÁGENES:

- Las imágenes deben estar numeradas progresivamente e incluidas en el cuerpo del texto, (no exceder el 50% del mismo).
- El pie de foto separado de la imagen, indicando nombre y fuente APA-7 (no incluirlo dentro de la misma imagen).
- Imágenes, cuadros, tablas, gráficas y esquemas se deberán enviar por separado en archivo tif o jpg con calidad de (300 dpi), en un tamaño mínimo de 10 cm. del lado más pequeño.

6. Referencias bibliográficas deberán ser redactadas conforme a la APA versión 7 Ejemplos:

- García Candlini, N. (2006). *Imaginarios urbanos*. Editorial Universitaria de Buenos Aires.
- Warren, J. B. (1977). *Vasco de Quiroga y sus hospitales-pueblo de Santa Fe*. Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.
- Abbey, Bruce y R. Dripps (1982) Analyzing Organizational Schemes, *Journal of Architectural Education*, 15(2), 14-16.
- Canter, D. (2016). La dinámica de la urbanización [Archivo PDF] <http://www.scielo.org.mx/scielo.php?scrip>

7. Para conservar el anonimato del autor al someter un artículo al arbitraje, el autor o autores deberán anexar un documento separado con los siguientes datos:

- Título del trabajo
- Nombre completo del autor(es) con apellidos
- Correos electrónicos
- ORCID
- Grados académicos
- Institución a la que pertenecen
- Líneas de investigación

8. ARBITRAJE:

Los artículos serán sometidos a dictamen doble ciego por especialistas, quienes pueden decidir sobre su publicación. La resolución se remitirá por escrito a los autores, vía correo electrónico.

Envío de artículos a: **mm1.revista@azc.uam.mx**

Sitio digital **mm1revista.azc.uam.mx**

Editoras responsables:

Dra. María Teresa Olalde Ramos
Dra. Consuelo Córdoba Flores



Casa abierta al tiempo **Azcapotzalco**

Del diseño al receptor: una mirada a las campañas sociales contemporáneas

*From design to the receiver: a perspective
on contemporary social campaigns*

Mtra. Rosa Manuela Hernández García

Universidad Autónoma Metropolitana - Xochimilco

rosukapop@gmail.com

ORCID: 0009-0009-7749-1956

Aceptado: 24/02/2025 **Publicado:** 27/09/2025

* Como citar este artículo / *How to cite this article:*
Hernández García, R. M. (2025). Del diseño al receptor: una mirada a las campañas sociales contemporáneas. *un año de diseñarte, mm1*, (27), 14-27.

Resumen

Este artículo explora cómo las campañas sociales contemporáneas utilizan el diseño gráfico, la semiótica y la recepción para generar impacto en un mundo en constante cambio. Destaca al diseño como mediador cultural que traduce ideas en símbolos y a la semiótica como herramienta para comprender cómo los públicos interactúan y reinterpretan los mensajes. La teoría de la recepción resalta al destinatario como cocreador activo, desafiando modelos de comunicación unidireccionales. Además, se analiza la importancia de las emociones y la estética cotidiana en la comunicación social, especialmente en contextos de crisis, y cómo las redes digitales amplían su alcance.

Palabras clave: Diseño gráfico, Semiótica Campañas sociales, Recepción, Redes sociodigitales.

Introducción

Abstract

This article explores how contemporary social campaigns utilize graphic design, semiotics, and reception to create impact in a constantly changing world. It highlights design as a cultural mediator that translates ideas into symbols and semiotics as a tool to understand how audiences interact with and reinterpret messages. Reception theory emphasizes the recipient as an active co-creator, challenging unidirectional communication models. Additionally, the article examines the importance of emotions and everyday aesthetics in social communication, particularly in crisis contexts, and how digital networks expand their reach.

Keywords: Graphic design, Semiotics Social campaigns, Reception, Socialdigital Media.

En un contexto de transformaciones constantes y crisis sociales emergentes, las campañas sociales contemporáneas se han consolidado como herramientas clave para incidir en la percepción pública y promover cambios en los comportamientos individuales y colectivos. Este artículo explora la intersección entre el diseño gráfico, la semiótica y la teoría de la recepción, destacando su papel en la construcción de mensajes eficaces. Se argumenta que el receptor no es un espectador pasivo, sino un co-creador activo en los procesos de significación, lo que transforma la comunicación en un fenómeno dinámico e interactivo.

El diseño, entendido más allá de su dimensión gráfica, opera como un mediador cultural que traduce ideas en formas simbólicas, configurando y negociando significados en contextos sociales específicos (Thompson, 1993). La semiótica permite analizar la estructura de estos mensajes y comprender cómo los públicos interactúan con ellos, mientras que la teoría de la recepción enfatiza el rol del destinatario como un agente que reinterpreta, reconfigura y, en ocasiones, resignifica el mensaje original desde su experiencia y marco cultural (Jauss, [1970] 2013). Este modelo desafía la comunicación unidireccional tradicional y propone una perspectiva en la que la mediación cultural y la interacción social desempeñan un papel central (Martín-Barbero, 1987).

En este marco, la toma de decisiones en una campaña de bien público es un proceso intrínsecamente emocional y social, particularmente en escenarios de comunicación de crisis. Esto exige una reivindicación de la estética cotidiana (Mandoki, 2006a), un concepto que amplía el estudio del diseño hacia todas las formas de comunicación, incluidas aquellas mediadas por redes sociodigitales. Estas plataformas han transformado el entorno comunicativo, convirtiéndose en espacios donde los mensajes no solo se difunden, sino que se reinterpretan y resignifican continuamente. En este entorno, los medios digitales no solo amplían el alcance de las campañas, sino que transforman las condiciones mismas de la comunicación. Como advierte Thompson (2010), la digitalización ha alterado profundamente la relación entre producción, transmisión y recepción de las formas simbólicas, al facilitar una circulación expandida de mensajes que trascienden el espacio y el tiempo. De manera complementaria, Castells (2011) subraya que las redes sociodigitales operan bajo una lógica de interconectividad, retroalimentación y reorganización constante, donde los usuarios dejan de ser receptores para convertirse en actores activos dentro del flujo comunicativo.

El presente artículo analiza cómo las campañas sociales pueden generar un impacto significativo al considerar las complejidades emocionales, culturales y sociales de sus destinatarios. A lo largo de sus secciones, se explorará la interacción entre el diseño, la semiótica y la recepción, argumentando que una comunicación efectiva requiere un enfoque integral, interdisciplinario y reflexivo, capaz de adaptarse a los desafíos del entorno digital y social contemporáneo.

1. Diseño como mediador cultural

El diseño gráfico se presenta como un componente esencial en las campañas sociales, no solo por su capacidad de atraer la atención del público, sino por su papel en la construcción de significados. Como señala Frascara (2000), el diseño no termina en su producción, sino que encuentra su verdadero propósito en los efectos que genera sobre las personas. En este senti-

do, se convierte en un mediador cultural que traduce conceptos abstractos en formas visuales significativas. A través de los elementos visuales, el diseño genera un puente entre los emisores y los receptores, utilizando códigos simbólicos que permiten la transmisión de ideas en contextos socioculturales diversos (Thompson, 1993). Estas formas simbólicas son intencionales, estructurales y referenciales, y operan en un marco contextual que influye en su interpretación. Por ejemplo, el uso de colores, tipografías y composiciones gráficas puede evocar emociones específicas, reforzando el mensaje de la campaña y facilitando su apropiación por parte del público objetivo.

Además, el diseño gráfico se ubica como una práctica interdisciplinaria que conecta aspectos estéticos, cognitivos y sociales. Tapia (2005) argumenta que el diseño es un proceso reflexivo que regula acciones prácticas en la sociedad, actuando como un eje de mediación cultural. Este enfoque permite al diseño trascender el ámbito técnico para integrarse en los procesos de cambio social, pues más allá de su función técnica, se erige como un puente entre la comunicación visual y las dinámicas socioculturales, actuando como un mediador que transforma ideas abstractas en representaciones tangibles y significativas. Por ejemplo, en campañas sociales dirigidas a la salud pública, los colores vibrantes y los gráficos dinámicos pueden transmitir mensajes de urgencia o esperanza, dependiendo de cómo se utilicen. Esta intencionalidad en el diseño lo convierte en una herramienta de comunicación que no solo informa, sino que también impacta y transforma.

El diseño no es un ente aislado, sino que responde a los códigos, normas y valores de la sociedad que lo produce. Por ejemplo, en contextos multiculturales, un diseño que incorpora símbolos universales puede facilitar la comprensión y aceptación de mensajes, mientras que un diseño insensible a las particularidades culturales puede generar rechazo o confusión. En campañas orientadas al cambio de comportamiento, como aquellas enfocadas en la sostenibilidad ambiental o la equidad de género, el diseño gráfico puede in-

fluir en las percepciones del público al evocar emociones poderosas y construir narrativas aspiracionales. Esto implica que el diseño gráfico debe ser reflexivo y estratégico, considerando las características del público objetivo y los contextos donde se desarrolla la campaña.

En la actualidad, el diseño enfrenta nuevos retos y oportunidades en un mundo interconectado por la tecnología. Las plataformas digitales ofrecen un espacio donde el diseño puede expandirse, integrando interactividad, multimedia y análisis de datos para personalizar los mensajes. Esta integración tecnológica refuerza su papel como mediador cultural, ya que le permite adaptarse y resonar con audiencias diversas en tiempo real para lo cual el análisis de la recepción se vuelve una materia por retomar desde el diseño, así sea desde la gestación del mensaje institucional (tratóndose de una campaña de bien público) como desde la evaluación de la recepción con el fin de mejorar la eficacia de la respuesta.

2. La recepción como cocreación y la semiótica en la interpretación

En el marco de las campañas sociales, la recepción no se limita a la mera exposición del público a los mensajes visuales, sino que implica un proceso activo de interpretación y cocreación del significado. Desde la teoría de la recepción, se reconoce al receptor como un actor dinámico que, a partir de su contexto cultural, social y emocional, reconstruye y resignifica los mensajes (Jauss, [1970] 2013; Iser, 1986). Por ello, la recepción de los mensajes no es un acto pasivo; los públicos reinterpretan, transforman e incluso contestan los significados propuestos por las campañas. En las redes sociodigitales, por ejemplo, los usuarios no solo comparten los mensajes, sino que también los adaptan a sus propias narrativas, creando memes, comentarios o reelaboraciones que pueden amplificar o distorsionar el mensaje original (Castells, 2011).

Esta participación activa redefine las jerarquías comunicativas, pues en el entorno digital los usuarios no

solo reinterpretan los mensajes, sino que también los transforman y redistribuyen. En palabras de Castells (2011), la interacción digital no puede comprenderse bajo modelos pasivos, ya que “la mente humana es una fuerza productiva directa”, y el conocimiento circula y se reformula mediante procesos colaborativos (p. 58). Esta lógica de participación descentralizada se articula con la emergencia de figuras como el *produsuario*, quien no solo recibe información, sino que la modifica y la hace circular activamente (Bruns, 2008).

Un caso relevante es el uso de *hashtags* en campañas como #QuédateEnCasa durante la pandemia, que no solo difundió el mensaje oficial, sino que permitió a los usuarios añadir su propia interpretación, adaptándolo a sus circunstancias. Esto demuestra cómo los públicos se convierten en cocreadores del mensaje, validando la importancia de considerar la recepción como un proceso activo y dinámico (Jauss, [1970] 2013; Martín-Barbero, 1987). El enfoque centrado en la recepción rechaza el modelo tradicional de comunicación unidireccional, donde el emisor domina el proceso, y propone en su lugar un modelo interactivo. Asimismo, Martín-Barbero (1987), subrayó que los públicos no son entidades homogéneas, sino conjuntos diversos de individuos cuyas interpretaciones están mediadas por sus experiencias y entornos culturales. En este sentido, la recepción no es una etapa pasiva, sino un acto de creación y transformación que redefine el mensaje original.

Además, desde la perspectiva de la pragmática icónica propuesta por Lizarazo (2011), los mensajes visuales no solo deben comprenderse como signos que comunican, sino como actos culturalmente situados que revelan “el hilvanado social que los sustenta”, una red de significaciones donde convergen impulsos colectivos, experiencias rituales y vivencias sensoriales del trazo icónico (p. 221). Esta mirada crítica permite reconocer que los significados de las imágenes no son universales ni inmutables, sino que se articulan en contextos históricos específicos, en un constante juego de tensiones y disputas por el sentido.

Así, la recepción de una campaña visual no es una mera interpretación individual, sino una práctica inscrita en una iconósfera compartida, donde la imagen se activa como acto comunicativo y no como simple representación. En palabras del autor, “la pragmática icónica tomará providencias ante la posición formalista cerrada [...] y validará el reconocimiento del tramado social irreductible del iconismo” (Lizarazo, 2011, p. 221), lo cual subraya la necesidad de comprender la imagen como un acontecimiento situado y no como un mensaje autónomo.

Para el autor, este proceso de cocreación se sostiene también sobre lo que se ha denominado el contrato icónico, entendido como un acuerdo cultural que regula la forma en que los sujetos se relacionan con las imágenes y les atribuyen sentido. En este marco, el receptor se convierte en un sujeto *imaginal*, es decir, un observador que activa disposiciones perceptivas, intelectivas y afectivas para entrar en relación con el mensaje visual. Esta relación no surge de manera espontánea, sino que se fundamenta en experiencias culturales, saberes previos y competencias adquiridas, que permiten al sujeto realizar una lectura situada y significativa de los textos visuales.

El concepto de mediaciones culturales es clave para entender cómo los públicos interactúan con los mensajes. Estas mediaciones actúan como filtros que moldean la interpretación, ya sea reforzando, modificando o rechazando los significados propuestos (Martín-Barbero, 1987) por la institución generadora que, al mismo tiempo, construye la visión del problema a sus ciudadanos (Martín Serrano, 1986). Por ejemplo, una campaña que promueva hábitos saludables puede ser interpretada de manera diferente en función de factores como el nivel educativo, la situación económica o las creencias culturales de los receptores.

Además, en un entorno digital, las redes sociodigitales amplifican este proceso de cocreación, permitiendo a los receptores participar activamente al compartir, comentar o reinterpretar los mensajes (Castells, 2011). Este fenómeno de participación activa refuerza la idea de que los receptores no solo decodifican mensajes,

sino que también los enriquecen y los integran en sus propios contextos.

En el contexto de las campañas sociales, comprender la recepción como un proceso de cocreación permite diseñar mensajes que no solo sean comprensibles, sino también resonantes y transformadores. Este enfoque exige un conocimiento profundo de los públicos objetivo y sus mediaciones, así como una constante adaptación a las dinámicas culturales y tecnológicas.

Igualmente, desde una perspectiva semiótica, los mensajes visuales no son neutrales, sino que están cargados de significados que interactúan con los contextos culturales de los receptores y sus interrelaciones como co-sujetos (Thompson, 1993; Mandoki, 2006a). Un ejemplo de esto se observa en campañas dirigidas a la equidad de género, donde el uso de símbolos como las manos entrelazadas o los rostros diversos buscan transmitir un mensaje de inclusión. Sin embargo, la interpretación de estos signos puede variar según las experiencias previas y el marco cultural del público, destacando la importancia de diseñar mensajes flexibles y culturalmente sensibles.

No es de extrañar que el análisis semiótico de campañas pueda mostrar que los mensajes más efectivos son aquellos que combinan signos universales con referencias específicas al contexto local. Este enfoque asegura que el mensaje sea comprensible y relevante para audiencias diversas. A través de su enfoque en los códigos, símbolos y significados, la semiótica proporciona herramientas para comprender cómo se construyen y comunican los mensajes, y cómo estos son interpretados en contextos específicos pues en el diseño de campañas sociales, cada elemento visual —colores, formas, íconos, tipografía— son relaciones significativas con el público. Por ejemplo, un cartel que utiliza símbolos universales como un corazón puede transmitir un mensaje de cuidado o empatía, mientras que el uso de colores como el rojo puede evocar urgencia o peligro, dependiendo del contexto. Estos elementos visuales actúan como mediadores entre el mensaje original y la experiencia del receptor.

3. La necesidad del enfoque interdisciplinario

El análisis de la relación entre diseño, semiótica y recepción en las campañas sociales requiere un enfoque interdisciplinario que considere tanto los aspectos teóricos como las aplicaciones prácticas que combinen herramientas de análisis semiótico, interpretativo y crítico, permitiendo explorar los mensajes desde su creación hasta su impacto en los públicos. El éxito de las campañas sociales radica en la capacidad de integrar elementos de diseño, semiótica y recepción en un enfoque holístico. Considerar estos tres pilares de manera aislada podría limitar el alcance de las campañas, mientras que su interacción permite construir mensajes más efectivos, capaces de resonar en los públicos y generar cambios significativos.

El diseño gráfico actúa como el medio visual que materializa las ideas abstractas en formas tangibles. Estas formas simbólicas, como señala Thompson (1993), no solo comunican un mensaje, sino que también reflejan valores, emociones y significados culturales. Así, el impacto del diseño ocurre cuando se combina con un análisis semiótico que asegure que los signos utilizados sean culturalmente relevantes y comprensibles, añadiendo como eje la dimensión estética de lo cotidiano, apelando a las emociones y diversidades de comunicación entre los sujetos (Mandoki, 2006a).

Desde una mirada pragmática, las imágenes no deben considerarse como objetos aislados, sino como actos icónicos, es decir, eventos comunicativos que ocurren en la interacción entre un artefacto visual y un observador dispuesto a imaginarlo. En esta interacción, el sujeto imaginal no es solo un espectador, sino un agente activo que interpreta desde su experiencia cultural, sus saberes y sus afectos (Lizarazo, 2011). Como señala el autor, "las imágenes se relacionan entre sí, y los mundos culturales conectan sus figuras" (p. 222), lo cual implica que el sentido se configura en la experiencia compartida, y no únicamente en la intención del emisor.

A su vez, esta experiencia está condicionada por lo que Lizarazo denomina campos de fruición (p. 240), es decir, los marcos sociales, institucionales y culturales que hacen posible ciertas formas de ver y de sentir. En este sentido, el diseño institucional no solo produce imágenes, sino que también configura modos de recepción, expectativas perceptivas y disposiciones afectivas que forman parte de la política del ver. Pensar el diseño desde esta perspectiva permite no solo crear mensajes visualmente potentes, sino también prever sus posibles interpretaciones y resignificaciones.

Por otro lado, la recepción cierra el ciclo comunicativo, posicionando al público como un agente activo en el proceso. Según Martín-Barbero (1987), las mediaciones culturales y sociales influyen en cómo los mensajes son interpretados, adaptados y, en algunos casos, rechazados. Por ello, un enfoque integral que contemple las dinámicas entre diseño, semiótica y recepción puede anticiparse a posibles barreras de interpretación, garantizando que los mensajes lleguen a los públicos de manera efectiva.

Al respecto del entorno cada vez más digitalizado, las campañas sociales enfrentan nuevos retos y oportunidades. Las plataformas digitales ofrecen la posibilidad de alcanzar audiencias amplias, pero también exigen una mayor sensibilidad cultural y una comprensión profunda de los públicos. Como señala Castells (2011), las redes sociales permiten a los usuarios interactuar con los mensajes de maneras inesperadas, desde compartirlos hasta transformarlos en narrativas completamente nuevas por lo que se resalta la necesidad de un enfoque integral que combine el diseño visual con estrategias semióticas claras y una comprensión detallada de la recepción. Las campañas que logran integrar estos elementos pueden no solo transmitir mensajes, sino también generar diálogos significativos que fomenten la participación activa y el cambio social.

4. Nuevas fronteras

En este contexto, el diseño gráfico se adapta al entorno digital al considerar elementos visuales, estrategias

y diálogos que conecten eficazmente con los usuarios. Van der Waarde (2014) destaca que los diseñadores no solo estructuran información, sino que establecen diálogos visuales que enriquecen las experiencias del público objetivo. Estos procesos se complementan con el análisis continuo del impacto de los mensajes y la necesidad de ajustes estratégicos para responder a las sensibilidades cambiantes de los destinatarios.

El proceso de comunicación digital ha evolucionado, integrando nuevas dinámicas a través de redes sociodigitales. Castells (2011) describe cómo estas plataformas han modificado los patrones tradicionales de interacción, permitiendo una comunicación más flexible y colaborativa. Este fenómeno incluye la transformación del receptor en “*produsuario*”, una figura propuesta por Bruns (2008), que no solo consume contenido, sino que también lo produce y modifica activamente, contribuyendo a un ecosistema comunicativo más participativo. El citado autor introduce la teoría de “*produsage*”, destacando que este modelo fomenta la participación colaborativa y la creación de contenidos abiertos, permitiendo la co-construcción de mensajes en redes sociodigitales. Este enfoque enfatiza la importancia de la evaluación continua de los mensajes y su impacto, adaptándose a las sensibilidades cambiantes de los usuarios.

En este contexto, el modelo de *produsage* propuesto por Bruns (2008) resulta fundamental para comprender las nuevas dinámicas comunicativas. Este modelo sostiene que los usuarios participan activamente en la creación de contenidos, en un proceso continuo de desarrollo, evaluación y redistribución de información. A diferencia del *prosumidor* planteado por Toffler (1980), el *produsuario* opera dentro de una lógica colaborativa, sin estructuras jerárquicas rígidas, y bajo una dinámica de contenidos “en beta perpetua”, lo que refleja el carácter fluido y colectivo de la comunicación digital. El concepto de *produsuario* representa un cambio en la comunicación digital, donde los usuarios no solo consumen, sino que también producen y transforman mensajes. Este enfoque, propuesto por Bruns (2008), surge como una evolución del *prosumidor* de Toffler

(1980), y enfatiza el rol activo de los usuarios en plataformas digitales, superando el modelo tradicional de productor-receptor.

Según Bruns (2008), el *produsage* se basa en la participación abierta, la evaluación comunitaria, una estructura heterárquica y la adaptación continua del contenido. La figura del *produsuario* permite que los mensajes en redes sociodigitales sean co-creados, enriqueciendo el proceso comunicativo. Este fenómeno es visible en interacciones como comentarios, reacciones y la generación de memes, que implican retroalimentación y transformaciones constantes en los mensajes originales. Shirky (2002) resalta que, en internet, la edición ocurre en los márgenes, no en el centro, reflejando un modelo descentralizado de comunicación.

En este contexto, la comunicación mediada por redes sociodigitales redefine su estructura, integrando dinámicas de producción y recepción interdependientes. La generación de contenido en plataformas digitales no solo responde a estrategias iniciales, sino que evoluciona en función de las interacciones y sensibilidades de los usuarios. Además, Bruns (2008) subraya la importancia de adoptar modelos colaborativos de propiedad intelectual, como *Creative Commons*, para fomentar la creatividad y participación comunitaria. Este modelo destaca cómo los *produsuarios* y las redes sociodigitales transforman la comunicación en un proceso dinámico y colaborativo, con implicaciones significativas para la planificación de estrategias de comunicación pública, donde el diseño gráfico actúa como mediador cultural y facilitador de mensajes socialmente relevantes.

5. La campaña de bien público y los afectos

El diseño de campañas de bien público requiere un enfoque interdisciplinario que combine teorías de comunicación, diseño y comportamiento humano. Según Serrano (1986), las Ciencias de la Comunicación carecen de una teoría sólida que explique la producción social de información, dejando espacio para desarrollar un

marco más integral. En este contexto, insertar el diseño de campañas sociales se fundamenta en entender las necesidades de los destinatarios y las dinámicas emocionales que facilitan la apropiación de mensajes, enfatizando la responsabilidad social del emisor.

El impacto de la comunicación puede comprenderse mejor al analizar la publicidad de bien público, definida como aquella que busca influir en el comportamiento de los individuos ante diversas situaciones (Gandolfo, 2012). Este tipo de publicidad presenta características y alcances distintos debido a la complejidad inherente de los adoptantes, lo que lleva a perseguir objetivos variados. Según Matthew Parris (2012), estos objetivos incluyen:

- a. Informar, proporcionando al ciudadano conocimiento sobre sus obligaciones y los medios para cumplirlas, mientras se le persuade de que desea hacerlo, o al menos se le informa de las consecuencias de no actuar según las disposiciones.
- b. Cambiar percepciones morales básicas, en contextos donde el público no carece de información, sino que necesita reconsiderar su perspectiva sobre los medios o las consecuencias.
- c. Alterar el comportamiento, incentivando al individuo a actuar en su propio interés de manera egoísta.
- d. Fomentar el altruismo, priorizando los intereses de los demás por encima de los deseos personales.

Además de la variedad de objetivos, las campañas de bien público enfrentan conflictos específicos. Richard Storey (2012) destaca que, en general, las personas no aprecian que se les diga qué hacer, aunque a menudo también exigen que se les informe y se les alerte. Esto crea una paradoja de resistencia y demanda. Por un lado, puede considerarse intrusiva la intervención estatal en la modificación del comportamiento; por

otro, la falta de esta información se percibe como una omisión pública. No obstante, una excesiva intervención puede caer en un paternalismo contraproducente. Storey también enfatiza la importancia de diseñar estrategias adaptadas a cada problemática específica, reconociendo que “las barreras que hay que superar son las actitudes enraizadas, no consideradas o auto justificadas” (2012, p. 2). Estas barreras constituyen un desafío central en el diseño y ejecución de campañas de bien público, exigiendo enfoques creativos y cuidadosos, sobre todo porque se tocan temáticas altamente sensibles y emotivas., por lo que construir desde un enfoque permeado de la sensibilidad y afectividad es crucial en el diseño de estas campañas.

En este sentido, las imágenes que conforman las campañas no deben concebirse como objetos estáticos o neutros, sino como acontecimientos simbólicos que emergen en un campo social donde diferentes fuerzas disputan el sentido. Como señala Lizarazo (2011), existe un contrato icónico “un convenio social que establece los vínculos icónicos y condiciona la experiencia de las imágenes” (p. 229). Esto implica que cada mensaje visual resulta de una estrategia de construcción icónica y que su efectividad depende no solo de lo que comunica, sino también de cómo se inserta en un ambiente específico y cómo es recibido por públicos atravesados por marcos culturales, afectivos y políticos distintos.

Por ello, diseñar campañas desde una perspectiva crítica y sensible implica considerar las relaciones de poder visual y los posibles efectos afectivos y sociales de las imágenes. No basta con producir mensajes estéticamente agradables o conceptualmente correctos: es necesario comprender los modos en que estos mensajes pueden ser resignificados, disputados o rechazados, dependiendo de las disposiciones del sujeto receptor y del entramado simbólico que configura el entorno visual.

En este rubro, la relación entre racionalidad y sensibilidad ha sido históricamente dispareja, prevaleciendo lo inteligible sobre lo sensible desde la antigüedad. Se-

gún Oliveras (2004) y Jiménez (1999), desde Platón hasta la Ilustración, se reforzó la jerarquización de la razón como el único acceso válido al conocimiento, relegando las emociones y las pasiones al margen de lo humano. Jiménez (1999) argumenta que este énfasis racionalista, aunque provechoso para ciertas disciplinas, limita la percepción del conocimiento, ya que descarta dimensiones clave como la imaginación, el sentimiento y el gusto. Frente a esta postura clásica, Jauss ([1972] 2002) reivindicó el papel del goce estético, asociándolo con una experiencia reflexiva, mientras que Baumgarten y Goodman, citados por Oliveras (2004), subrayan que la emoción y el conocimiento son elementos complementarios que hacen posible la experiencia estética. Esta perspectiva amplía el concepto de conocimiento al incluir la sensibilidad como puerta de acceso a aprendizajes significativos, lo que se alinea con el enfoque de la estética cotidiana propuesto por Mandoki (2006a), quien resalta la importancia de la sensibilidad en los procesos sociales.

Para Mandoki (2006a), la estética cotidiana –o Prosai-ca– reconoce al sujeto como un “co-sujeto” inserto en contextos sociales e históricos, compartiendo percepciones a través de códigos culturales y experiencias vitales. La autora identifica cuatro condiciones necesarias para la sensibilidad o *estesís*: el espacio y tiempo como intuiciones básicas, la percepción sensorial del entorno, el contexto cultural y la vitalidad emotiva que impulsa al sujeto hacia la experiencia. Este enfoque otorga centralidad a la emoción como motor de decisiones, desde lo cotidiano hasta lo político.

La relevancia de las emociones en la toma de decisiones también se ha corroborado en estudios de neurociencia. Kahneman y Tversky (2014) proponen dos sistemas de pensamiento: uno rápido y automático, asociado a las emociones, y otro más lento y deliberativo. Manes (2021) señala que el razonamiento guiado por la emoción facilita decisiones rápidas en contextos de incertidumbre, situación con la cual una campaña de bien público suele estar frecuentemente. Asimismo, Damasio (2011) argumentó que las emociones preceden a los sentimientos y están alineadas con

respuestas corporales, mientras que los sentimientos reflejan un nivel más profundo de procesamiento cognitivo. Este modelo destaca cómo las emociones y los sentimientos contribuyen al equilibrio y la supervivencia, lo que Damasio denominó *conatus*, entendido como el impulso hacia el bienestar más allá de la mera supervivencia.

En este escenario de transformación digital, ya no basta con producir mensajes técnicamente elaborados: es fundamental comprender cómo circulan, se reconfiguran y adquieren nuevos sentidos en los entornos hipermediáticos. Esta lógica se profundiza en la propuesta de Martín Carlón (2020), quien distingue entre el poder de los enunciadores y el poder de la circulación. Para Carlón, en el ecosistema digital contemporáneo, el sentido ya no se establece únicamente en el momento de la emisión del mensaje, sino que se construye a través de su circulación, reinterpretación y apropiación por parte de múltiples actores. La eficacia del mensaje institucional, por tanto, no radica únicamente en su claridad o diseño, sino en su capacidad para insertarse en esta red dinámica de resignificaciones. En este entorno, el valor de un mensaje está menos relacionado con la autoridad de su emisor y más con su habilidad para sobrevivir, transformarse y conectarse emocionalmente con los usuarios.

Esta perspectiva se complementa con la noción de audienciación múltiple propuesta por Guillermo Orozco (2018). Orozco describe cómo en el ecosistema digital actual, las audiencias no son un bloque homogéneo ni pasivo, sino colectivos diversos que operan como actores activos de interpretación, participación y producción simbólica. Según el autor, el tránsito de la audiencia tradicional a la audiencia digital implica un cambio en el modo de relación con el mensaje: ya no solo se decodifica, sino que se interviene en él mediante prácticas de relectura, apropiación crítica o hasta contestación simbólica. Esta nueva audienciación se configura como una experiencia fragmentada, situada y emocionalmente cargada, donde el receptor contribuye a definir el horizonte de sentido del mensaje. De ahí que, en el caso de las campañas institucio-

nales, su impacto no puede medirse únicamente por el alcance de la difusión, sino por la forma en que los usuarios resignifican el contenido desde sus propios marcos de interpretación y sensibilidad.

Estas aportaciones invitan a repensar la comunicación institucional desde un enfoque dialógico y sensible al entorno digital, donde la circulación del sentido se convierte en el eje de análisis y las audiencias múltiples son consideradas coproductoras de significados. En este nuevo paisaje mediático, las campañas de bien público enfrentan el reto de diseñar mensajes no solo visual y retóricamente eficaces, sino capaces de activar procesos participativos y afectivos en los usuarios. Solo así, la comunicación institucional puede sostener su legitimidad y generar procesos de identificación en un entorno de constante reconfiguración simbólica.

Por otro lado, en el campo de la comunicación, la influencia de las emociones se reflejó en la heurística del afecto propuesta por Finucane (2000). Esta teoría sostiene que las imágenes y experiencias marcadas por emociones positivas o negativas guían el juicio y la toma de decisiones. Finucane subraya que las evaluaciones afectivas influyen en cómo las personas perciben riesgos y beneficios, lo que resulta crucial en campañas de comunicación de riesgo. Beattie (2012) complementa esta idea al destacar que las memorias emocionales primitivas, diseñadas para la supervivencia, pueden ser utilizadas para justificar decisiones en lugar de promover razonamientos complejos.

Todo lo anterior configura al diseño de campañas de bien público con un necesario enfoque afectivo. Finucane (2000) demostró que la percepción de riesgos disminuye cuando se proporciona información relevante, enfatizando la necesidad de diseñar mensajes que equilibren el riesgo y el beneficio percibido. Kaplan (2004), por su parte, abordó el afecto como un proceso evaluativo que influye en cómo los sujetos responden emocionalmente a personas, objetos o situaciones. Estas perspectivas enriquecen las estrategias de comunicación al priorizar la dimensión emocional como una herramienta persuasiva y efectiva.

A esto se le suma una forma de analizar los mensajes más apegada a este campo subjetivo de la comunicación. Mandoki (2006b) introdujo el modelo octádico para analizar los intercambios estéticos en la vida cotidiana, integrando dimensiones semióticas y afectivas en el estudio de mensajes. Este modelo permite evaluar cómo las estrategias retóricas y dramáticas configuran los mensajes y afectan a los destinatarios. Desde esta perspectiva, el diseño se posiciona como un mediador cultural que combina energía afectiva y configuración formal para generar valoraciones individuales y colectivas. La Prosaica, propuesta por Mandoki, se convierte en un marco integral para analizar la producción y recepción de mensajes en campañas sociales, al considerar tanto las sensibilidades de los sujetos como las dinámicas de intercambio en redes sociodigitales.

Finalmente, la integración de teorías como la heurística del afecto, el modelo octádico y los aportes de neurociencia y estética cotidiana permite abordar la comunicación desde una perspectiva mucho más compleja. Este enfoque considera al destinatario como un agente activo en los procesos de recepción, capaz de interpretar, valorar y transformar mensajes en función de sus emociones y contextos. Este marco teórico ofrece herramientas valiosas para diseñar estrategias más efectivas en campañas de bien público, fortaleciendo el vínculo entre comunicación, diseño y sensibilidad. A su vez, se vuelve una exigencia básica para la producción de cualquier campaña de bien público y aún más, para la evaluación de la comunicación centrada en la recepción.

6. Las campañas de bien público durante la pandemia: configuración y efectos

Durante la pandemia de COVID-19, las campañas de bien público adquirieron una visibilidad inusitada al convertirse en el principal canal de comunicación institucional sobre salud, prevención y cuidado colectivo. La Secretaría de Salud en México, por ejemplo, implementó una estrategia de comunicación visual centrada

en personajes como “Susana Distancia”¹, cuyo objetivo era transmitir de manera accesible las medidas de distanciamiento social. Este tipo de campaña combinó elementos gráficos, lenguaje coloquial y estética popular para generar identificación con diversos sectores sociales.

Sin embargo, la configuración de estos mensajes no puede entenderse sin considerar el contexto de emergencia, las emociones colectivas implicadas y la diversidad de los públicos. Como han mostrado estudios recientes (Morquecho, 2020; Orozco, 2018), la pandemia tensionó los canales institucionales de comunicación, obligándolos a ser más flexibles, afectivos y receptivos. Las campañas buscaron no solo informar, sino contener el miedo, apelar a la solidaridad y generar hábitos colectivos en un contexto de incertidumbre.

Desde el enfoque semiótico y de recepción adoptado en este artículo, puede observarse cómo se articularon estrategias retóricas que combinaron íconos afectivos (como el uso de personajes o símbolos de unión), recursos visuales connotativos (colores, gestos, tipografía empática) y apelaciones emocionales que generaron reacciones diversas. La circulación de estos mensajes en redes como Facebook dio lugar a fenómenos de apropiación, resignificación, ironización o incluso rechazo, lo que demuestra la complejidad de sus efectos. En ese sentido, las campañas de bien público durante la pandemia no pueden entenderse como simples transmisiones unidireccionales, sino como procesos de negociación simbólica mediados por la emocionalidad, el contexto social y la lógica digital (Thompson, 2010; Carlón, 2020).

Esta experiencia también dejó aprendizajes clave sobre la necesidad de diseñar mensajes institucionales que reconozcan al receptor como sujeto activo, culturalmente situado y emocionalmente implicado. En ese

sentido, la pandemia operó como una especie de laboratorio social donde la eficacia comunicativa dependió menos del control del mensaje y más de su capacidad de generar sentido en condiciones complejas.

Desde el diseño gráfico, por ejemplo, la campaña se “Susana Distancia” se apoyó en una figura femenina estilizada, de apariencia heroica, con una paleta cromática vibrante y recursos visuales asociados a los cómics y las infografías. Este diseño buscó ser accesible, emocionalmente cercano y fácilmente replicable, apelando a la identificación de públicos diversos. Se trató de una estrategia visual con carga simbólica y estética cotidiana que respondía a la urgencia de comunicar medidas sanitarias en un lenguaje amigable y persuasivo.

A nivel semiótico, la campaña activó registros retóricos y dramáticos: el personaje de “Susana” operaba como una metáfora visual del distanciamiento social, sintetizando una recomendación técnica en un símbolo narrativo. Su carácter de superheroína apelaba al imaginario colectivo de protección, autocuidado y responsabilidad. La semiótica institucional, por tanto, no se limitó al mensaje textual, sino que se configuró mediante signos visuales que condensaban emociones, valores y mandatos sociales en un contexto de crisis.

En cuanto a la recepción, los datos recopilados a través de redes sociales muestran cómo esta figura fue apropiada, resignificada o incluso parodiada por los usuarios. Si bien logró generar reconocimiento e incluso empatía en ciertos sectores, el discurso manejado también despertó respuestas irónicas, memes y rechazos que complejizaron su eficacia comunicativa. Estas prácticas de cocreación, lectura afectiva e interpretación situada evidencian que los públicos digitales no solo reciben mensajes, sino que los intervienen activamente, desplazando o reforzando sus sentidos.

Estas afirmaciones se sustentan en un estudio realizado durante mi investigación de tesis doctoral, donde se analizaron doce publicaciones institucionales difundidas por la Secretaría de Salud durante la pandemia. El enfoque metodológico combinó análisis semiótico

1. Las observaciones aquí presentadas derivan de los hallazgos obtenidos en mi tesis doctoral titulada *Las estrategias de comunicación en las redes sociodigitales. Estudio de la recepción de la Jornada de Sana Distancia en Facebook en los primeros seis meses de pandemia en México*, realizada en la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, en 2025.

(modelo octádico de Mandoki y propuesta de análisis de Umberto Eco para mensajes publicitarios), análisis de recepción (netnografía y sentimiento) desde una perspectiva hermenéutica profunda (Thompson, 1993). A partir de este trabajo se identificaron patrones recurrentes de apropiación, resignificación y reacción emocional por parte del público digital. Si bien este artículo no expone la totalidad de los resultados, los hallazgos extraídos permiten fundamentar de forma aplicada los aportes aquí presentados.

Este caso permite observar de manera concreta cómo el diseño visual, los recursos semióticos y la recepción emocional están entrelazados en la configuración de campañas institucionales. En lugar de funcionar como elementos aislados, estos tres componentes se articulan en un proceso complejo donde el sentido no es unívoco, sino disputado. Así, se responde a la necesidad de un análisis más profundo, como el que solicita la presente evaluación, al demostrar que es justamente en esta interrelación entre forma simbólica, intención comunicativa y apropiación social donde se gesta la eficacia —o la tensión— de un mensaje de bien público.

Conclusiones

El análisis de las campañas sociales desde la perspectiva del diseño, la semiótica y la recepción demuestra que la comunicación efectiva no es producto de un único componente, sino de la interacción dinámica entre múltiples elementos. El diseño gráfico, como mediador cultural, traduce conceptos abstractos en formas visuales que conectan con los públicos, mientras que la semiótica permite estructurar mensajes ricos en significados culturales y emocionales. Finalmente, la recepción posiciona al público como un agente activo, capaz de reinterpretar y cocrear los mensajes en función de su contexto y experiencia.

Este enfoque integral resulta especialmente relevante en un mundo marcado por la diversidad cultural y los rápidos avances tecnológicos. Las campañas sociales que logran combinar estos tres pilares pueden no solo transmitir mensajes claros y persuasivos, sino también

fomentar un diálogo significativo que impulse cambios sociales. Sin embargo, este proceso no está exento de desafíos. Las diferencias culturales, las barreras tecnológicas y la multiplicidad de interpretaciones posibles exigen una planificación cuidadosa y una constante adaptabilidad.

En el entorno digital, las redes sociodigitales amplifican tanto las oportunidades como los riesgos. Por un lado, permiten llegar a audiencias más amplias y diversas; por otro, incrementan la complejidad del proceso de recepción, al involucrar dinámicas de interacción y cocreación que pueden reforzar o desvirtuar los mensajes originales. Esto subraya la importancia de diseñar campañas sociales con una profunda comprensión de las mediaciones culturales y tecnológicas. La combinación de teorías de mediación social, comunicación digital y diseño gráfico propone un modelo integral que reconoce la importancia de los usuarios como cocreadores de mensajes. Esto amplía el concepto de comunicación hacia una dinámica más interactiva y socialmente consciente, posicionando al diseño como una herramienta esencial para fomentar el desarrollo social y cultural en un entorno digital interconectado. En un entorno hipermediático como el actual, las redes sociodigitales no solo amplifican la difusión, sino que introducen dinámicas de circulación del sentido que obligan a repensar las relaciones entre emisor y receptor. En este contexto, la figura del *produsuario* cobra especial relevancia como agente que participa en la producción de sentido, difuminando los límites tradicionales entre emisión, consumo y resignificación.

Esta investigación permitió traer a colación que la eficacia comunicativa de las campañas sociales no radica únicamente en su claridad conceptual o atractivo visual, sino en la interacción estratégica entre el diseño gráfico, la semiótica y la recepción, entendidos como componentes mutuamente constitutivos. A través del caso de la campaña “Susana Distancia”, por ejemplo, se observó cómo un mensaje institucional puede ser apropiado creativamente o resignificado irónicamente, revelando que el sentido nunca está cerrado. Así se evidenció que el diseño gráfico funciona como un mediador cul-

tural que traduce intenciones institucionales en formas simbólicas cargadas de valores, emociones y narrativas visuales que buscan conectar con el público.

La semiótica permitió desentrañar la complejidad estructural de estos mensajes, reconociendo que operan en múltiples niveles significantes: visual, retórico, afectivo e ideológico. Por su parte, la teoría de la recepción aportó una mirada crítica sobre el papel activo del destinatario digital, quien no solo decodifica los mensajes, sino que los transforma, recontextualiza o incluso rechaza en función de sus marcos culturales y emocionales.

El abordar las campañas sociales desde un enfoque que integre diseño, semiótica y recepción no solo enriquece su alcance e impacto, sino que también reafirma la importancia de comprender a los públicos como participantes activos en los procesos de comunicación. Este enfoque interdisciplinario no solo es una herramienta para la creación de campañas más efectivas, sino también una guía para la construcción de sociedades más inclusivas, informadas y conscientes.

Referencias

- Beattie, G. (2012). Lo que sabemos sobre el funcionamiento del cerebro humano. En Gandolfo, J. (Ed.), *La publicidad de bien público*. Temas Grupo Editorial.
- Bruns, A. (2007). *Produsage: A working definition*. En Actas de la 6ª. conferencia ACM SIGCHI sobre Creatividad y Cognición. Association for Computing Machinery, pp. 99-106 <https://doi.org/10.1145/1254960.1254975>
- Bruns, A. (2008). Blogs, Wikipedia, *Second Life*, and Beyond: From Production to Produsage. Peter Lang.
- Carlón, M. (2020) *Circulación del sentido y construcción de colectivos: en una sociedad hipermediatizada*. San Luis: Nueva Editorial Universitaria - UNSL.
- Castells, M. (2011). *La era de la información: Economía, sociedad y cultura. Vol. I. La sociedad red*. Siglo XXI.
- Damasio, A. (2011). *En busca de Spinoza: Neurobiología de la emoción y los sentimientos*. Ediciones Destino.
- Finucane, M. L. (2000). The affect heuristic in judgments of risks and benefits. *Journal of Behavioral Decision Making*, 13(1), 1-17.
- Frascara, J. (2000). *Diseño gráfico para la gente*. Gustavo Gili.
- Gandolfo, J. (2012). *La publicidad de bien público*. Temas Grupo Editorial.
- Iser, W. (1986). El proceso de lectura: Enfoque fenomenológico. En J. Mayoral (Ed.), *Estética de la recepción*. Arco libros.
- Jauss, H. R. (2013). *La historia de la literatura como provocación*. Gredos. (Obra original publicada en 1970)
- Jiménez, M. (1999). *¿Qué es la estética?* Idea Universitaria.
- Kahneman, D., & Tversky, A. (2014). *Pensar rápido, pensar despacio*. De bolsillo.
- Lizarazo, L. A. (2011). *Íconos, figuraciones, sueños. Hermenéutica de las imágenes*. Universidad Nacional de Colombia.

- Mandoki, K. (2006a). *Estética cotidiana y juegos de la cultura*. Siglo Veintiuno Editores.
- Mandoki, K. (2006b). *Prosaica: Introducción a la estética cotidiana*. Siglo Veintiuno Editores.
- Manes, F. (2021, julio). Toma de decisiones. *Pensar de nuevo*. [\[https://open.spotify.com/show/0NMAX9EvgJZgPeEN1288UI\]](https://open.spotify.com/show/0NMAX9EvgJZgPeEN1288UI) (<https://open.spotify.com/show/0NMAX9EvgJZgPeEN1288UI>)
- Martín Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía*. Gustavo Gili.
- Martín Serrano, M. (1986). *La producción social de la comunicación*. Alianza Editorial.
- Morquecho Teniza, D. (2020). *Las conferencias de prensa matutinas del presidente Andrés Manuel López Obrador y sus efectos en la opinión pública en la sociedad mexicana*. En Ponce, Matías, Gondo Macedo, Roberto, Kanashiro, Lilian y Velásquez Betancur, Jorge Alberto (coords.) Ponencias del XV Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación: GT3. Comunicación Política y Medios. Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC) y Universidad Pontificia Bolivariana (UPB), pp. 273-290. https://www.academia.edu/73956010/Ponencias_del_XVCongreso_ALAICO_2020
- Orozco Gómez, G. (2018) La múltiple audienciación de las sociedades contemporáneas: desafíos para su investigación. En *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, Universidad del Rosario, Colombia 11(1)13-25.
- Parris, M. (2012). Un pantallazo entre lo político y lo social. En Gandolfo, J. (Ed.), *La publicidad de bien público*. Temas Grupo Editorial.
- Shirky, C. (2002). The internet: Strongly edited, en *The edges*. <http://shirky.com>
- Storey, R. (2012). Iniciar un comportamiento positivo. En Gandolfo, J. (Ed.), *La publicidad de bien público*. Temas Grupo Editorial.
- Tapia, A. (2005). *El diseño gráfico en el espacio social*. Designio.
- Thompson, J. B. (1993). *Ideología y cultura moderna: Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*. UAM Xochimilco.
- Thompson, John B. (2010) *Los media y la modernidad: Una teoría de los medios de comunicación*. Paidós.
- Toffler, A. (1980). *La tercera ola*. Plaza & Janés.
- Van der Waarde, K. (2014). *Practical research in graphic design*. Princeton Architectural Press.

Visualización humanista en *Instagram*: relatos de sobrevivientes de abuso narcisista

*Humanistic visualization on Instagram: stories
from survivors of narcissistic abuse*

Mtra. Nasheli González Hernández
Universidad Autónoma Metropolitana
nasheli@gmail.com
ORCID: 0000-0002-1873-696X

Aceptado: 02/05/2025 **Publicado:** 27/09/2025

* Como citar este artículo / *How to cite this article*:
González H., N. (2025). Visualización humanista en Instagram: relatos de sobrevivientes de abuso narcisista. *un año de diseñarte, mm1*, (27), 28-45

Resumen

Este artículo analiza la complejidad de las narrativas autobiográficas de sobrevivientes de abuso narcisista en *Instagram*, a través de un enfoque de visualización humanista. Se abordan conceptos como identidad narrativa, resiliencia y reconstrucción subjetiva, integrados desde una perspectiva de pensamiento complejo. El estudio combina la ritualización digital con la representación visual de datos para explorar patrones emocionales y vínculos compartidos en un entorno digital. La visualización humanista permite traducir experiencias subjetivas en formas claras y sensibles, aportando una comprensión más profunda de estas vivencias y de su dimensión cultural y social.

Palabras clave: Visualización humanista, complejidad, narrativas autobiográficas, abuso narcisista, identidad digital, *Instagram*.

Introducción

Antes de empezar, es importante definir la visualización de la información como el proceso de representar gráficamente datos y conceptos abstractos, con el objetivo de facilitar su comprensión, análisis e interpretación. (Few, 2009). La visualización de datos actualmente, ha evolucionado más allá de su propósito inicial como herramienta analítica, adoptando nuevos enfoques que priorizan la experiencia humana.

Abstract

This article analyzes the complexity of autobiographical narratives shared by survivors of narcissistic abuse on Instagram, through a humanistic data visualization approach. It addresses concepts such as narrative identity, resilience, and subjective reconstruction, framed within a perspective of complex thinking. The study combines digital ritualization with visual representation of data to explore emotional patterns and shared connections within a digital environment. Humanistic visualization helps translate subjective experiences into sensitive and comprehensible forms, offering a deeper understanding of these lived experiences and their cultural and social dimensions.

Keywords: *Humanistic Visualization, Complexity, Autobiographical Narratives, Narcissistic Abuse, Digital Identity, Instagram.*

A través de gráficos, diagramas, mapas y otros recursos visuales, se transforma información compleja en formas más accesibles y comprensibles para el público (Tufte, 2001). Este campo combina técnicas de diseño gráfico, análisis de datos, comunicación visual y psicología cognitiva, permitiendo no solo mostrar información de manera eficiente, sino también descubrir patrones, tendencias y relaciones subyacentes.

Un ejemplo destacado de esta capacidad expresiva se muestra en la Figura 1, donde se representa el famoso gráfico de Minard¹ sobre la campaña de Napoleón en

1. Charles Joseph Minard (1781–1870) fue un ingeniero civil francés pionero en el uso de representaciones gráficas para comunicar datos estadísticos. Es reconocido por sus innovaciones en cartografía informativa, particularmente por su gráfico de 1869 sobre la campaña de Napoleón en Rusia, considerado una obra maestra de la visualización de datos por Edward Tufte.

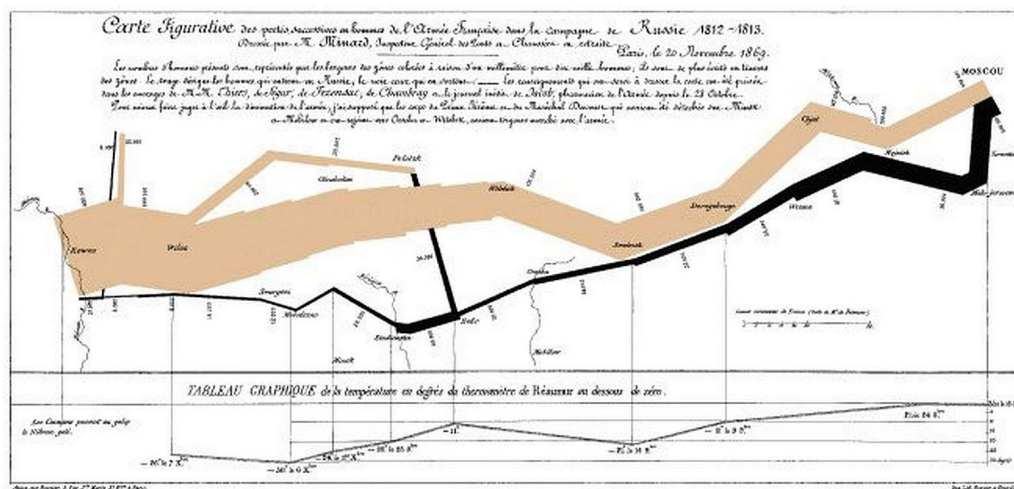


Figura 1. Gráfico de Charles Joseph Minard sobre la campaña de Napoleón en Rusia (1812).

Esta visualización integra múltiples dimensiones—ruta geográfica, número de soldados, temperatura y tiempo—en una sola representación. Edward Tufte la considera una de las expresiones más completas de la visualización de datos como herramienta narrativa y analítica. Fuente: Tufte, E. R. (2024). Napoleon's March [Poster]. Edward Tufte.

<https://www.edwardtufte.com/product/napoleons-march/>

Rusia. Edward Tufte lo destaca como una de las visualizaciones más efectivas en la historia del diseño de información, por su habilidad para condensar múltiples dimensiones en una narrativa visual integral (Tufte, 2001).

Aunque la visualización de datos nació como una herramienta para el análisis de grandes volúmenes de información, en la actualidad también permite representar dimensiones más íntimas y contar historias personales desde la subjetividad.

En este contexto, las narrativas autobiográficas en *Instagram* presentan un desafío único para las ciencias de la información: ¿cómo representar visualmente la complejidad de las experiencias personales, en especial aquellas ligadas a la vulnerabilidad emocional y el trauma, como el abuso narcisista? Este artículo explora la visualización humanista de datos como una metodología que respeta la naturaleza dinámica, plural y compleja de estas narrativas, permitiendo una representación más fiel de las interacciones, símbolos y experiencias presentes en las autobiografías digitales.

La forma en que los seres humanos se relacionan ha evolucionado de manera significativa, marcada por tramas relacionales cada vez más densas, trayectorias impredecibles y significados construidos desde la experiencia individual.

Estas relaciones no son estáticas; cambian y se adaptan en función del tiempo y del contexto social en el que se desarrollan. En la actualidad, esto es particularmente evidente con el impacto de las tecnologías de la comunicación, que han transformado la manera en que nos conocemos y reconocemos. Anteriormente, las interacciones cara a cara eran esenciales para establecer relaciones interpersonales. Sin embargo, hoy en día es posible mantener vínculos significativos durante largos periodos sin ningún tipo de contacto físico.

El hecho de que las relaciones se desarrollen en entornos virtuales, a través de redes sociales, podría incluso enriquecer estas interacciones, permitiendo una conexión más profunda entre individuos que deciden compartir aspectos más íntimos de sus vidas. En este sentido, las redes sociales facilitan el intercambio de

emociones, pensamientos y experiencias, lo cual posibilita un conocimiento mutuo más allá de las limitaciones físicas.

En México, el uso de redes sociales está altamente extendido, con 94 millones de usuarios activos, lo que representa el 73.4% de la población. Aunque no se cuenta con estadísticas precisas sobre cuántas personas forman relaciones románticas a través de estas plataformas, es indiscutible el papel de redes como *Facebook*, *Instagram*, *WhatsApp* y *Tik Tok* en las interacciones sociales. Del total de usuarios, el 52.7% son mujeres y el 47.3% son hombres. *Facebook* destaca como la plataforma más utilizada, con 83.75 millones de usuarios activos, seguida de *WhatsApp* e *Instagram* (Zendesk, 2023). Cabe aclarar que estas cifras no son excluyentes, ya que un mismo usuario puede estar activo en varias plataformas de forma simultánea. Por tanto, el número total de usuarios de redes sociales no representa la suma de los usuarios individuales de cada plataforma, sino que refleja el alcance general del ecosistema digital en el país.

Además, como explica Van Dijck (2013), las redes sociales no solo funcionan como herramientas de conexión interpersonal, sino que también modelan nuevas formas de identidad y comunidad a través de su arquitectura participativa. Esta transformación implica que plataformas como *Instagram* no solo son espacios de socialización, sino también de narración autobiográfica y construcción de significado colectivo. En este mismo sentido, investigaciones recientes muestran cómo las redes sociales sirven como espacios de apoyo entre pares, facilitando procesos de resiliencia emocional en comunidades digitales (Naslund, 2016).

Estos datos ilustran claramente cómo ha cambiado la forma en las personas se relacionan en la era digital. Las redes sociales no solo permiten la conexión interpersonal a pesar de la distancia, sino que también abren posibilidades para el establecimiento de amistades, relaciones amorosas e incluso oportunidades laborales en un ámbito global. Esta capacidad de conectar a las personas de diferentes partes del mundo

ha modificado profundamente las dinámicas sociales y emocionales (Way2net, 2023).

Hasta ahora, se puede observar que la manera en que las personas interactúan en redes sociales, como *Facebook* o *Instagram*, refleja una complejidad creciente. Estas interacciones no solo incluyen texto, sino también imágenes, videos, recursos gráficos y elementos de diseño que enriquecen el contexto comunicativo y ofrecen múltiples capas de significado. Este carácter multimodal permite que las redes sociales influyan de manera significativa en la construcción de la identidad digital, al integrar expresiones textuales con representaciones visuales, emocionales y estéticas.

Aunque las redes sociales facilitan conexiones emocionales y autenticidad percibida entre usuarios, el nivel de profundidad en estas relaciones no puede asumirse automáticamente por su carácter exclusivamente virtual. En cambio, depende de factores como la calidad de las interacciones, la continuidad del contacto y el grado de reciprocidad emocional. Estas características pueden ser clave en las narrativas autobiográficas, donde lo visual y lo textual se complementan para articular historias personales de manera más impactante y comprensible.

La información sobre las redes sociales, las narrativas autobiográficas y la visualización humanista de datos se vincula estrechamente con las “tres fuentes de inquietud de la complejidad señaladas por Raymundo Mier: la irreversibilidad de los procesos, el resplandor del instante y el reclamo intransigente de infinito” (López Aguilar, 2007, p. 25). En el contexto de las redes sociales, la irreversibilidad de los procesos es evidente en cómo las publicaciones en plataformas como *Instagram* generan consecuencias duraderas en la identidad y percepción de los individuos. Una vez publicadas, estas imágenes, textos o videos quedan registrados en la memoria digital colectiva, ya sea en servidores, capturas de pantalla realizadas por otros usuarios o referencias cruzadas en diferentes plataformas.

Incluso si el contenido original es eliminado, su huella digital persiste, pudiendo ser recuperada o reutilizada en contextos diferentes a la inicial. Este fenómeno de permanencia subraya cómo cada publicación afecta la narrativa personal de manera irreversible, ya que redefine continuamente cómo los demás perciben al individuo y cómo este se percibe a sí mismo. Esta dinámica refleja claramente el proceso de cambio continuo que Mier describe como irreversible en el mundo contemporáneo, en el que las acciones realizadas en un entorno digital no pueden deshacerse completamente ni ser borradas sin dejar rastros.

Esta capacidad de las redes sociales de proyectar el instante hacia la permanencia coincide con la reflexión de Mier sobre la importancia de los momentos fugaces en la construcción de significados, es en el “resplandor del instante” (López Aguilar, 2007, p. 25) que se manifiesta en las redes sociales a través de la captura y difusión de momentos efímeros que, aunque pasajeros, permanecen accesibles en el tiempo, reinterpretándose y adquiriendo nuevos significados. Como se menciona en el texto, “la relevancia de estas interrogaciones, con frecuencia relegadas en el ámbito del conocimiento positivo como meras pasiones especulativas, apareció a partir de la posibilidad de una aceleración insospechada de la capacidad de cálculo numérico iterativo por dispositivos electrónicos” (Mier, R. 2007, p. 25). Esto sugiere que la tecnología no solo captura momentos, sino que también transforma la comprensión de ellos, permitiendo que lo efímero adquiera una nueva dimensión de significado en el contexto digital.

Finalmente, esta lógica de lo interminable también se manifiesta en el uso cotidiano de las redes sociales. Los usuarios permanecen inmersos en un ciclo constante de producción y consumo de contenido, en el que la búsqueda de validación y la actualización continua de la identidad nunca se detienen. Esta dinámica refleja la dimensión de la complejidad que Mier describe como un reclamo intransigente de infinito: un flujo perpetuo de información y relaciones que impide alcanzar una conclusión definitiva o una forma estable del yo.

En resumen, las redes sociales no solo han transformado las formas de interacción humana al integrar elementos textuales, visuales y emocionales, sino que también han generado dinámicas complejas que afectan la identidad y la percepción personal. Estas plataformas permiten que lo efímero se convierta en permanente, redefiniendo cómo los individuos se relacionan consigo mismos y con los demás en un entorno digital. Al mismo tiempo, las características de irreversibilidad, instantaneidad y perpetuidad de las redes sociales subrayan la influencia de estas tecnologías en la manera en que se construyen significados, se organizan relaciones y se proyectan identidades en un contexto globalizado. Estas complejidades invitan a una reflexión más profunda sobre el impacto de las redes en las dinámicas sociales y culturales contemporáneas.

Dimensiones narrativas del trauma: complejidad y construcción autobiográfica en *Instagram*

Las narrativas autobiográficas permiten a los sobrevivientes de abuso narcisista integrar y resignificar sus experiencias, reconstruyendo su identidad después del trauma. Al compartir sus relatos, no solo procesan emocionalmente lo vivido, sino que también articulan nuevas formas de entenderse a sí mismos y de relacionarse con los demás.

En el contexto de las redes sociales, las narrativas autobiográficas han encontrado nuevas formas de expresión, donde las historias personales se combinan con elementos visuales y emocionales. Estas narrativas digitales no solo cuentan lo que alguien ha vivido, sino que lo presentan de manera interactiva, apelando a una audiencia más amplia y contribuyendo a la construcción de identidades en línea.

Según Page (2018), las narrativas compartidas en redes sociales como Instagram no solo transmiten experiencias personales, sino que también configuran relatos colectivos que fortalecen la identidad y el sentido de pertenencia de los usuarios. De este modo, los

relatos digitales actúan como dispositivos de autoafirmación y resiliencia compartida. Asimismo, Robards y Lincoln (2019) destacan cómo el uso continuo de redes sociales en procesos autobiográficos contribuye a la transición emocional y social hacia nuevas fases de vida, consolidando trayectorias de resiliencia digital.

En el contexto contemporáneo, Twenge y Campbell (2018) advierten sobre el auge del narcisismo cultural, caracterizado por una exaltación de la autoimagen, la validación externa y el individualismo, fenómenos que encuentran un caldo de cultivo propicio en las dinámicas de las redes sociales. Esta proliferación de valores narcisistas en plataformas digitales contextualiza y agrava las experiencias de abuso, haciendo aún más necesaria la visibilización de las narrativas de sobrevivientes.

El abuso narcisista se caracteriza por comportamientos manipuladores, controladores y desconsiderados por parte de una persona con tendencias narcisistas. Estos comportamientos pueden generar en las víctimas sentimientos de confusión, baja autoestima y trauma emocional. Las narrativas de los sobrevivientes, entonces, actúan como un medio para recuperar su voz, reinterpretar lo ocurrido desde una perspectiva de poder propio y reconstruir su identidad después de la experiencia.

En muchos casos, estas historias se comparten en formatos modernos, como publicaciones en redes sociales o comunidades digitales, donde los sobrevivientes encuentran una audiencia que valida su experiencia y les ofrece apoyo. Estas narrativas no solo cumplen una función terapéutica para quienes las cuentan, sino que también visibilizan las dinámicas del abuso narcisista, educando a la sociedad sobre este tipo de relaciones.

La cosmovisión, entendida como “la concepción que un grupo social tiene sobre su cosmos y las ideaciones que responden a preguntas fundamentales sobre la existencia” (Florescano Enrique, 2010, p. 107), está estrechamente vinculada a las narrativas autobiográficas y, particularmente, a las de los sobrevivientes de

abuso narcisista. Estas narrativas reflejan cómo las experiencias personales afectan y reconfiguran las estructuras ordenadoras de la vida cotidiana de los individuos.

En el caso de los sobrevivientes de abuso narcisista, el trauma vivido desafía profundamente su cosmovisión original, que podría haberse basado en conceptos como la confianza en las relaciones humanas, la estabilidad emocional o una percepción segura de su entorno social. Las dinámicas de abuso, generan una ruptura en estas creencias fundamentales, alterando la manera en que los sobrevivientes se relacionan consigo mismos, con los demás y con el mundo.

A través de sus narrativas autobiográficas, los sobrevivientes no solo cuentan lo ocurrido, sino que también reconstruyen su cosmovisión, respondiendo de nuevo a preguntas esenciales: *¿Quién soy después de esta experiencia? ¿Cómo puedo confiar en otros? ¿Qué significa el abuso en mi vida?* Este proceso narrativo permite a los sobrevivientes reinterpretar su entorno natural y social, transformando su cosmovisión rota en una nueva perspectiva que integra tanto el dolor como la resiliencia. La visualización de estos relatos, bajo un enfoque humanista, permite captar los patrones y temas recurrentes que se entrelazan en las historias de los sobrevivientes, contribuyendo a una comprensión más profunda de su realidad emocional y social (López Aguilar, 2007).

El concepto de auto similitud y patrones es otro punto de convergencia entre estos dos enfoques. Según López Aguilar (2007), “la auto similitud, en el sentido matemático, significa que el objeto está compuesto por pequeñas copias de sí mismo y cada una de ellas está compuesta, a su vez, por copias más pequeñas de la misma forma y así, sucesivamente” (p. 101). Este principio se aplica a la organización territorial de las comunidades originarias, donde las estructuras sociales y espaciales reproducen patrones organizativos en diversos niveles jerárquicos.

De manera similar, este concepto puede trasladarse al análisis de las narrativas de abuso narcisista. Al

examinar estas historias, emergen patrones comunes —como dinámicas de manipulación, dependencia y recuperación— que reflejan una experiencia compartida entre los sobrevivientes. Además, los patrones, definidos como elementos que, aunque complejos, pueden explicarse mediante principios no lineales y algoritmos organizativos (López Aguilar, 2007, p. 101), permiten identificar puntos recurrentes en estas narrativas.

A través de la visualización de la información, estos patrones pueden hacerse evidentes, facilitando la creación de una narrativa colectiva que resalte la resiliencia y el proceso de reconstrucción de los sobrevivientes, mientras se respetan las particularidades individuales de cada historia. Este enfoque no solo organiza las experiencias, sino que también las conecta con un marco más amplio de análisis, permitiendo comprender la interrelación entre lo individual y lo colectivo.

La visualización humanista de la información, no solo tiene un valor interpretativo, sino que también permite abordar la complejidad inherente a las narrativas autobiográficas. Estas narrativas, especialmente las de sobrevivientes de abuso, integran experiencias únicas y a menudo contradictorias, que requieren ser representadas de manera que respeten su profundidad emocional y subjetiva. Al transformar estas historias en representaciones visuales, se reconoce y valida su complejidad, desafiando las narrativas simplificadas o dominantes que suelen minimizar o distorsionar estas vivencias. Este enfoque fomenta una mayor empatía y comprensión, ofreciendo una plataforma inclusiva y significativa para que las voces de los sobrevivientes sean escuchadas y apreciadas en toda su riqueza y particularidad.

Los mitos, el orden y el desorden en las narrativas autobiográficas

Las narrativas autobiográficas, especialmente aquellas de sobrevivientes de abuso narcisista, operan de manera similar a los mitos en tanto que son relatos contruidos para darle coherencia y significado a ex-

periencias caóticas. Como el mito, estas narrativas buscan interpretar las vivencias individuales y colectivas, ofreciéndoles a los sobrevivientes de un abuso, un marco dentro del cual se pueda entender el sufrimiento, la recuperación y la resiliencia.

Balandier (1993), resalta cómo los mitos han sido, históricamente, una herramienta para enfrentar el desorden inherente a la existencia humana, imponiendo un sentido de orden sobre lo incierto (pp. 17-22). En el contexto digital de *Instagram*, las narrativas de sobrevivientes se presentan de forma organizada y deliberada, ya que la plataforma permite estructurar las historias a través de publicaciones cronológicas, etiquetas (*hashtags*) y descripciones cuidadosamente seleccionadas. Este orden no es casual; muchos sobrevivientes eligen compartir su experiencia siguiendo una secuencia que refleja su proceso personal, desde el reconocimiento del abuso hasta la recuperación y el empoderamiento.

La deliberación se observa en la forma en que se seleccionan las imágenes, los textos y los recursos visuales, que suelen estar diseñados para transmitir mensajes específicos o generar empatía en la audiencia. Además, el uso de herramientas como historias destacadas o publicaciones fijas en el perfil permite a los usuarios organizar su contenido para enfatizar ciertas etapas o aspectos de su narrativa. De esta manera, las narrativas no solo responden a una lógica personal, sino también a las posibilidades que ofrece la plataforma para dar visibilidad y coherencia a sus historias.

En este sentido, la visualización de datos no solo organiza la información de manera estética, sino que contribuye a la construcción de un relato que hace el trauma comprensible y compartible.

El concepto de ritualización propuesto por Balandier, al analizar el rol de los mitos en la sociedad, se puede aplicar de manera significativa a las dinámicas contemporáneas en plataformas digitales como *Instagram*. Balandier (1993), define la ritualización como un proceso mediante el cual los mitos y los rituales orga-

nizan y estructuran la vida social, actuando como medios para reafirmar el orden y la cohesión comunitaria en momentos de caos o cambio social (pp. 32-34). En el entorno digital, las prácticas de interacción social, particularmente en la forma de compartir historias personales y recibir retroalimentación de otros usuarios, reproducen este proceso ritual, configurándose como una versión moderna de los antiguos rituales sociales.

En *Instagram*, los usuarios que comparten narrativas autobiográficas, especialmente aquellas relacionadas con experiencias traumáticas como el abuso narcisista, están participando en un ritual digital que no solo busca ordenar su propio caos interno, sino también crear una identidad pública coherente. Esta práctica de compartir públicamente las experiencias, recibir comentarios, *likes* o mensajes de apoyo, actúa como un mecanismo ritual en el que el individuo no solo busca validación social, sino también reconocimiento emocional y simbólico. Este proceso de narrar y compartir en redes sociales se convierte en una ceremonia digital, donde el público juega el rol de testigo y participe de la historia del individuo.

Por ejemplo, sobrevivientes de abuso narcisista que utilizan *Instagram* para contar sus experiencias tienden a estructurar sus narrativas en fases: desde la identificación del abuso, pasando por la superación del trauma, hasta llegar a un estado de recuperación y empoderamiento. Este proceso narrativo recuerda a los ritos de paso tradicionales que van desde la separación, a través de la transición, hasta la reintegración, tal como los describe Van Gennep (1909, p. 19).

En este contexto, la comunidad en *Instagram*, a través de sus interacciones, actúa como la "comunidad liminal", un término acuñado por Victor Turner (1969), para referirse a aquellos que acompañan a un individuo en su transformación social y simbólica. La liminalidad, según Turner, se refiere al estado intermedio entre dos fases claramente definidas en un proceso de transformación, donde el individuo deja atrás una fase de su vida y se dirige hacia otra. En este contexto, la "comunidad liminal" es el grupo que acompaña a los individuos durante este período de ambigüedad, proporcionando apoyo y cohesión mientras se da la

transición. Este concepto, es fundamental para comprender las dinámicas sociales que ocurren durante los procesos de transición o transformación, y encuentra una resonancia significativa en el contexto de las narrativas autobiográficas de sobrevivientes de abuso narcisista en *Instagram*.

Esta dinámica puede observarse, por ejemplo, en publicaciones donde los sobrevivientes comparten hitos de su proceso de recuperación, como mensajes del tipo: "*Hoy cumplo un año libre de abuso*" o "*Hoy reconozco mi valor sin miedo*". Estas publicaciones suelen recibir múltiples reacciones de la comunidad, expresadas a través de comentarios como "*Eres una inspiración para quienes aún estamos en proceso*" o "*Nos das esperanza*"². Este intercambio simbólico no solo valida la transformación individual, sino que consolida un espacio de acompañamiento emocional donde los sobrevivientes experimentan un sentido de pertenencia y cohesión, característico de la comunidad liminal descrita por Turner (1969).

Un ejemplo concreto de esta ritualización digital puede observarse en las publicaciones de cuentas de *Instagram* que se dedican a compartir historias de superación y recuperación de abuso narcisista. Los comentarios en estas publicaciones suelen incluir frases como: "*Gracias por compartir tu historia, me siento identificada*", o "*Gracias por la explicación, me encanta tú contenido*". Lo cual, muestra cómo estas plataformas no solo permiten el intercambio de experiencias, sino también la validación y el reconocimiento colectivo. Este proceso es similar a lo que ocurre en los rituales tradicionales donde el individuo, a través de la comunidad, reafirma su lugar en la sociedad y obtiene reconocimiento por haber pasado por una experiencia transformadora (Goffman, 1959).

Este fenómeno de ritualización digital también tiene un impacto profundo en la creación de identidad personal. Como lo argumenta Erving Goffman (1959), en su teoría de la representación del yo en la vida cotidiana,

2. Por consideraciones éticas y de privacidad, se ha optado por describir estos ejemplos en forma narrativa, en lugar de incluir capturas de pantalla, respetando así la confidencialidad y la sensibilidad de las experiencias compartidas.

los individuos actúan de acuerdo con un guión en los diversos escenarios sociales que habitan, buscando la aprobación y validación del público.

En la investigación sobre narrativas autobiográficas en *Instagram*, los sobrevivientes de abuso narcisista que narran sus experiencias a menudo se encuentran en una fase liminal, ya que están navegando entre su pasado traumático y una nueva identidad basada en la resiliencia y la superación. Durante este proceso, la comunidad digital de seguidores (compuesta principalmente por otras personas que han atravesado situaciones similares) actúa como un espacio de tránsito simbólico, donde el reconocimiento mutuo facilita la transformación individual.

Según Turner (1969), el poder de la comunidad liminal radica en su capacidad para ofrecer un sentido de igualdad y comunión, donde las jerarquías sociales tradicionales se suspenden y los individuos experimentan una conexión profunda basada en su experiencia compartida. En *Instagram*, esto se manifiesta en la horizontalidad de las interacciones: los sobrevivientes, independientemente de su estatus social fuera de la plataforma, encuentran apoyo y validación de otras personas que han sufrido formas similares de abuso, lo que refuerza el sentido de cohesión y pertenencia dentro de la comunidad.

Además, al recibir retroalimentación de otros usuarios, como comentarios de apoyo o mensajes privados de personas que han experimentado situaciones similares, se refuerza no solo la cohesión social entre los miembros de esa comunidad digital, sino también el sentido de identidad del narrador. Los sobrevivientes de abuso, al compartir su historia y recibir validación de sus pares, experimentan un sentido de pertenencia que refuerza su proceso de sanación y autoconstrucción. Este tipo de retroalimentación colectiva, que simboliza la empatía y el apoyo mutuo, reproduce las dinámicas de cohesión social que Balandier (1993), identifica en los rituales tradicionales, donde la comunidad participa activamente en la estabilización emocional y social del individuo.

La visualización humanista de la información, en este contexto, cumple una función crucial al ser una herramienta que no solo da visibilidad a estas historias, sino que también les otorga una dimensión más profunda. La presentación visual de los datos biográficos, organizados de manera que revelen los patrones comparados de sufrimiento y recuperación, permite al público no solo observar, sino también empatizar y conectar emocionalmente con las experiencias representadas. De esta manera, la visualización humanista no es solo una técnica para organizar datos; es una forma contemporánea de mitología visual, que da sentido a las vivencias y ayuda a la comunidad a comprenderlas en su totalidad.

En la medida en que las narrativas autobiográficas en *Instagram* se vinculan con la idea de autenticidad, puede argumentarse que esta búsqueda está directamente relacionada con la función del mito, entendida según Balandier (1993), como una herramienta para la construcción y afirmación de identidades. Las personas que comparten sus historias de abuso narcisista a menudo buscan reafirmar su identidad y autenticidad en un espacio que, a pesar de su naturaleza caótica, les permite redefinir quiénes son. A través de la visualización humanista de la información, esta identidad se presenta no como algo fragmentado o en desorden, sino como una narrativa coherente y resiliente.

El pensamiento complejo de Morin y su articulación con las narrativas autobiográficas digitales

Las narrativas de sobrevivientes de abuso narcisista son ejemplos vívidos de lo que representa la complejidad. Cada historia personal está compuesta por capas de emociones contradictorias, dinámicas relacionales difíciles de clasificar, y contextos únicos que varían enormemente entre un individuo y otro. Como señala Morin (1990), las experiencias humanas no pueden comprenderse de manera unidimensional, ya que implican la coexistencia de elementos opuestos, tales como el amor y la violencia en las relaciones abusivas. En el contexto del abuso narcisista, la relación entre

víctima y perpetrador a menudo incluye momentos de afecto genuino y manipulación emocional, lo que confunde los límites entre lo que puede ser considerado amor o abuso.

Al aplicar el enfoque de Morin (1990), a la visualización humanista de datos, es posible representar estas experiencias en su plenitud, sin simplificar o descontextualizar las vivencias de los sobrevivientes. Por ejemplo, en lugar de limitarse a estadísticas que cuantifican el abuso, una visualización compleja puede destacar las relaciones entre emociones opuestas –amor, dependencia, miedo– y cómo estas evolucionan a lo largo del tiempo en una narrativa individual. Esto puede lograrse mediante diagramas que integren la cronología de los eventos con los cambios emocio-

nales o mediante gráficos que muestren la fluctuación entre la vulnerabilidad y la resistencia en las etapas de recuperación del abuso (véase Figura.2). Un ejemplo de este tipo de visualizaciones con enfoque humanista para *Instagram*, se presenta a continuación:

La Figura 2 presenta la metáfora visual de una montaña rusa para representar el ciclo emocional que experimentan muchas personas que han vivido una relación con una pareja narcisista. Esta imagen fue diseñada específicamente como publicación para *Instagram*, lo cual determina tanto su formato cuadrado como el uso de tipografía destacada, bloques de color y una narrativa visual pensada para captar la atención inmediata del espectador. En ella, se recurre a un lenguaje accesible y emocionalmente directo, propio del entorno



Figura 2. Curva emocional de sobrevivientes de abuso narcisista representada como montaña rusa.

digital, acompañado de ilustraciones que refuerzan la dimensión vivencial del mensaje.

A lo largo del recorrido de la montaña rusa se señalan distintas etapas del vínculo abusivo: desde la idealización inicial (amor), pasando por momentos de devaluación, dolor, reconciliación y descartes, hasta llegar a procesos de terapia y resiliencia. Cada curva y pendiente representa una fluctuación emocional abrupta, no lineal, que refleja la inestabilidad propia de este tipo de relaciones. La imagen no se apoya en datos numé-

ricos, sino que adopta un enfoque humanista centrado en la experiencia subjetiva, con el objetivo de generar identificación, validación emocional y conciencia. Esta representación visual no busca explicar el fenómeno con cifras, sino sensibilizar y acompañar a quienes atraviesan procesos similares, reforzando el mensaje de que “nombrarlo es el primer paso”.

Esta representación visual no solo busca empatizar con quienes atraviesan este tipo de vivencias, sino que también da cuenta de la complejidad inherente al

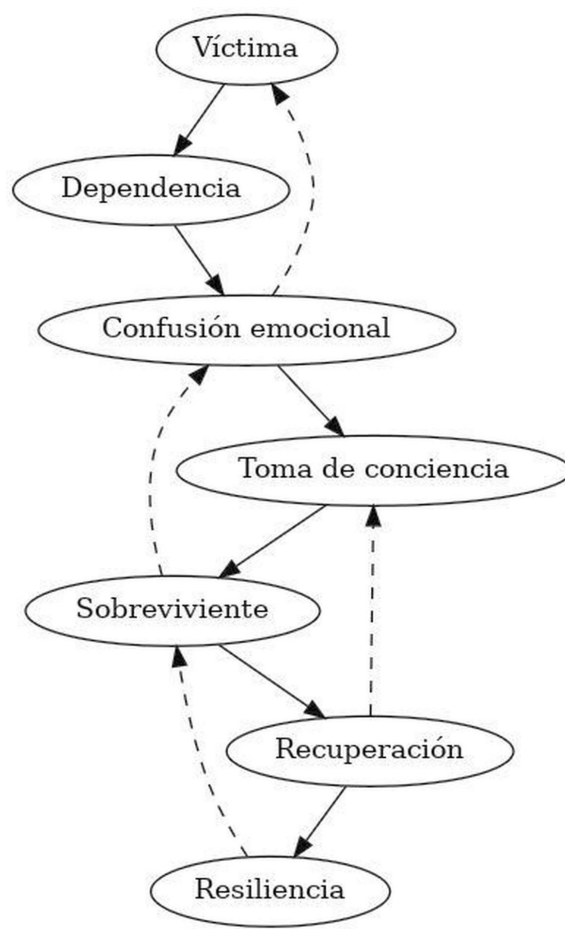


Figura 3. Mapa conceptual de la evolución de identidad en sobrevivientes de abuso narcisista.

proceso de reconstrucción subjetiva. En este sentido, lo emocional y lo visual se articulan con una dimensión más profunda: la conformación de la identidad. Tal como lo plantea Morin (1990), la identidad no es unívoca ni estable, sino un entramado dinámico de múltiples dimensiones que emergen y se reorganizan a lo largo del tiempo. Esta perspectiva permite comprender por qué los sobrevivientes de abuso narcisista, al narrar sus historias en *Instagram*, lo hacen desde posiciones identitarias diversas y a veces contradictorias, atravesadas por la ambivalencia emocional y los contextos cambiantes de su entorno digital y personal.

En *Instagram*, las personas narran sus experiencias desde múltiples identidades, dependiendo del contexto social, emocional y temporal en que se encuentren. Estas narrativas digitales reflejan no solo el trauma vivido, sino también la evolución hacia una nueva identidad basada en la resiliencia y el empoderamiento. Al analizar estas historias, se puede observar cómo las diferentes facetas de la identidad se interrelacionan y se transforman a lo largo del tiempo, permitiendo que los individuos procesen sus experiencias y reconstruyan su percepción personal desde múltiples perspectivas.

La visualización humanista de datos ofrece herramientas para representar la complejidad emocional de los sobrevivientes, facilitando la comprensión de sus procesos de resiliencia y transformación. Mediante diagramas y mapas conceptuales (véase Figura 3), es posible observar cómo las facetas de su identidad evolucionan a lo largo del tiempo, permitiendo no solo un análisis más profundo de sus relatos, sino también una vía para su autoexploración emocional.

La Figura 3 representa de manera visual el proceso de transformación de la personalidad que experimentan los sobrevivientes de abuso narcisista. El mapa conceptual traza un recorrido que inicia en la etapa de víctima y avanza hacia la resiliencia, pasando por estados intermedios como dependencia, confusión emocional, toma de conciencia, sobreviviente y recuperación. A través de conexiones tanto lineales como no lineales, el diagrama refleja la naturaleza dinámica

y no estrictamente progresiva de este tránsito emocional. Las líneas punteadas indican posibles retrocesos o fluctuaciones en el proceso, evidenciando que la reconstrucción de identidad no sigue un camino único ni definitivo, sino que es un flujo continuo de evolución, recaídas y avances.

Esta representación gráfica tiene un enfoque humanista, ya que prioriza la experiencia subjetiva de los individuos sobre un esquema rígido o cuantitativo, buscando sensibilizar al lector ante la complejidad emocional que acompaña la recuperación y transformación del ser. Esta perspectiva visual no solo busca representar la experiencia, sino también dialogar con ella desde un pensamiento complejo que reconoce la diversidad y la no linealidad de los procesos humanos.

Siguiendo con el enfoque del pensamiento complejo, se aborda la necesidad de una racionalidad autocrítica que sea consciente de sus propios límites y que se mantenga en diálogo constante con la experiencia empírica y emocional. En el contexto de la visualización humanista de datos, esto implica que los investigadores no deben abordar las narrativas de los sobrevivientes de manera fría o reduccionista, sino con una sensibilidad interpretativa que valore la singularidad de cada historia, es decir, se debe evitar la tentación de imponer modelos teóricos rígidos sobre la realidad compleja de las experiencias humanas (Morin, 1990).

En el caso de los sobrevivientes de abuso narcisista, esta autocrítica se traduce en un análisis que reconozca la diversidad de experiencias y que no busque generalizar o universalizar lo que son vivencias profundamente personales. Por lo tanto, las visualizaciones que se diseñen a partir de estas narrativas deben ser flexibles y abiertas a múltiples interpretaciones, permitiendo que el espectador explore diferentes aspectos de la experiencia sin imponer un marco interpretativo único.

El pensamiento complejo también establece que la visualización de ideas debe reflejar las constelaciones de conceptos que forman las redes de pensamiento y experiencia humana. En el contexto de las narrativas de abuso narcisista, esto implica que las visualizacio-

nes de datos no deben limitarse a meros gráficos estadísticos, sino que deben integrar los diversos aspectos emocionales, relacionales y temporales de estas vivencias. De esta manera, las visualizaciones pueden capturar la riqueza y la interconexión de las experiencias humanas, mostrando, por ejemplo, no solo la cantidad de publicaciones en *Instagram* relacionadas con el abuso, sino también las emociones asociadas con cada publicación, las interacciones entre los usuarios y la evolución temporal de las historias. Estas representaciones visuales ofrecen una comprensión más profunda de cómo los sobrevivientes narran y procesan su trauma en interacción con sus comunidades digitales.

El marco teórico de Morin (1990), invita a una aproximación integral que no solo considere los aspectos cuantitativos del abuso, sino que abarque las dimensiones emocionales y relacionales de las narrativas. En este sentido, la visualización humanista de datos se convierte en una herramienta clave para representar la complejidad inherente a las experiencias de los sobrevivientes, promoviendo una mayor empatía, reflexión y comprensión de estos relatos. Esto permite transformar los datos en narrativas visuales que resuenen emocionalmente, facilitando el análisis y la representación de las experiencias traumáticas de una manera que favorezca tanto la sanación personal como el entendimiento colectivo.

La interrelación entre el análisis de Georges Balandier y el marco teórico propuesto por Edgar Morin se establece en torno a la noción de que tanto el desorden como el orden en las narrativas autobiográficas son fundamentales para comprender la experiencia humana. Balandier (1993), argumenta que el desorden, lejos de constituir un mero obstáculo, puede actuar como un motor de transformación y civilización. Esta perspectiva se alinea con el enfoque integral de Morin (1990), quien aboga por una aproximación que trascienda los aspectos cuantitativos del abuso y que abarque las dimensiones emocionales y relacionales inherentes a las narrativas de los sobrevivientes.

En este contexto, la visualización humanista de datos emerge como un recurso metodológico clave que ope-

ra como un puente entre estos dos enfoques teóricos. Al posibilitar la representación visual de las narrativas, se facilita la expresión de la complejidad y ambigüedad de las experiencias de vida, un aspecto enfatizado por Balandier (1993). Esta dimensión resulta particularmente relevante en el estudio de las historias de abuso, donde el desorden emocional y la lucha por el significado a menudo desafían una articulación coherente. La visualización humanista convierte esos datos en relatos visuales que no solo informan, sino que también resuenan emocionalmente, promoviendo así una comprensión más profunda y empática de las vivencias de los individuos.

Además, al abordar las experiencias traumáticas desde una óptica visual, se fomenta un diálogo inclusivo y reflexivo que permite que las voces de los sobrevivientes sean escuchadas y valoradas en su totalidad. Esta transformación no solo facilita la sanación personal, al ofrecer un espacio propicio para la expresión y el reconocimiento del dolor, sino que también contribuye al entendimiento colectivo, estableciendo un vínculo entre el desorden de las experiencias individuales y la necesidad de orden en la narrativa social.

Las historias de los seres humanos son complejas

Como plantea Edgar Morin (1977), la identidad humana es el resultado de una interacción continua entre dimensiones biológicas, culturales, emocionales y sociales que no pueden entenderse de manera aislada. Esta perspectiva invita a comprender las narrativas autobiográficas como procesos dinámicos donde las experiencias individuales y los contextos socioculturales se entrelazan, dando lugar a identidades en constante evolución.

Asimismo, el concepto de identidad como una construcción narrativa ha sido ampliamente estudiado en el ámbito de la filosofía y la sociología. Paul Ricoeur (1995), argumenta que la identidad de una persona se forma y se reinterpreta constantemente a través

de las historias que cada individuo cuenta sobre sí mismo. Estas narrativas no solo integran experiencias personales, sino que también son moldeadas por las interacciones sociales y los contextos culturales. La perspectiva de Ricoeur resalta la importancia de la narrativa como un medio para articular y dar sentido a las dimensiones múltiples que constituyen la identidad.

Clifford Geertz (1983), en el campo de la antropología, enfatiza el papel del contexto cultural en la formación de la identidad humana. Asimismo, plantea que los seres humanos no pueden ser comprendidos de manera aislada de las complejas redes de significados que constituyen sus contextos culturales. La identidad, según Geertz, es profundamente influida por las normas, valores y estructuras sociales, lo que añade otra capa de complejidad al estudio de las historias humanas. Esta perspectiva subraya cómo las experiencias individuales están interrelacionadas con las estructuras culturales que las rodean.

Además, el psicólogo Kenneth Gergen (2011), aborda la multidimensionalidad de las experiencias humanas desde una perspectiva relacional. Gergen sostiene que la identidad y las narrativas personales se construyen y transforman a través de las interacciones continuas con otros y con el entorno. Este enfoque relacional destaca que la identidad humana no es estática, sino que se encuentra en un constante proceso de evolución, influenciada por las experiencias compartidas y los contextos sociales en los que se desenvuelven las personas.

Volviendo a Morin (1990), este establece un marco conceptual relevante para el estudio de la visualización humanista de datos y las narrativas autobiográficas en *Instagram*, especialmente en el contexto de los sobrevivientes de abuso narcisista. Morin subraya la necesidad de comprender al ser humano como una entidad compleja, donde se entrelazan dimensiones biológicas, culturales, sociales e individuales. Esta perspectiva es fundamental para abordar la riqueza y la profundidad de las narrativas autobiográficas, que exploran y expresan la identidad personal en plataformas digitales como *Instagram*.

Morin subraya la necesidad de comprender al ser humano como una entidad compleja, en la que convergen aspectos biológicos, sociales, culturales e individuales. Esta mirada integradora resulta fundamental para abordar la riqueza de las narrativas autobiográficas, especialmente aquellas que expresan procesos de identidad personal en plataformas digitales como *Instagram*.

Su teoría propone superar enfoques reduccionistas mediante una comprensión articulada de las múltiples dimensiones que configuran la experiencia humana. Esta perspectiva se alinea con el propósito de la visualización humanista de datos, que no solo busca representar información cuantitativa, sino también traducir emociones, vínculos y experiencias subjetivas en formas visuales comprensibles. En el caso de los sobrevivientes de abuso narcisista, sus relatos autobiográficos son profundamente complejos y multifacéticos, lo que exige una aproximación sensible a la interrelación entre emociones, relaciones y procesos de construcción de su personalidad.

Morin también introduce el concepto de “trinidades” o tríadas, tales como individuo-sociedad-especie y cerebro-cultura-mente, que subrayan la interdependencia de distintos aspectos de la identidad humana. Estas trinidades pueden compararse con la manera en que las narrativas visuales en *Instagram* integran lo personal con lo colectivo, lo racional con lo emocional y lo individual con lo social. A través de la visualización humanista de datos, es posible traducir estas complejas interacciones en representaciones visuales que capturan la naturaleza multifacética de las experiencias de los sobrevivientes.

Del mismo modo en que Morin concibe la evolución de la cultura y las creencias como un proceso continuo, las narrativas visuales en *Instagram* funcionan como un medio dinámico para transformar y reconstruir historias personales. Estas formas de expresión autobiográfica son fluidas y se modifican con el tiempo, reflejando tanto procesos de crecimiento subjetivo como influencias del entorno sociocultural.

El orden emerge del caos

Según lo expuesto hasta ahora, la identidad humana se construye en la confluencia de múltiples dimensiones (desde lo biológico y emocional hasta lo cultural y social), todas ellas en constante transformación. En el caso de los sobrevivientes de abuso narcisista, el trauma vivenciado produce una fuerte sensación de desorganización, afectando su percepción del yo y la continuidad narrativa de sus vidas. En este contexto, la visualización humanista de datos emerge como una herramienta valiosa para representar dichas vivencias de forma comprensible, ayudando a reordenar lo vivido y favoreciendo procesos de resignificación que permitan restablecer un sentido de coherencia en su narrativa personal.

La emergencia del orden a partir del caos, es fundamental para comprender cómo las narrativas autobiográficas pueden evolucionar a partir de experiencias traumáticas. Las historias de los sobrevivientes de abuso no se limitan a ser meros relatos de sufrimiento, sino que también son testimonios de reorganización y construcción de significado a partir del caos emocional y psicológico que el abuso les ha impuesto. La visualización de estas experiencias a través de herramientas de datos humanistas permite organizar las narrativas de modo que reflejen una evolución hacia una identidad más fortalecida y consciente. Este proceso narrativo se convierte en un mecanismo esencial para la reconstrucción del sentido del yo y para transformar el dolor en un motor de crecimiento y autoconocimiento.

Dentro del marco teórico de la complejidad propuesto por Morin, la identidad humana se entiende como un proceso en constante evolución, marcado por la adaptación a nuevas circunstancias. Esta perspectiva se relaciona estrechamente con el papel que cumplen las narrativas de sobrevivientes de abuso narcisista como vehículos de transformación subjetiva. Relatar y visualizar sus vivencias no solo cumple una función catártica y reparadora, sino que también les permite reelaborar su historia personal y redefinir el modo en que se perciben a sí mismos. La narración se convierte así en un proceso activo de resignificación, en el que

el sufrimiento se transfigura en testimonio de resistencia, facilitando una nueva comprensión del yo y de su posicionamiento en el entramado social.

Asimismo, la interacción entre desorden y organización, se refleja en la manera en que los sobrevivientes de abuso narcisista procesan sus experiencias traumáticas. El abuso puede llevar a las víctimas a un estado inicial de desorden emocional y psicológico, caracterizado por la confusión y la pérdida de control sobre sus vidas. Sin embargo, mediante la visualización y la narración de sus historias, estas personas pueden comenzar a reorganizar y dar sentido a sus experiencias, creando un relato que les permita comprender su sufrimiento desde una perspectiva más clara y estructurada. Esta transformación es crucial para el proceso de sanación y para la capacidad de los sobrevivientes de redefinir su identidad y su sentido de pertenencia en el mundo.

Por otro lado, si hablamos de la noción de emergencia y complejidad de los sistemas, en el caso de las narrativas de sobrevivientes, esta emergencia puede ser entendida como la manifestación de un nuevo sentido de identidad y significado que se desarrolla a partir de la interacción entre sus experiencias individuales, su contexto cultural y las influencias sociales que los rodean.

En este contexto, la emergencia y la complejidad actúan como motores que impulsan el proceso de transformación desde el desorden hacia el orden. A medida que las experiencias individuales se integran en una narrativa colectiva, se revela un patrón más amplio que no era evidente en la confusión inicial del caos. Autores como Bruner (1991) o Gergen (2011) han planteado que el sentido del yo no es una entidad fija, sino una construcción narrativa en constante transformación, moldeada por la interacción entre la experiencia individual y los marcos socioculturales.

Además, la visualización de datos no solo organiza y da sentido a estas narrativas complejas, sino que también actúa como una herramienta de retroacción, ayudando a los sobrevivientes a reflexionar sobre sus experiencias desde una perspectiva más clara y es-

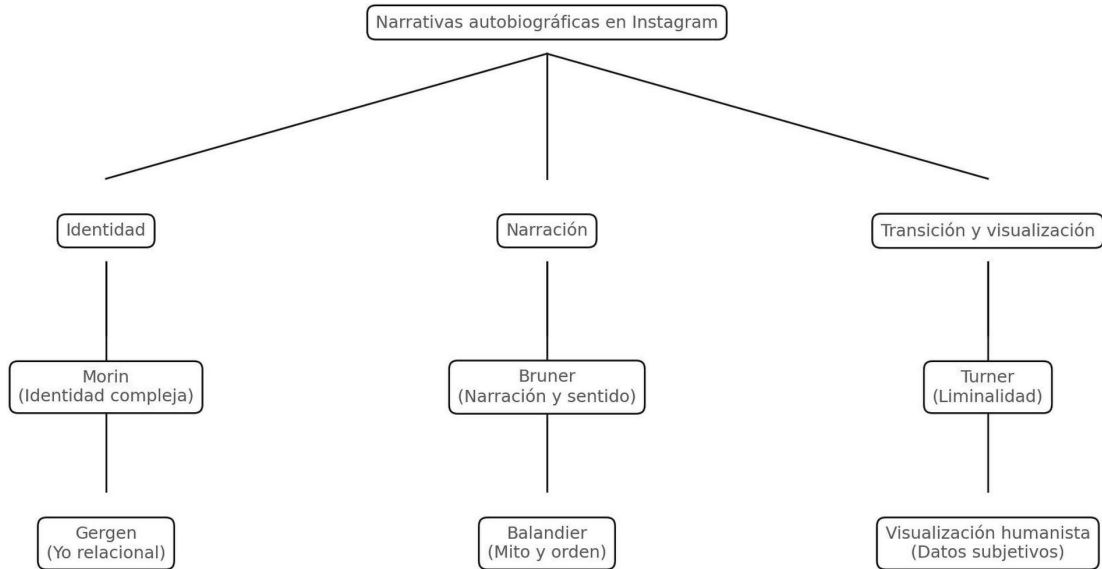


Figura 4. Mapa mental de los principales aportes teóricos utilizados en este artículo para abordar la complejidad de las narrativas autobiográficas en *Instagram*. Se agrupan tres ejes clave –identidad, narración y transición– con sus respectivos autores, mostrando cómo cada uno contribuye a entender la construcción del yo, la resignificación del trauma y la dimensión visual del relato en contextos digitales.

tructurada. Este proceso de reflexión y reconfiguración es fundamental para restablecer un sentido de control y agencia sobre su propia historia, permitiendo que las víctimas de abuso narcisista se conviertan en narradores activos de su propia experiencia, transformando el dolor en una fuente de resistencia y crecimiento.

Conclusiones

Este trabajo resalta la importancia del diseño en la visualización humanista de datos como una herramienta fundamental para representar la complejidad de las narrativas autobiográficas de sobrevivientes de abuso narcisista. La combinación del pensamiento complejo con el diseño visual permite organizar experiencias

marcadas por el caos emocional y social, facilitando el proceso de reconstrucción de identidad y resiliencia.

Al integrar elementos del pensamiento complejo, como la multidimensionalidad y la coexistencia de opuestos, se logran representaciones visuales que respetan la singularidad de cada historia, al tiempo que destacan patrones comunes que enriquecen el entendimiento colectivo.

Además, al abordar estas narrativas desde una perspectiva humanista, la visualización no solo representa datos, sino que fomenta la empatía y el reconocimiento, proporcionando un espacio para que las voces de los sobrevivientes sean escuchadas. En plataformas

como *Instagram*, el diseño actúa como un medio que estructura y da sentido a estas historias, respetando su singularidad y revelando patrones comunes. Al mismo tiempo, convierte estas narrativas en experiencias visuales que fomentan empatía y reconocimiento colectivo. *Instagram* se convierte en un escenario moderno de ritualización, donde las interacciones no solo validan, sino también potencian los procesos de sanación y autoconstrucción.

Para integrar visualmente los aportes teóricos desarrollados a lo largo del artículo y evitar redundancias, se presenta este mapa mental que sintetiza las perspectivas clave sobre identidad, narración y complejidad. Este esquema permite observar cómo cada autor contribuye a comprender las narrativas autobiográficas en *Instagram* como expresiones complejas, dinámicas y profundamente vinculadas a la experiencia emocional y cultural de los sobrevivientes.

En última instancia, la visualización humanista de datos trasciende su función representativa, convirtiéndose en un medio para la reflexión, la sanación y el cambio social. Este enfoque nos invita a comprender la complejidad de las experiencias humanas desde una perspectiva más inclusiva y significativa, subrayando el poder transformador de las narrativas visuales en la construcción de identidades resilientes y comunidades solidarias, a la vez que amplifica voces, visibiliza hábitos y demuestra el poder transformador de las narrativas visuales en el contexto digital contemporáneo.

Referencias

- Balandier, G. (1993). *El Desorden: La teoría del caos y las ciencias sociales. Elogio de la fecundidad del movimiento*. Gedisa.
- Bruner, J. (1991). The narrative construction of reality. *Critical Inquiry*, 18(1), 1–21. <https://doi.org/10.1086/448619>
- Few, S. (2009). *Now You See It: Simple Visualization Techniques for Quantitative Analysis*. Analytics Press; First Edition.
- Florescano Enrique, J. O. (2010). *Atlas del patrimonio natural, histórico y cultural de Veracruz. Tomo III*. Gobierno del Estado de Veracruz,.
- Geertz, C. (1983). *La interpretación de las culturas*. Gedisa.
- Gergen, K. J. (2011). *Relational Being: Beyond Self and Community*. Oxford University Press.
- Goffman, E. (1959). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Amorrortu Editores.
- López Aguilar, F. B. (2007). *Antropología Fractal*. CIMAT,.
- Mier, R. (2007). Notas sobre la complejidad en las ciencias sociales: De la formalización a las metáforas. En F. López Aguilar & F. Brambila Paz (Eds.), *Antropología fractal* (pp. 19–30). CIMAT.
- Morin, E. (1977). *EL Método, La Naturaleza de la Naturaleza*. Ediciones Cátedra.
- Morin, E. (1990). *Introducción al pensamiento complejo*. Gedisa.
- Naslund, J. A. (2016). *The future of mental health care: Peer-to-peer support and social media*. . *Epidemiology and Psychiatric Sciences*, 25(2), 113-122.
- Page, R. (2018). *Narratives Online: Shared Stories, Social Media and Digital Storytelling*. Cambridge University Press.
- Ricoeur, P. (1995). *Tiempo y Narración*. Siglo XXI.
- Robards, B. & Lincoln, S. (2019). *Growing Up on Facebook: Social Media Identity, and the Transition to Adulthood*. Routledge.
- Tufte, E. R. (2001). *The Visual Display of Quantitative Information*. Cheshire. Graphics Press.
- Turner, V. (1969). *The Ritual Process: Structure and Anti-Structure*. Aldine Publishing Company.
- Twenge, J. M., & Campbell, W.K. (2018). *The narcissism epidemic: Living in the age of entitlement*. Atria Books.
- Van Dijck, J. (2013). *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. Oxford University Press.
- Van Gennep, A. (1909). *The Rites of Passage*. University of Chicago Press.
- Way2net. (12 de 10 de 2023). Estadísticas de Redes Sociales en México 2023: <https://www.way2net.com/2023/10/estadisticas-de-redes-sociales-en-mexico-2023/>
- Zendesk (2023).01 de 05 de 2023. Zendesk. +20 estadísticas de redes sociales y ventas para inspirarte: <https://www.zendesk.com.mx/blog/estadisticas-de-ventas-por-redes-sociales/>

Semiótica del objeto artesanal

Semiotics of handcrafted objects

Mtro. Miguel Hirata Kitahara

Universidad Autónoma Metropolitana - Azcapotzalco

mhk@azc.uam.mx

ORCID: 0000-0002-6400-0056

Aceptado: 29/05/2025 **Publicado:** 27/09/2025

* Como citar este artículo / *How to cite this article:*
Hirata K., M. (2025). Semiótica del objeto artesanal. *un año de diseñarte, mm1*, (27) 46-63.

Resumen

Este artículo trata sobre la artesanía como objeto semiótico desde la perspectiva de Iuri Lotman (1996), en la que ésta se ubica dentro de una *semiosfera* específica, y se plantea la artesanía como un sistema cultural semiótico en el que se estudia cada objeto artesanal como un texto, para lo cual un mensaje debe codificarse al menos dos veces. Para diferenciar un signo y el texto de un objeto, se realizó un ejercicio de textualización de los objetos artesanales definidos por ramas en la que se tomaron en cuenta sus funciones socio-comunicativas.

Palabras clave: Artesanías, semiótica, *semiosfera*, texto, Lotman

Introducción

Abstract

This article is about handcrafted objects as semiotic objects from the perspective of Iuri Lotman (1996), in which they are located in a specific semiosphere, crafts are presented like a cultural semiotic system and each artisanal object is studied as a text, for which a message must be encoded at least twice. To differentiate a sign and the text of an object, a textualization exercise was carried out on the craft objects defined by branches in which their socio-communicative functions were taken into account.

Keywords: Crafts, Semiotics, Semiosphere, Text, Lotman

El presente artículo forma parte de una investigación más amplia sobre las artesanías mexicanas que se ha llevado a cabo durante los últimos tres años, como parte de ella, un estudio sobre este tema desde la semiótica es fundamental para identificar aspectos relevantes del objeto artesanal como un objeto de comunicación, y así, poder conocer y comprender un poco más la sociedad que genera estos objetos: la sociedad mexicana.

Una pregunta que busca responder este artículo es ¿Qué mensajes nos transmiten los artesanos a través de los objetos que crean y la semiosfera en la que se hallan inmersos? Para lo cual se presenta un breve recorrido de los estudios que se han hecho del objeto semiótico, se reflexiona el cómo y el por qué el paso de un objeto artesanal a un objeto antropológico, y finalmente, a un objeto semiótico. Se ubica al objeto artesanal como parte de una *semiosfera*, el cual es definido por Lotman (1996), como un espacio semiótico fuera del cual es imposible la existencia de la *semiosis*¹, sólo en este espacio se hace realidad el acto signífico particular.

La *semiosfera* se caracteriza por dos rasgos distintivos: espacio delimitado e irregularidad semiótica.

1. Proceso de creación de significado de un signo en el perceptor.

Asimismo, cada *semiosfera* está organizada por un núcleo y su periferia. En este artículo se menciona como referencia el estudio realizado por Diana Isabel Mejía Lozada (2015) quien ubica en una *semiosfera* a las mujeres artesanas de Tlaquilpa, Veracruz. Asimismo, el autor del presente artículo sugiere otras *semiosferas* como posibilidad de estudio dentro del ámbito de las artesanías: (1) artesanos de los pueblos originarios, (2) artesanos tradicionales, (3) artesanos urbanos, (4) artesanos artistas y (5) artesanos innovadores.

Continuando con Lotman, se plantea la artesanía como un sistema cultural semiótico en el que se estudia cada objeto artesanal como un texto, para lo cual un mensaje debe codificarse al menos dos veces. La doble codificación puede referirse a dos lenguajes distintos o a canales diferentes de transmisión de información.

Para diferenciar un signo y el texto de un objeto, se realizó un ejercicio de textualización de los objetos artesanales definidos por ramas en la que se tomaron en

cuenta sus funciones socio-comunicativas. Se infiere que los objetos artesanales son mensajes con una intención variada por parte del emisor ("*destinador*"), que puede ser consciente o no, e ir desde una mera intención utilitaria a una intención profunda y trascendente, dependiendo de las circunstancias.

El objeto artesanal se mueve dentro de códigos ya delimitados por la tradición y que cumplen la función de la memoria colectiva, de tal manera que existen parámetros que determinan las características de un objeto artesanal para ser reconocido como tal. El contexto cultural de las artesanías parecería ser bastante amplio, pero a la vez busca la replicación del texto (el objeto artesanal) más que la creación expreso de nuevos textos.

Este artículo se elabora desde la perspectiva del diseño, y busca al final, favorecer una mejor comprensión de la artesanía, un tema que es muy conocido y querido a todos los mexicanos, en particular, del objeto



Figura 1. Máscaras de madera, artesanía de la Sierra Tarahumara.
Fotografía de Ricardo Espinosa, (2020), con permiso del autor.

artesanal, con fines prácticos aplicables a soluciones de diseño.

Al enfocar el estudio del objeto artesanal como un texto semiótico a partir de la *semiosfera* de Lotman, se propone una aproximación diferente a escritos previos sobre la artesanía que se han escrito desde el diseño y que se han enfocado sobre todo en el objeto semiótico como signo, dirigiendo su atención particular a la semiótica de la imagen.

El objeto artesanal como un objeto semiótico

1. Diferentes etapas para el estudio del objeto semiótico

En sus inicios la artesanía cubrió las necesidades inmediatas y básicas de los seres humanos a través de la elaboración con las manos de distintos objetos, objetos artesanales que al paso del tiempo, y del desarrollo de las civilizaciones, fueron acumulando elementos que representaban la identidad, la historia y las tradiciones de las sociedades en las que estos objetos se elaboraban, de tal manera que en cada momento, los objetos elaborados artesanalmente eran apreciados por cumplir funciones de uso, pero también por cumplir funciones estéticas y simbólicas. Al grado que, en la actualidad, muchas veces son adquiridos más por sus características estéticas o simbólicas que de uso.

Un estudio de los valores estéticos y simbólicos del objeto artesanal nos lleva a reconocer los valores comunicativos que estos objetos tienen y una forma de estudiarlos es a través de la semiótica.

El investigador Alfredo Cid Jurado (2002), hace una interesante recopilación de cómo se ha estudiado el objeto desde la semiótica, agrupándola en varias etapas: (1) la de los estudios precursores, (2) la etapa presemiótica, (3) la etapa translingüística y (4) la etapa semiótica.

Estas etapas están relacionadas con el desarrollo mismo de la semiótica durante la segunda mitad del siglo XX, en el que se plantea al objeto desde una perspec-

tiva comunicativa, por lo que para su reflexión y estudio los investigadores utilizan los modelos y métodos disponibles en ese momento.

De la primera y segunda etapas, la de los estudios precursores de los objetos y la etapa presemiótica, Cid Jurado (2002), menciona que en estas etapas se definen las bases para un estudio interdisciplinario del objeto, mencionando, entre otros, a Abraham Moles (1972) quien busca lograr una teoría integral en el estudio del objeto desde una perspectiva cercana a la semiótica, y con un carácter sociológico.

De la tercera etapa, la del objeto translingüístico, se estudia al objeto en su relación con el lenguaje, de manera complementaria, y de tal manera que uno no puede prescindir del otro. "El objeto requiere la función mediadora del lenguaje para tener acceso al significado" (Cid Jurado, 2002, p. 3).

Se nombra a Roland Barthes (1966), quien en la búsqueda de la dimensión semántica del objeto, plantea una tipología del objeto como punto inicial de toda actividad de análisis y estudio. El objeto es *polisémico* (connota en diversas direcciones), es un mediador entre la acción y el hombre (es "transitivo") y se convierte en un objeto-signo al connotar la función que en cuanto objeto puede realizar.

Para estudiar la dimensión semántica del objeto, Barthes plantea dos coordenadas: la simbólica y la de clasificación. La simbólica se refiere al aspecto metafórico, implícita al objeto ya que ésta posee al menos un significado; la de clasificación se refiere a la taxonomía que cada sociedad impone en su uso cotidiano a los objetos para su uso y comercialización. Estas coordenadas permiten estudiar los fenómenos relacionados con el carácter polisémico de los objetos, se trata de descomponerlos en los elementos mínimos significantes, y gracias a ello, comprobar su funcionalidad. En la medida es que éstos generan sentido se convierten en signos.

De la cuarta etapa, la de los signos, Cid Jurado presenta a Jean Baudrillard (1997), quien desde la se-

miótica estructural presenta a los objetos como parte de un sistema, que no sólo son satisfactores de necesidades primarias sino que también son signos que comunican muchos aspectos como status, feminidad, tradición, modernidad, elegancia, etc.

En cuanto a los criterios de clasificación de los objetos, predomina el de su función, aunque existe una discordancia entre las estructuras funcionales y la tecnología necesaria para la producción de los objetos, es decir, entre el plano de los significados y el plano tecnológico. Así, en el plano tecnológico se manifiesta una evolución lineal que sigue un requerimiento funcional, pero que resulta insuficiente para el análisis cotidiano de los objetos ya que dicho ambiente cotidiano posee un carácter abstracto, y es el hombre, como parte de un sistema cultural determinado, quien determina la multiplicidad de funciones y necesidades del objeto, y le da sentido, convirtiéndolo en un protagonista.

Un estudio sistemático del objeto debe, desde esta perspectiva, tomar en cuenta la evolución de la tecnología que modifica su función primordial, debe observar los cambios de sentido en la connotación del objeto e incluir una crítica de la ideología práctica de éste.

De esta etapa también se alude a Umberto Eco (1984, 1999), quien considera la cultura como un fenómeno primordialmente comunicativo por lo que podemos identificar como signos todo aquello que la conforma. Se trata de estudiar los objetos de acuerdo a las funciones comunicativas que se pueda reconocer en ellos y su tipologización deriva de estudios previos sobre el signo arquitectónico. La tipologización es posible gracias a la presencia de un código que permite identificar la función primaria (denotada) y una secundaria (connotada).

2. El objeto artesanal como objeto antropológico

Para el estudio del objeto como signo, y en momentos posteriores como texto, a partir de los años setenta del siglo pasado la semiótica ha recurrido a un trabajo

interdisciplinario, apoyado entre otras áreas de conocimiento, por la antropología, la mercadotecnia y la sociología, lo que ha llevado a exploraciones sobre el concepto de signo y código, el problema del iconismo y la naturaleza comunicativa de la arquitectura, así como el diseño y el marco social que lo genera.

Uno de los enfoques de estudio del objeto pertinente a este artículo es la de una visión antropológica del objeto. El objeto antropológico es el punto de encuentro de la antropología, la etnología y la semiótica, y, en la que la transmisión y la conservación de la memoria (implícita en todo sistema cultural) es fundamental para todo proceso de comunicación. Un análisis semiótico desde esta perspectiva se dirige hacia la reconstrucción de las condiciones materiales, técnicas y estéticas que hacen posible la existencia de un objeto en la sociedad. (Cid Jurado, 2002)

En este escrito se realiza una reflexión sobre la relación de los objetos y la cultura a la que pertenecen, y su contribución a la identidad cultural debido a que dichos objetos reflejan la cultura que los produce.

El objeto etnológico busca la relación entre la ideología y la forma del producto, observando el objeto como la suma de sistemas que permite analizar la memoria colectiva de una cultura en un momento y espacio determinado. (Cid Jurado, 2002)

En el caso de las artesanías, podríamos identificar a los objetos artesanales con base en las características que se indican a continuación, que son la síntesis de las múltiples definiciones sobre artesanía que se han encontrado por parte de este investigador (FONART, 2015; Grisales Vargas, 2015; Navarro-Hoyos, 2016; UNESCO, 1997):

- No sigue los principios de especialización, división y mecanización del trabajo.
- Equivalente al “arte popular”. Es una forma de arte tradicional.
- Es una forma de trabajo manual o que utiliza herramientas manuales o mecánicas, pero en



Figura 2. Cestas de tejido de fibra vegetal, artesanía de la Sierra Tarahumara.
Fotografía de Ricardo Espinosa, (2020), con permiso del autor.

- el que la contribución manual es el componente más importante.
- Realizado individualmente o en una unidad familiar.
- Transmitidos por tradición de padres a hijos.
- Generalmente son de carácter anónimo.
- Los objetos artesanales son de una variada calidad y maestría.
- Pueden ser duraderos o efímeros.
- Se producen en pequeñas cantidades.
- Son una fuente primordial de ingresos del artesano.
- Se considera una forma de industria cultural.
- Utilizando materiales de la región o de recursos sostenibles (predominantemente).
- Cubren necesidades concretas de los compradores.
- Uso doméstico, ceremonial, ornato, vestuario o implemento de trabajo.
- Reflejan valores simbólicos e ideológicos de la cultura local.

De lo enlistado anteriormente podemos considerar que los objetos artesanales podrían analizarse semióticamente como objetos antropológicos ya que en nuestro país la actividad artesanal es practicada mayoritariamente por personas ubicadas en comunidades con una gran tradición cultural, en las que es muy importante la transmisión y conservación de la memoria, y en la que la lectura de sus objetos se vuelve muy compleja debido a la riqueza y variedad de sus valores simbólicos e ideológicos.

3. La *semiosfera* de las artesanías

Respecto a los procesos comunicativos y la generación de nueva información, Iuri Lotman considera que existe un “gran sistema” que es el espacio semiótico, fuera del cual es imposible la existencia de la semiosis, y a la que denomina *semiosfera*. Sólo en este espacio se hace realidad el acto signico particular (Lotman, 1996).

Según Lotman, la *semiosfera* se caracteriza por dos rasgos distintivos:

1. Espacio delimitado. El concepto de la *semiosfera* está ligado a una determinada homogeneidad e individualidad semióticas, y ambos al de frontera, que es el lugar o el momento en que existe una traducción de un texto a un lenguaje fuera de una *semiosfera* dada.
2. Irregularidad semiótica. Tiene que ver con la interacción activa de las estructuras nucleares y con una organización manifiesta dentro de un espacio semiótico.

Asimismo, cada *semiosfera* está organizada por un núcleo y su periferia, en la que los sistemas semióticos dominantes se localizan en el núcleo. Existe una actividad muy dinámica en la manera en que los sistemas semióticos se relacionan, tanto del centro a la periferia, como de una *semiosfera* a otra. (Lotman, 1996)

Un estudio interesante respecto a la *semiosfera* artesanal es el texto de Mejía Lozada (2015) titulado *Tejiendo la vida. Significados de la tradición textil en la*

sierra de Zongolica. Aportaciones al estudio semiótico de la cultura mexicana, en el que la autora hace un interesante estudio aplicando el concepto de la *semiosfera* en las mujeres artesanas de Tlaquilpa, en la Sierra de Zongolica Veracruz.

El uso de este modelo posibilita a la autora “reconocer para su análisis, límites en la interacción social, espacios de confluencia entre prácticas y representaciones sociales, así como también niveles de asignación de sentido en las tradiciones culturales” (Mejía Lozada, 2015, p. 101).

En la práctica, la autora hace una descripción muy clarificadora de la manera en el que las mujeres de la población de Tlaquilpa pueden realizar sus actividades artesanales, en este caso el tejido en telar de cintura, y las numerosas limitaciones que por su género tienen que vivir para llevarlas a cabo dentro de una comunidad rural de etnia nahua y, en la que la tercera parte es monolingüe.

Aparte de la *semiosfera* de las mujeres artesanas, otros ámbitos análogos que se pueden identificar de una manera inicial y, que posibilitarían estudios posteriores, todos ellos como *semiosferas*, son: (1) artesanos de los pueblos originarios, (2) artesanos tradicionales, (3) artesanos urbanos, (4) artesanos artistas y (5) artesanos innovadores. Cada *semiosfera* tiene características distintivas dentro de lo que podríamos considerar el trabajo artesanal.

En el caso de los pueblos originarios, su condición étnica es determinante para su labor manual, ya que está influida por la comunidad originaria a la que pertenece, la lengua que habla, sus tradiciones, sus costumbres, y el hecho de que históricamente son grupos cerrados que no se interrelacionan fácilmente con gentes de otros grupos sociales.

Los artesanos tradicionales son personas que elaboran sus piezas siguiendo procedimientos ancestrales, y si bien, tienen que hacer adaptaciones cuando se requieren, su actitud es la de conservar los modos de trabajar existentes desde generaciones anteriores.

Pueden habitar el ámbito rural pero también el urbano, ser étnicamente de los pueblos originarios o mestizos, y dedicarse de tiempo completo a la artesanía o como actividad complementaria.

Los artesanos urbanos son personas que realizan su actividad artesanal dentro de las ciudades, pueden tener un nivel educativo más elevado que el artesano del ámbito rural y practicar la artesanía como una elección, y no necesariamente como el seguimiento de una tradición familiar, sin embargo, también existe un número importante de artesanos de los pueblos originarios que han migrado a la ciudad, y que viven en pequeñas comunidades de su grupo étnico. Un caso representativo es el de la Ciudad de México, que cuenta con una importante comunidad nahua dentro del Centro Histórico, y que han llegado a habitar edificios completos en esa zona, realizando sus actividades de venta en la calle.

Los artesanos artistas, son aquellas personas que han desarrollado sus capacidades técnicas y estéticas a tal grado que la comunidad en la que viven los reconoce como maestros artesanos, llevando su actividad a un nivel de arte popular. Muchos de estos maestros participan en concursos de artesanías promovidos por FONART o alguna entidad estatal, o han expuesto sus obras ya sea nacional o internacionalmente en ferias, museos o galerías.

Si bien, algo que caracteriza a la artesanía es la intención de conservar la tradición, existen artesanos que buscan lo contrario, innovar en lo que hacen. Esto se nota sobre todo entre los jóvenes artesanos, muchas veces inconformes con el estado de las cosas y que cuestionan el hecho de que el tejido lo tengan que realizar solamente las mujeres, por lo que ellos mismos se dedican a tejer, o que buscan la manera de trabajar sus piezas de manera diferente. Otro ámbito de innovación es la colaboración con los diseñadores, relación que ha llevado a resultados mixtos, a veces muy exitosos, como la colaboración del ProMDyA de la UAM-A con los artesanos de Olinalá, Guerrero, en la que se elaboraron piezas laqueadas de manera tradi-

cional, aplicándose en muebles, artefactos y utensilios diseñados por estudiantes universitarios.

También están los escándalos en los que se han utilizado textiles artesanales tradicionales aplicados en vestimentas de alto costo sin que se les dé el adecuado crédito o remuneración a los autores de esas piezas.

Cada uno de los ámbitos artesanales descritos sucintamente conforman su respectiva *semiosfera*, ámbitos de comunicación e intercambio de signos muy dinámicos, con sus centros y periferias, y sus fronteras limítrofes. Espacios muy ricos de experiencias humanas que merecen un estudio específico, el cual está fuera del alcance de este trabajo.

4. La artesanía como un sistema cultural semiótico

Al identificar la semiótica de la cultura como un estudio semiótico del texto real, Lotman (1996), la considera como una disciplina que examina la interacción de sistemas semióticos diversamente estructurados, dentro de un espacio semiótico interno no estructurado y, que requiere un poliglotismo cultural y semiótico.

El planteamiento de una semiótica de la cultura cambió de una manera sustancial las ideas tradicionales sobre la semiótica y transformó el concepto del texto ya que se consideraba su naturaleza unitaria de señal, la unidad indivisible de funciones en cierto contexto cultural y, la suposición de que el texto es enunciado en un lenguaje determinado. Al examinar el concepto desde la semiótica de la cultura, se descubrió que para que un mensaje sea definido como texto debe codificarse al menos dos veces.

Esta doble codificación puede referirse a dos lenguajes diferentes, que en el caso de las artesanías pueden ser muy variados, por ejemplo, la forma de un objeto y su uso, ya que, si dicho objeto se utiliza como un objeto de ornato o como parte importante de un ritual, su significado será completamente diferente.

Asimismo, el poliglottismo puede referirse a canales diferentes de transmisión de la información como pueden ser el canal visual, auditivo y táctil, para el caso de apreciar una artesanía en una feria de pueblo en la que se visualiza el objeto, existen una serie de intercambios verbales entre el vendedor y el comprador, se toma el objeto entre las manos para sentir la textura del material, la cocción de la pieza de barro y, el calor o frío que nos provoca su contacto. El mismo canal visual nos puede proporcionar información sobre subsistemas del mismo conjunto semiótico como las formas que rememoran (animales, cabezas, objetos...), los códigos de color utilizados (estados de ánimo, sacralidad...), los valores simbólicos o ideológicos que representan (la muerte, la prosperidad, los miedos...).

El texto en el objeto artesanal

1. La función socio-comunicativa del texto

Diferenciar entre el signo y el texto de un objeto representado puede ser complicado pero relevante, ya que nos va a conducir a diferentes lugares interpretativos.

Lotman plantea diferentes momentos en la evolución de un texto, que van desde un enunciado del objeto en una lengua natural, para convertirse en una fórmula ritualizada, codificada en un segundo lenguaje, es decir, en un texto, que luego se transforma en un texto de segundo orden, y posteriormente, mediante la combinación de diferentes tipos de semiosis y complejos procesos de recodificación llegar al texto artístico. En el texto artístico, el material “multivocal” de un texto es “reexpuesto” en el lenguaje de un arte determinado y su conversión es acompañada con la traducción de todos los subtextos diversamente estructurados al lenguaje de ese arte. (Lotman, 1996, p. 53)

Este autor presenta cinco procesos de la función socio-comunicativa del texto:

- El trato entre el “destinador” y el destinatario.
- El trato entre el auditorio y la tradición cultural.
- El trato del lector consigo mismo.

- El trato del lector con el texto.
- El trato entre el texto y el contexto cultural.

Aplicando estos procesos comunicativos del texto al tema de las artesanías, podemos inferir que los objetos artesanales son mensajes con una intención variada por parte del emisor (“destinador”), que puede ser consciente o no, e ir desde una mera intención utilitaria a una intención profunda y trascendente, dependiendo de las circunstancias.

El objeto artesanal se mueve dentro de códigos ya delimitados por la tradición y que cumplen la función de la memoria colectiva, de tal manera que existen parámetros que determinan las características de un objeto artesanal para ser reconocido como tal. En ese sentido, el artesano que elabora un juguete determinado como por ejemplo un trompo, sabe que existen ciertas características formales y funcionales que su juguete deberá cumplir para ser reconocido y apreciado como tal. El contexto cultural de las artesanías parecería bastante amplio, pero a la vez busca la replicación del texto (el objeto artesanal) más que la creación expreso de nuevos textos, y por ende de nuevos significados, aunque al final de cuentas, las artesanías, como cualquier otra actividad humana tienen que adaptarse a las circunstancias, y, por lo tanto, evolucionar.

2. “Textualización” del objeto artesanal

Si bien Lotman (1996), menciona que “... el texto es un enunciado en un lenguaje cualquiera” (p. 52), su estudio desde la semiología implicó un enfoque hacia lo oral o lo escrito, pero reconocer como texto una imagen o un objeto tridimensional tiene una alta complejidad, ya que, de todos modos, requiere una verbalización para poder expresar de manera más precisa conceptos que por su naturaleza son abstractos, y que se pueden identificar en dichas imágenes u objetos.

Llovet (1979), en su libro *Ideología y metodología del diseño*, establece que un objeto de diseño puede ser reducido a una frase descriptiva o a un conjunto de frases (p. 32), por analogía podríamos decir que un objeto artesanal puede ser descrito a través de una frase o un conjunto de frases, y de esa manera “textua-

Ramas de las Artesanías	
Alfarería y Cerámica	- Técnicas manuales con los que se trabaja el barro y la arcilla. - En numerosas zonas rurales o comunidades indígenas. - El término cerámica se designa para técnicas de media y alta temperatura.
Textiles	- Abarcan técnicas como el telar de cintura, el telar de pedal, el bordado y el deshilado. - Lo trabajan en general las mujeres. - Entre la indumentaria femenina encontramos el huipil, el <i>quechquemiti</i>, el enredo, la faja y el rebozo.
Madera	- Sirve para elaborar miniaturas, baúles, muebles, hasta máscaras y representaciones de animales fantásticos. - Dentro de las técnicas están el torneado, la talla y el taraceado.
Cerería	- Sus inicios en los conventos, donde las monjas se ocupaban de hacer diversas figuras para uso litúrgico. - Se elaboraban frutas, juguetes, escenas cotidianas y figuras humanas que no tenían un contexto religioso. - Actualmente, se producen velas escamadas o cubiertas de flores que sirven como exvoto o presente a santo patrono en las comunidades.
Metalisteria	- Los metales que se trabajan son hierro, acero, bronce, cobre, plomo, estaño, latón y hojalata, entre otros. - Cada metal desarrolló métodos de transformación particulares. - Se elaboran accesorios como cazos, floreros, cuchillos, machetes, muebles, lámparas. - Se funden campanas artísticas y figuras en plomo.
Orfebrería	- Se trabajan metales preciosos y semipreciosos como el oro, la plata, el bronce y el cobre. - El orfebre funde los metales, los martilla dando forma al metal, lo cincela y lo pule. - Se obtienen artículos religiosos como cáliz y cruces o productos de uso como fruteros, charolas, cubiertos, ceniceros y empuñaduras de bastones.
Joyería	- Se realizan objetos de adorno personal como arracadas, aretes, cadenas, pulseras, anillos, medallas y dijes. - Entre las técnicas de trabajo están la filigrana, el repujado, el troquelado y la cera perdida. - Otros de los materiales usados en la elaboración de joyería son barro, madera, concha, cuerno de toro, fibras vegetales y textiles.
Fibras Vegetales	- Se tejen las fibras vegetales como la palma, vara de sauce, carrizo, jonote, mimbre, bejuco, entre otros, - Se pueden elaborar objetos utilitarios como cestos, canastas, sombreros, bancos, tapetes y bolsas. - Productos decorativos como figuras de animales tejidas y miniaturas de uso en joyería. - Las fibras vegetales se embellecen aún más cuando se emplean tintes naturales para su pigmentación en colores rojos, verdes, cafés o amarillos.
Cartonería y Papel	Papel Amate - Se produce con una antigua técnica de herencia prehispánica a partir de la corteza de árbol, machacada y extendida para formar hojas delgadas. - Es una tradición totalmente ligada a los usos y costumbres rituales. - Entre la población campesina se emplea con fines mágicos para conseguir una cosecha abundante. Papel Picado - Es empleado en las distintas regiones de México como una forma de expresión festiva para adornar calles, casas y determinados espacios durante festejos y celebraciones. - Consiste en hacer perforaciones con instrumentos cortantes en un conjunto de hojas que manifestarán el mismo diseño. - De la cartonería tenemos los alebrijes, los judas con alma de carrizo, las calaveras de cartón, piñatas y muñecas.
Talabartería y Peletería	- La talabartería es el oficio consiste en manipular el cuero, con el fin de elaborar artículos de uso cotidiano y para trabajos del campo como cinchos, bozales y arreos para los animales de tiro y labranza; y objetos de cuero que se requieren para la monta. - La peletería es el arte de trabajar la piel para el vestuario, como zapatos, botas, abrigos, chamarras, pantalones, con el uso de pieles comunes hasta las denominadas exóticas.

Maque y Laca	- La laca, esmalte o barniz es una de las técnicas más laboriosas dentro de la artesanía. - Distribuida en los estados de Chiapas, Guerrero y Michoacán. - Consiste en la aplicación de varias capas de aceites naturales y tierras calcáreas hasta formar una fina pasta que se adhiere a la superficie de guajes y/o madera a través del bruñido a mano. - El colorido se logra con pigmentos de origen mineral, y el uso de pigmentos naturales como el de la grana cochinilla, añil, y diversos minerales y flores. - Las comunidades productoras están en Olinálá, Guerrero, Uruapan y Pátzcuaro, Michoacán, y, Chiapa de Corzo, Chiapas.
Lapidaria y Cantería	- Lapidaria es el arte de labrar piedras preciosas y semipreciosas. - Se practica en piedras como ágata, ópalo, amatista, venturina, obsidiana, serpentina, malaquita y jade. - El ónix es una de las piedras semipreciosas preferidas por los artesanos de Puebla. - Con ónix se elaboran pisapapeles, floreros, copas, palilleros, fruteros, lámparas y diversas figuras. - Cantería, es el labrado de piedras duras con las que se hacen fuentes, columnas y toda clase de adornos para fachadas. - Con piedra volcánica se labran metates y molcajetes.
Arte Huichol	- Habitan en los estados de Jalisco, Nayarit, Zacatecas y Durango. - El <i>wixarika</i> es famoso en el mundo por la elaboración de artesanías de gran belleza y complejidad. - Sus materias primas principales son la chaquiras y los estambres, de vistosos y característicos colores. - Plasman su entorno en forma creativa, a través de la representación de su cosmovisión en cuadros, piezas de bulto y otras con que adoran su persona. - Los primeros creadores de estas piezas se inspiraron en visiones producidas bajo los efectos del peyote.
Hueso y Cuerno	- Su materia prima proviene de algunas partes del cuerpo del ganado. - Los artesanos, la transforman en productos que son bastante requeridos, ya que se producen piezas como silbatos, - collares, aretes, llaveros, baleros, peines, ajedrez, mangos para machetes, botones para trajes de charro, miniaturas, y adornos. - Se realiza en las comunidades de Chilapa, Cualac, Ometepe, Teocaltiche, Tecpan de Galeana, Rayón, San Antonio, en los estados de Jalisco, Guanajuato, Campeche y Estado de México.
Concha y Caracol	- Se obtiene de la concha de la tortuga <i>Eretmochelys imbricata</i>. - Se utilizaba para crear diversas piezas artesanales utilitarias y de ornato. - Como una alternativa se le sustituye con las conchas marinas. - Las de mejor calidad las encontramos en La Paz, Baja California Sur, Ciudad Del Carmen e Isla Mujeres, en Campeche. - En lugares que cuentan con área marítima, donde se ofertan principalmente como joyería. - En Ixmiquilpan, Hidalgo, las podemos admirar como incrustaciones en madera de enebro para alhajeros, espejos, cruces, instrumentos musicales en miniatura o bien en objetos de mayor tamaño como muebles.
Vidrio	- El ingrediente principal del vidrio es la sílice, obtenida a partir de arena, pedernal o cuarzo. - Toma su color por las sales disueltas en su composición. - Su trabajo requiere de gran destreza y un manejo de forma muy especial por parte del artesano, convirtiéndolo en un arte de difícil dominio. - Entre las técnicas encontramos: templado, soplado, prensado, estirado, esmerilado, grabado, vitrales y otros. - Se elaboran objetos decorativos como piezas escultóricas, y de uso utilitario, como vajillas, vasos, copas, además de objetos de uso religioso como las esferas del Viernes de Dolores.
Plumería	- Se utilizan las plumas de las aves endémicas y la labor artística es transformarlas en obras ornamentales, rituales y de uso cotidiano. - Fue un arte característico del pueblo mexicano, representado en estandartes, baluartes, penachos, vestimentas, entre otros objetos. - Su permanencia depende de la conservación de las diversas especies de cada territorio y se intenta preservarla mediante innovaciones como el encapsulado artístico de la pluma.

Tabla 1. Ejercicio de “textualización” de los objetos artesanales con base en las definiciones de las Ramas de las Artesanías según el Grupo Impulsor de Artesanía y Manualidad. Fuente: FONART, (2015).

Artesanía		
Rama	Categoría	Descriptor
Alfarería	Descripción física y producción	<i>Técnicas manuales con los que se trabaja exclusivamente el barro y la arcilla. Se coce a baja temperatura. Son frágiles y se pueden romper si no se tiene cuidado.</i>
	Valor de uso	<i>Se producen diferentes utensilios de cocina, comida y de adorno de la casa y para guardar alimentos. Se produce "El Árbol de la Vida" con fines decorativos.</i>
	Valor estético / simbólico	<i>El material y su acabado nos remiten a la tierra y nos ponen en contacto con la naturaleza. El "Árbol de la Vida" nos remite a conceptos religiosos.</i>
	Valor de cambio	<i>Los artículos producidos son de un costo accesible por lo tanto se utilizan mucho en las casas.</i>
Cerámica	Descripción física y producción	<i>Técnicas manuales con los que se trabaja el barro, la arcilla, el sílice, los esmaltes y otros materiales. Se trabaja a alta temperatura.</i>
	Valor de uso	<i>Se utiliza más como utensilios de comida.</i>
	Valor estético / simbólico	<i>Tienen un acabado vidriado que lo hace más fino. Nos remite "a lo europeo" o "lo asiático".</i>
	Valor de cambio	<i>Sus piezas son muy apreciadas y más costosas.</i>

Tabla 2. Matriz de "textualización" de los objetos artesanales por rama artesanal, por categoría y por descriptor, ejemplificada en la rama de alfarería y cerámica. Fuente: Creación propia.

lizar" el objeto artesanal, con la salvedad de que como Lotman (1996), menciona que para ser considerado un texto, dicho objeto debe estar codificado como mínimo dos veces (p. 53).

En el caso de los objetos artesanales, aparte de cumplir funciones de uso, por su bagaje cultural-tradicional desempeñan funciones estéticas y simbólicas que los caracterizan como un texto de segundo orden, utilizando diferentes lenguajes y, como consecuencia, llevándolos a ser considerados textos artísticos, como ya se mencionó en la sección anterior, al ser reco-

nocidos por su mayor complejidad estructural y sus valores artísticos.

De acuerdo con la tabla presentada con respecto a las ramas de las artesanías elaborada por el Grupo Impulsor de Artesanía y Manualidad (FONART, 2015), se partió de las definiciones de dichas ramas para describir mediante frases sus objetos respectivos artesanales, en un ejercicio de "textualización" de dichos objetos. Partir de dichas definiciones es importante, ya que en el ámbito de las artesanías existen numerosas concepciones acerca de lo que ésta representa, y por

ende, existen diversas definiciones para describirlas, lo cual conlleva diferentes interpretaciones y su dificultad para hablar del tema o llegar a acuerdos. Debido a lo anterior, se ha utilizado la tabla de definiciones de FONART, instrumento institucional creado con la finalidad de unificar la terminología, misma que se convierte en un instrumento que nos permite lograr un conocimiento más neutral y común de la misma.

Del anterior ejercicio de “textualización”, podemos notar que las frases descriptivas de los objetos artesanales², de acuerdo con las ramas definidas por el Grupo Impulsor de Artesanía y Manualidad, se refieren a categorías que describen las características físicas del objeto como ubicación geográfica, técnicas y materiales de elaboración, productos resultantes, identificación de los productores, y definición de la terminología, sin embargo, se omiten otros tipos de características relevantes para su interpretación como son las características estéticas, simbólicas y económicas. (Llovet 1979, pp. 53-59)

Para hacer más preciso y confiable un análisis interpretativo del texto de los objetos artesanales, se propone la siguiente matriz que incluyen las categorías mencionadas en el párrafo anterior, se ejemplifica con las ramas de alfarería y cerámica:

3. Texto-contexto del objeto artesanal

A partir de la reducción del objeto artesanal a sus frases descriptivas realizadas en el apartado anterior (“textualización”), habría que ubicar las condiciones exteriores en las que dicho objeto se ubica (“contextualización”).

Dichas condiciones son fundamentales para analizar cómo las personas perciben, “leen” o interpretan el texto de un objeto artesanal, y abarcarían, en el caso de las artesanías, desde las condiciones físico-ambientales, a las sociales, las culturales, las económi-

cas, y más específicamente dentro de las culturales, a las estético-simbólicas.

Existe una relación dialógica entre el texto y el contexto de los objetos, y en la que, en el caso del presente artículo, las condiciones estético-simbólicas son las que determinan la estimación y aprecio o no del valor de un producto artesanal.

Un factor muy importante para los productores artesanales es el económico, ya que para ellos la artesanía constituye un medio de subsistencia, y es probablemente, el que se halla más presente como una necesidad inmediata a resolver.

En el caso del comprador o el usuario actual del producto artesanal, no parece que la principal motivación sea su uso, aunque esto puede variar dependiendo de quién es ese comprador o usuario, ya que eso determinará su *semiosfera* respectiva.

El comprador local de un artesano local, muy probablemente sí le dé un valor importante al uso del producto artesanal, sobre todo, tratándose de utensilios de uso cotidiano, aunque en el caso de objetos para festividades o rituales la valoración se dirigirá hacia aspectos simbólicos y estéticos.

Otro tipo de comprador, perteneciente a una *semiosfera* distinta, es el que adquiere productos artesanales como un souvenir o recuerdo de un viaje, el comprador ocasional de un artesano que vende en la calle o en la carretera, o el comprador de colección, que compra una pieza artesanal como arte popular adjudicándole un alto valor y precio. En los tres casos, el contexto nos indicaría compradores del ámbito urbano, con un nivel socio-económico medio a alto, y cuya motivación de compra sería el valor simbólico del objeto.

En nuestro país existe un gran aprecio hacia el objeto artesanal, aunque muchas veces no se refleja en un pago justo a su valor, y en algunos casos, una *fetichización* que se distingue al entrar en algunas casas que despliegan esos objetos como obras de arte.

Sería interesante la realización de un estudio, que como el realizado por Baudrillard (1977), identificara

2. Cabe aclarar que no se busca “enriquecer” la redacción de las frases descriptivas modificándolas, sino respetar la redacción original que busca que la gente maneje la misma terminología, por lo cual las frases pueden parecer demasiado obvias, pero permite que todos manejemos los mismos términos.



Figura 3. Cerámica del poblado Juan Mata Ortiz, Chih. Fotografía de Ricardo Espinosa, (2020), con permiso del autor.

las diferentes piezas que conforman el sistema de objetos de los hogares mexicanos, dentro del cual seguramente encontraríamos numerosas piezas artesanales, de diferente calidad y precio, pero muy apreciadas por sus dueños, y que funcionan sobre todo como objetos ornamentales.

4. Análisis interpretativo del texto de los objetos artesanales

Si realizamos un análisis interpretativo de un objeto artesanal hecho en cerámica partiendo de las características indicadas en la Tabla 2, y de acuerdo a las categorías y descriptores correspondientes, podemos identificar algunas frases que nos permiten reconocer, a través de su descripción física y de producción, que este objeto es cerámico, como el hecho de que está elaborado utilizando “técnicas manuales con las que se trabaja el barro, la arcilla, el sílice” y “trabaja a alta temperatura” Esto último es importante para diferenciarlo de la alfarería, que se trabaja a menor temperatura.

Siguiendo este mismo ejemplo, a partir de los valores de uso, estético/simbólico y de cambio podemos advertir que “se utiliza más como utensilio de comida, pero también con fines de ornato”, que “tienen un acabado vidriado que lo hace más fino”, y que sus “piezas son muy apreciadas y costosas”.

Es importante recalcar el papel que el lenguaje asume como un instrumento de descripción muy preciso de los objetos artesanales, pero más aún, una vez cubiertos su descripción física y su proceso de producción, el reconocer rasgos más abstractos como los propuestos por Llovet (1979), es decir, los valores de uso, estético/simbólico y de cambio, nos llevan a reflexionar acerca del concepto valor del objeto artesanal como algo intangible pero que es apreciado por la gente, así, el valor de uso representa la eficacia o utilidad del objeto, el valor estético/simbólico las características formales que nos permite apreciar estéticamente el objeto o comprender significados profundos que éste nos transmite, y si encontramos beneficio en alguno de los valores anteriores, la posibilidad de usufructuar materialmente el objeto gracias a su valor de cambio.

En el caso de las piezas del poblado de Mata Ortiz en el estado de Chihuahua (como las que vemos en la Figura 3), su cerámica se caracteriza por su valor estético/simbólico, que es muy característico de la cultura Casas Grandes, con sus motivos geométrico-abstractos, y sus tonos ocres y terrosos. Sus piezas han tenido una gran aceptación por parte de un público consumidor que está dispuesto a pagar altas cantidades para adquirirlas.

Podemos ubicar esta cerámica entre la *semiosfera* de los artesanos tradicionales y la de los artesanos innovadores, ya que el iniciador de este tipo de cerámica, el Sr. Juan Quezada Celado comenzó desde niño a recolectar piezas de barro que encontraba en el campo y que eran de la cultura Casas Grandes. A partir de 1974, el Sr. Quezada, junto con miembros de su familia, se concentró en la producción de artesanía cerámica y gracias a que el antropólogo norteamericano Spencer Mac Callum descubrió sus ollas de barro en 1976, pudo recibir su apoyo y promoción hasta que el trabajo del Sr. Quezada fue ampliamente reconocido en los Estados Unidos (El Vocero Digital 2014). En su cerámica se integran, la tradición característica de la Cultura Casas Grandes (*semiosfera* tradicional) con la innovación y búsqueda de los materiales y técnicas necesarias para la elaboración de sus piezas (*semiosfera* innovativa).

En este ejemplo podemos notar cómo la cerámica de Mata Ortiz se halla inmersa en dos *semiosferas* aparentemente contradictorias, ya que, por un lado, la *semiosfera* tradicional propugna por conservar los valores representativos de esa comunidad, y por el otro, la *semiosfera* innovativa, en la que la iniciativa del Sr. Juan Quezada busca mejorar procesos de producción cerámica y aplicar la gráfica de la cultura Casas Grandes con la finalidad de vender su cerámica en los Estados Unidos.

Al ubicar la cerámica de Mata Ortiz en estas *semiosferas* podemos comprender mejor el entorno en el que estos objetos artesanales se encuentran, así como las condiciones de vida de los artesanos que los producen, y las motivaciones y expectativas al vender sus productos.

En escritos previos relacionados a la gráfica o a la indumentaria artesanal (varios de ellos desde el diseño), como el de la publicación de la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM) titulado *Iconografía prehispánica aplicada en textiles* (Mora Cantellano et al, 2010) o el artículo de la revista H+D de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí *Semiótica y diseño de indumentaria* (Ibarra Almeida y Zalpa Ramírez, 2019), se presentan muestras, se contextualiza, se reflexiona pero no queda del todo claro desde qué perspectiva se hace el estudio, si desde la perspectiva geográfica, histórica, antropológica, artística, comunicativa, entre otras.

Asimismo, en su texto Ibarra Almeida y Zalpa Ramírez, plantean con un enfoque semiótico, el ubicar el tema dentro de una *semiosfera* determinada permitiría comprenderlo de una manera más completa y profunda, ya que al final de cuentas, los objetos producidos por los seres humanos no pueden ser separados de quienes los crearon, y si bien para su estudio muchas veces éstos se analizan de manera separada, no puede olvidarse que estos existen en entornos en los que los objetos tienen relación entre sí, y desde luego, con las personas que los utilizan. Ese entorno sería el de la *semiosfera*, el espacio comunicativo donde se lleva a cabo la semiosis.

Respecto a la cerámica de Mata Ortiz, analizando las piezas cerámicas de la Figura 3, la función estético-simbólica en las mismas es evidente (y la razón principal del reconocimiento y prestigio de este tipo de cerámica), aunque los elementos gráficos utilizados son diversos y la foto en blanco y negro no nos permite apreciar su color, la creatividad y sentido estético en la representación, y la calidad en la manufactura, se pueden apreciar desde la perspectiva de cualquier ojo entrenado en el discernimiento estético de un objeto.

Consideradas como texto, estas piezas artesanales combinan, en una doble codificación, el valor estético-simbólico ya mencionado, con un valor de cambio que suele ser bastante alto, característico de los objetos artísticos. La cerámica de Mata Ortiz pasa de ser elabo-

rada en un pequeño pueblo en el norte de Chihuahua por artesanos rurales, a ser comercializada en galerías de arte como *marakame* (por citar algunos), ubicada en la ciudad de Morelia y publicitada en todo el mundo a través de su sitio web, y terminar en la casa de algún actor de Hollywood, como podemos ver en alguna foto en un medio de comunicación. Un texto artístico en un contexto cultural global y políglota, donde el centro de la *semiosfera* (Mata Ortiz) nos lleva a su periferia o a otra *semiosfera* (una casa en Hollywood), a través de una frontera (ubicada en una galería o sitio web).

La replicación del objeto artesanal, en la que una cazuela de barro debe parecer cazuela de barro para ser reconocida como tal, pasa a la replicación de una pieza de Mata Ortiz, que debe ser reconocida como una pieza de Mata Ortiz para ser valorada (y pagada) como tal.

Las funciones socio-comunicativas de este texto nos llevan a la relación entre el “destinador” (el artesano) con el destinatario (el comprador) a través de un mediador (el vendedor). En este caso el artesano y el comprador raramente se llegan a conocer, aunque las piezas sí están identificadas por su autor y no como generalmente sucede, que la artesanía es anónima. El comprador adquiere la pieza de Mata Ortiz con la intención de adquirir una pieza valorada por su origen y su calidad, y está dispuesto a pagar un alto precio. El comprador se relaciona con la pieza adquirida no por su valor funcional sino por su valor estético-simbólico, y, en dicha relación hay una satisfacción por tener un texto artístico en su entorno cercano (su casa, su oficina), que se amplía al contexto cultural en el que vive, y que se encarna en las personas que conocen la pieza al visitar el entorno del comprador.

Conclusiones

De acuerdo a la pregunta planteada al inicio del artículo: ¿Qué mensajes nos transmiten los artesanos a través de los objetos que crean y la *semiosfera* en la que se hallan inmersos? La respuesta que surge es relativa ya que tiene que ver con la *semiosfera* en la

que se encuentran dichos artesanos, que contextualiza y condiciona la manera en que elaboran su artesanía, sus intenciones, su comercialización, y finalmente, el ecosistema de objetos en el que esas piezas se van a colocar.

El ubicar la artesanía (y sobre todo al artesano) dentro de una *semiosfera* determinada nos servirá para poder comprender de una manera más completa y profunda los procesos comunicativos que se dan en relación con la interacción compleja entre las personas y los objetos artesanales. En este artículo se plantean cinco posibles *semiosferas*, que, desde luego, pueden ampliarse de acuerdo a las circunstancias: (1) artesanos de los pueblos originarios, (2) artesanos tradicionales, (3) artesanos urbanos, (4) artesanos artistas y (5) artesanos innovadores. Además, dichas *semiosferas* se pueden localizar en un ámbito más amplio que es el de la *semiosfera* de la cultura mexicana, rica en elementos estéticos y simbólicos tradicionales que alimentan su memoria colectiva.

Respecto al análisis semiótico de los objetos artesanales, se plantean dichos objetos como textos más que como signos, con las condicionantes que Lotman plantea para su reconocimiento, y en la que los objetos artesanales se pueden distinguir como textos artísticos por la manera tan rica de expresarse en diferentes niveles de lenguaje y codificación, que se convierten en objetos políglotas que transmiten diferentes significaciones a diferentes personas.

El proceso de análisis que aquí se presenta, ejemplificado en los ejercicios de “textualización” en los que se utilizan frases representativas a partir de definiciones institucionales (ejercicio 1, Tabla 1), que están orientados a especificar la descripción física y el proceso de elaboración, y que se amplían al enmarcar, de acuerdo a la propuesta de Llovet, el valor funcional, estético-simbólico y de cambio (ejercicio 2, Tabla 2) de los objetos artesanales, a partir de los aspectos más abstractos que los caracterizan, se propone como una alternativa a otros enfoques en el estudio semiótico del objeto artesanal. Estos dos ejercicios pueden ser un recurso muy útil para los diseñadores al dotar de significación a los

objetos, en este caso artesanales, mediante la verbalización siguiendo una guía muy concreta.

En cuanto a las funciones socio-comunicativas del objeto artesanal como texto, es importante considerar la relación entre el “destinador” (el artesano) y el destinatario (el comprador) aunque en muchos casos la pieza artesanal es anónima y no existe una relación personal, salvo en los casos en los que el artesano hace la venta directamente. En general el público comprador aprecia la artesanía y la adquiere porque es artesanía, la artesanía debe parecer artesanía para ser comprada. Dichas piezas terminan formando parte del sistema de objetos de su entorno (su casa, su oficina). La artesanía no sólo se vuelve un vínculo entre el comprador y ese anónimo artesano, sino que le permite conectarse con la tradición cultural que ésta representa, y que está sustentada en la memoria colectiva, en este caso, de la cultura mexicana.

Para finalizar, la artesanía como parte de un gran sistema cultural semiótico, inmerso en una o varias *semiosferas* específicas, representa valores concretos de los artesanos que la producen, y que éstos comunican mediante representaciones formales aparentemente sencillas y hasta “ingenuas” pero extraordinariamente complejas de interpretar por los diferentes niveles de lenguaje y codificación presentes, y por la enorme tradición histórica y simbólica subyacente, por lo que los mensajes que transmiten estos artesanos merecen ser recibidos con atención, respeto y admiración.

Referencias

- Baudrillard, J. (1997). *El sistema de los objetos*. Siglo XXI.
- Barthes, R. (1966). *Semántica del objeto. La aventura semiológica*. Paidós.
- Cid Jurado, A. (2002). El estudio de los objetos y la semiótica, *Cuicuilco*, 25(9), 1-18.
- Eco, U. (1984). *Obra abierta*. Lumen.
- Eco, U. (1999). *La estructura ausente. Introducción a la semiótica*. Lumen.
- El Vocero Digital (11 de septiembre de 2014). *La verdadera historia de Juan Quezada Celado*. web.archive.org. <https://web.archive.org/web/20140912003754/http://www.elvocerodigital.com/notas/n2014-01-0412:23:36>
- FONART. Grupo Impulsor de Artesanía y Manualidad. (2015). *Manual de diferenciación entre artesanías y manualidades*. FONART.
- Grisales Vargas, A. L. (2015). Vida cotidiana, artesanía y arte. *THÉMATA. Revista de Filosofía*, 51, 247-270.
- Ibarra Almeida, E. L. y Zalpa Ramírez, G. (2019). Semiótica y diseño de indumentaria. *H+D HABITAT MAS DISEÑO*, 11(21), 23-31. https://www.researchgate.net/publication/371297368_Semiotica_y_diseño_de_indumentaria
- Lotman, I. M. (1996). *La semiosfera I. semiótica de la cultura y del texto*. Ediciones Cátedra.
- Llovet, J. (1979). *Ideología y metodología del diseño*. Gustavo Gili.
- Mejía Lozada, D. I. (2015). Tejiendo la vida. Significados de la tradición textil en la sierra de Zongolica. Aportaciones al estudio semiótico de la cultura mexicana. *Artesanías y saberes tradicionales*. El Colegio de Michoacán, 53-64.
- Moles, A. (1972). *Teoría de los objetos*. Gustavo Gili.
- Mora Cantellano, M. P. A., Maldonado Reyes, A. A., Villar García, M. G. y Espinosa Hernández, M. C. (2010). *Iconografía prehispánica aplicada en textiles*. <https://es.scribd.com/doc/42123180/ICONOGRAFIA-PREHISPANICA-APLICADA-EN-TEXTILES>
- Navarro-Hoyos, S. (2016). *La artesanía como industria cultural, desafíos y oportunidades*. https://www.academia.edu/37214849/LA_ARTE-SANÍA_COMO_INDUSTRIA_CULTURAL_DESAFÍOS_Y_OPORTUNIDADES
- UNESCO. (1997). *Artesanía y diseño*. UNESCO. <https://es.scribd.com/document/734634603/Artesani-a-y-Disen-o-UNESCO>.

Semiótica de la ciudad: el modelo victoriano de Reino Unido

*Semiotics of the city: the victorian model of the
United Kingdom*

Dra. Laura Gemma Flores García

Universidad Autónoma de Zacatecas

ars.flores@gmail.com

ORCID: 0000-0002-7405-4883

Aceptado: 24/02/2025 **Publicado:** 27/09/2025

* Como citar este artículo / *How to cite this article:*
Flores, L. G. (2025). Semiótica de la ciudad: el modelo victoriano de Reino Unido *un año de diseñarte, mm1*, (27), 64-81.

Resumen

La semiótica de las ciudades ha generado un interés considerable en el campo de las Ciencias Sociales al haber asumido a la arquitectura como un lenguaje y a su acomodo urbano como la serie de connotaciones visibles y susceptibles de interpretarse. Para ello se presenta un análisis de la ciudad victoriana desde la perspectiva semiótica de varios especialistas. Una característica notable de las ciudades británicas de hoy, es su disposición arquitectónica policéntrica; por lo cual iniciamos este ensayo con un breve resumen de la situación histórico-social de la época victoriana para proponer distintos modelos de ciudad de acuerdo a las diferentes perspectivas semióticas.

Palabras clave: Ciudad, urbanismo, sociedad industrial, historia urbana, semiótica de la ciudad.

Introducción

Las categorías de análisis que se usarán en esta comunicación parten de la semiología, la semiótica, el concepto de ciudad, el urbanismo, la ciudad victoriana, la metrópolis, los suburbios, edificios y monumentos que irán definiéndose, describiéndose y analizándose de acuerdo a su momento. En torno a ellas construiremos la categoría de la semiótica de la ciudad actual británica, descansando en modelos contemporáneos a la época victoriana, posteriores y actuales para revisar en qué medida preservan sus funciones originales o han sido cambiadas, reinventadas y ajustadas a la vida moderna.

Abstrac

The semiotics of cities has generated considerable interest in the field of social sciences, having embraced architecture as a language and urban layout as a series of visible and interpretable connotations. To this end, we present an analysis of the Victorian city from the semiotic perspective of several specialists. A notable characteristic of British cities today is their polycentric architectural layout; therefore, we begin this essay with a brief summary of the historical and social situation in the Victorian era, proposing different urban models based on different semiotic perspectives.

Keywords: *City, Urban Planning, Industrial Society, Urban History, Semiotics of the City.*

Iniciando con los análisis historiográficos de Antonio Pizza, Leonardo Benévolo, Francoise Choay y Carlos García Vázquez —éste último quien llamó a los asentamientos victorianos: metápolis— cruzaremos la observación en dos niveles: la opinión de sus contemporáneos, quienes valoraban la ciudad victoriana desde su perspectiva intelectual enfocándose en los problemas económico-demográficos y un segundo nivel donde a partir de la teoría de la semiótica vislumbraremos el tipo de ciudad, función y significación de tales conjuntos en el presente siglo. Partiremos de la semiótica considerada como el lugar de producción y elaboración de modelos y procedimientos que rigen los modelos descriptivos (Albano, 2005, p. 208)¹.

1. Dedico este trabajo a la paciencia y bondad de mis espléndidas guías por tierras británicas: Magaly López Flores y Lesley Hewitson.

De acuerdo con la teoría urbana en la ciudad victoriana se presenta el estudio de las metrópolis y los suburbios, las ciudades y los monumentos. A fin de poder vislumbrar con ojos del siglo XXI dichas ciudades, es preciso reconocer las causas históricas, económicas y sociales por las cuales surgieron y cómo fueron visualizadas y comprendidas en su entorno contemporáneo. Comparando tres modelos de ciudad podremos inferir el resultado de su composición urbana desde un análisis semiótico. Para ello tomaremos prestada la frase de Greimas quien afirma que “la ciudad puede ser considerada como un texto del que habrá que construir al menos parcialmente una gramática” (Greimas, 1980, p. 154). Con este artículo se pretende arrojar nuevas luces sobre la ciudad victoriana, ofreciendo un espectro de sintaxis para comprender las distintas polisemias de ciudades que surgieron en entornos semejantes.

La ciudad puede entenderse desde tres niveles de análisis: el primero que compete a su situación real, demográfica, económica y urbana; el segundo nivel que es el análisis subjetivo de sus observadores contemporáneos, lo cual implica un carácter subjetivo en tanto las razones de ventaja que permean esa mirada, es decir la teoría urbana: el tercer nivel es el que corresponde a una ciencia social exenta de intereses como lo es la semiótica para dar lectura a su disposición actual o bien al análisis urbano.

La necesidad de entender la ciudad actual sin desecharla su herencia milenaria proviene de la llamada de atención que hiciera el teórico francés Henri Lefebvre al denunciar la pérdida del derecho a la ciudad en los años 60 del siglo XX

Lefebvre constata la desaparición de la ciudad tradicional y la emergencia de una realidad urbana, derivada de la industrialización, llena de imposiciones, pero también de posibilidades; en segundo lugar reclama la emergencia de una «ciencia de la ciudad» que trascienda los saberes fragmentarios y que incorpore nuevos conceptos; y, finalmente, en tercer lugar plantea la necesidad de una estrategia política que permita recuperar y reapropiarse de la centralidad urbana, de la vida urbana, de la ciudad como obra (Presentación y traducción de Ion Martínez Lorea, en Lefebvre, 2017, p.13).

Terminología

En el campo de las artes, el sujeto que precede al urbanismo es la arquitectura, definida como: el arte y la técnica de concebir, diseñar y construir edificaciones y hábitats para las personas, basada en tres principios fundamentales: belleza, firmeza y funcionalidad; por lo cual es un reflejo de la civilización humana y testimonia sus transformaciones culturales y tecnológicas a lo largo de la historia². De la definición de arquitectura se desprende la de urbanismo, el diseño urbano, la teoría urbana y el análisis urbano. Los dos primeros se han ocupado de la materialización de la ciudad: el urbanismo de lo procedimental (la organización técnica) y el diseño urbano de lo sustancial (la forma espacial); por su parte, la teoría urbana, que puede ser descriptiva o normativa, ha sido facultada para determinar los valores que deben guiar a ambas desde los principios éticos, ideológicos o políticos; y el análisis urbano se ha ocupado del estudio e interpretación de lo existente (García, 2016, p. 8). Gaston Bardet (1907-1989) sitúa la aparición de la palabra “urbanismo” en 1910. El *Diccionario Larousse* la define como “ciencia y teoría del establecimiento humano” (Choay, 1970, p. 11). Dentro de las ciencias sociales, la sociología urbana define a la ciudad como una proyección de sus habitantes; la geografía urbana comprende a los habitantes como una proyección de su ciudad y la antropología urbana se asume como el estudio de comunidades concretas. Sin embargo podríamos señalar que muchos teóricos nos han llevado a permanecer en un modelo anquilosado de ciudad tal como se fue construyendo a lo largo de los siglos; así lo señala Hiernaux:

¿estamos todavía frente a lo que tradicionalmente se ha llamado “ciudad”? En efecto, seguimos usando la voz “ciudad” para calificar estas urbanizaciones extensas, esta “ciudad difusa”, estas formas innovadoras de ocupación del espacio que impactan nuestro intelecto y nuestros sentidos, como si nada hubiera cambiado desde la “polis” griega, desde el nacimiento del burgo feudal en el medioevo europeo o desde la ciudad industrial decimonónica (Hiernaux, 2006, p. 9).

²(<https://concepto.de/arquitectura-2/>)

La historia, y especialmente la historia urbana, ha seguido la evolución de la morfología y del proceso de urbanización, así como la historia del urbanismo que se orienta hacia la planificación de ambas (García, 2016, p. 8). Aun cuando en la Inglaterra victoriana las técnicas procedimentales y el diseño espacial no se hayan elaborado por urbanistas como tales, desde estos principios se contempla la aparición de la ciudad que surge con la Revolución Industrial en Reino Unido hasta el último tercio del siglo XIX. A partir de ella surgieron las metrópolis, las conurbaciones, los grandes conjuntos de viviendas (Choay, 1970, p. 9). Desde estas perspectivas y desde las de autores más actuales ahondaremos en el significado categórico de la ciudad actual en los modelos británicos.

Objetivos

En estas páginas mostraremos como el tratamiento de las ciudades debe cruzar tres niveles de análisis para poder ser comprendidas: lo historiográfico, lo analítico (desde la mirada de sus contemporáneos) y la discusión de los analistas externos. Para ello nos servimos del enfoque teórico de la semiótica, entendida como “el dispositivo capaz de controlar la homogeneidad y coherencia de procedimientos y modelos de los sistemas de representación y modelos descriptivos susceptible de analizar cualquier objeto (Albano, 2005, p. 208). Como objetivo secundario es preciso mostrar la ciudad victoriana que surge en el eje de un crecimiento concéntrico que le confieren una permanencia intocable. También desde la perspectiva de Umberto Eco podremos vislumbrar que los edificios y el patrimonio construido es un organismo vivo denotando y connotando sus funciones primarias y secundarias. Señalaremos los códigos semánticos que transmiten los edificios y las calles; centrándonos en los edificios públicos (civiles y eclesiásticos) emblemáticos, mencionando también los códigos ideológicos que transmiten un modo de vivir y una ideología que permite una lectura interpretativa.

Metodología

Esta comunicación, de corte cualitativo y revisionista se fundamenta en recopilación de fuentes históricas, monográficas y teóricas. Las fuentes históricas son breves recurrencias a descripciones de los temas seleccionados dado que no se cuenta con el espacio para ser absolutamente abarcativo, sino demostrativo. Las fuentes monográficas han sido utilizadas para ejemplificar algunos estudios de caso que permiten señalar los campos empíricos seleccionados. Las fuentes teóricas han sido seleccionadas de acuerdo a lo que se persigue mostrar y que recae en el ámbito de la semiología urbana. Autores escogidos de acuerdo a su evolución sincrónica en la semiótica de las ciudades como: Charles Sanders Peirce, Algirdas Julius Greimas, Umberto Eco y Hiernaux nos han permitido hacer una lectura semiótica de algunas ciudades británicas detenidas en el tiempo. Este texto es un trabajo de síntesis de la información y generalización teórica de los hechos y sucesos en torno a las ciudades elegidas (Zhizhko, 2016, p. 19).

Desarrollo

1. La Semiología urbana, enfoques y características

Para entrar a analizar la semiología urbana, comenzaremos por revisar la terminología en voz de sus propios autores. Ferdinand De Saussure (1857-1913) propuso el término “semiología” para nombrar a la ciencia que estudia el uso de los signos en el seno de la vida social. Pero resumamos los principios que serán tomados de los teóricos arriba mencionados.

Charles Sanders Peirce (1839-1914)

Según el filósofo estadounidense, la semiótica se propone el análisis de la dimensión significativa de todo hecho, desde el momento en que se asigna su pertinencia: el régimen de determinaciones objetivas que hacen significativo a lo real. Todo aquello hacia lo que apunte su mira conceptual se convierte desde ese momento en objeto semiótico, como si lo hubiese tocado el rey Midas [...] (Presentación de Sercovich

A. en Peirce, 1976, p. 12). El cometido de la semiótica consiste en determinar las leyes mediante las cuales, un signo da nacimiento a otro signo y, especialmente, un pensamiento da nacimiento a otro pensamiento (Peirce, 1976, p. 22). La semiótica es pues un complejo proceso en el que se distinguen por lo menos los siguientes niveles de análisis: a) la reproducción de las condiciones estructurales de la sociedad; b) la reproducción semiótica de lo real que determina las representaciones; c) la reproducción pre científica -semiótica- de dichos fundamentos (elaboraciones pre-científicas acerca de lo ideológico). La única manera de comunicar una idea directamente es mediante un ícono; y todas las maneras indirectas de hacerlo deben depender, para ser establecidas, del uso de un ícono (Peirce, 1976, p. 47).

Algirdas Julius Greimas (1917- 1992)

Desde su enfoque teórico, el lingüista ruso se decanta por analizar los significados de la ciudad. Entre los diferentes enfoques que permiten el análisis de un objeto topológico tan complejo como la ciudad, la colocación de una estructura de comunicación parece la más adecuada. En el marco de esta estructura elemental, constituida por un productor y un lector, puede inscribirse la ciudad como un objeto-mensaje, el cual se trata de descifrar, bien imaginándole los procedimientos anteriores a este mensaje y acabando en la producción del objeto ciudad, parafraseando la tarea del lector que trata de decodificar el mensaje con todos sus sobreentendidos y todas sus presuposiciones. Tanto en un caso como en otro la ciudad puede ser considerada como un texto del que habrá que construir al menos parcialmente una gramática (Greimas, 1980, p. 154).

Umberto Eco (1932 - 2016)

Por su parte, este autor italiano señala a la arquitectura como el arte de articular los espacios (Eco, 1986, p. 282) que descansa en la función que juega cada elemento, complejo de elementos y sintagmas en su forma más pura. En este sentido, lo que permite el uso de la arquitectura (pasar, entrar, pararse, subir, salir, apoyarse, etc.), no solamente son las funciones

posibles, sino sobre todo los significados vinculados a ellas, que predisponen para un uso funcional (Eco, 1986, p. 257). El objeto arquitectónico puede denotar la función o connotar determinada ideología de la función, pero también puede connotar otras cosas. “La gruta en nuestro modelo hipotético connotaba la función «refugio», pero con el tiempo también connotó «familia», «núcleo comunitario», «seguridad», etc. Y sería difícil determinar si esta naturaleza connotativa, esta «función» simbólica es menos «funcional» que la primera” (Eco, 1986, p. 267). Al referirnos a las denotaciones de utilitas, y de «connotaciones simbólicas», utilizaremos los términos función primaria (la que se denota) y funciones secundarias (que son connotadas) (Eco, 1986, p. 269).

A continuación el lector podrá localizar las distintas lecturas semióticas de ciudad victoriana acorde a los casos planteados; pero antes entraremos a revisar sus antecedentes histórico-sociales.

2. Situación histórico-social

Época Victoriana

La época victoriana es conocida como la transición de la historia de Gran Bretaña entre 1820 y 1914. Fue el periodo de mayor esplendor del Imperio Británico y de auge de la Revolución Industrial; mismo que coincide en su mayor parte con el reinado de la reina Victoria I (desde 1837 a 1901) y por lo cual lleva su nombre (Kiss, 2025). La Reina Victoria llegó al trono en 1837, tras la muerte - sin descendencia legítima - de sus tres tíos paternos: Federico, duque de York y los reyes Jorge IV y Guillermo IV. La longeva emperatriz reinó durante 63 años antes del periodo Eduardiano (Blog <https://lacasavictoriana.com>). A decir de otros autores, el calificativo “victoriana” equipara el periodo al reinado de Victoria I (1837-1901) con una rotundidad excesiva, pues ni la monarquía británica gozaba de poderes tales como para que una reina marcara con su impronta una época, ni el periodo considerado presenta una homogeneidad sin fisuras (Canales, 2008). Esto en atención a que - políticamente hablando - a partir de 1832 el parlamento gobernó con más contundencia a

través de dos partidos: el tory (conservador) y el whig (que cambió de nombre en 1837 para llamarse liberal) alternando en el poder de manera pacífica (Lifeder, 2020) y restando poder a la regencia. No obstante la tradición, así como la historiografía local y europea la conocen de ese modo, distinguiendo tres periodos: victorianismo temprano (1837-1851): que comenzó con la coronación de Victoria I y se caracterizó por el asentamiento de la sociedad surgida tras la Revolución Industrial; victorianismo medio (1851-1873), marcado por la estabilidad interna y cuyo inicio se produjo con la celebración en el *Crystal Palace* londinense de la Gran Exposición, culminando su proceso de industrialización y convirtiéndose en la gran potencia europea. Finalmente el victorianismo tardío (1873-1901): donde aumentaron los problemas con Irlanda y sus colonias, y el movimiento obrero comenzó a radicalizarse (Lifeder, 2020).

La época victoriana acuñó una serie de íconos representativos de su época que aún perduran en la Inglaterra contemporánea. Un ejemplo de cómo el *Crystal Palace* - con su infraestructura de hierro y cristal - determinó el estilo a seguir por toda la península es el jardín interior del *Preston Park*, (Brighton y Hove, East Sussex), que refiere tanto al complejo estructural como a la ciudad jardín incorporado al paisajismo. Antonio Pizza afirma que: "el paisaje, o en términos más genéricos, la naturaleza y su orden orgánico de crecimiento y desarrollo, fueron incorporados activamente al proyecto británico (la consolidación de la teoría de lo pintoresco en arquitectura), bajo la óptica de una armonización ideal entre el mundo natural y el mundo artificial" (Pizza, 2002, p. 44).

Siendo una época que se distinguió por el auge de la producción metalúrgica (acero, carbón y hierro), la fabricación de lana y textiles, la exportación de manufacturas y la acumulación de capital, constituyó el germen para la proliferación de las ideas científicas, la construcción de arquitectura civil, funcional y religiosa; el auge de la música, la pintura, las artes menores y la transformación de los polos de población, dando origen al malestar humano y urbano (Hobsbawm, 1979).

Enlaces de comunicación entre ciudades y suburbios

El nuevo orden de las ciudades incluyó la distribución de las vías alternas de comunicación con el acondicionamiento de grandes arterias terrestres y fluviales. Tomemos en cuenta que, anterior a este periodo, ya había conformación de caminos atribuidos a la conquista romana, iniciada en el año 43 y posteriormente a una serie de invasiones encabezadas por distintos pueblos germánicos: anglos y sajones prioritariamente. Cuando la industria se implantó en los alrededores de la ciudad de Londres, las clases media y obrera fueron a parar a los suburbios (Choay, 1970). La invención del ferrocarril fue una inserción sin precedentes evidente del impacto que la Revolución Industrial inglesa agregó al continente. Debido a las largas distancias que debían recorrerse para establecer nexos comerciales entre la proveeduría de las materias primas y los centros de producción, los nuevos medios de transporte iban a tener un efecto revolucionario (Kemp, 1979, p. 43). "La naturaleza dispersa de la *conurbation* londinense pronto se vio valorizada por una eficaz política de transportes públicos, sobre todo del tipo ferrocarril, que hizo fácilmente accesible un extenso territorio destinado a la vivienda, al trabajo, al comercio y al ocio" (Pizza, 2002, p. 14). (Véase Figura 1)

El ferrocarril llegaba hasta algunos de los puntos más alejados del campo y hasta los centros de las mayores ciudades transformando la velocidad del movimiento (Hobsbawm, 2012). El ferrocarril cumplió la función de vincular lo propio y lo extraño marcando las fronteras entre un lugar y otro de acuerdo a Díaz Tellez:

En este punto se habla de centro (lo propio o conocido) y de periferia (lo extraño y desconocido). Es relevante decir que la traducción, desde esta perspectiva, es posible desde la tensión que se teje y marca entre lo propio y lo extraño. En especial, en dicha tensión que se teje, está la noción de frontera, que implica entender cómo agentes o dispositivos semióticos logran mediar entre una semiosfera y otra; del centro a la periferia o, si se quiere, de lo conocido a lo desconocido (Díaz, 2011).

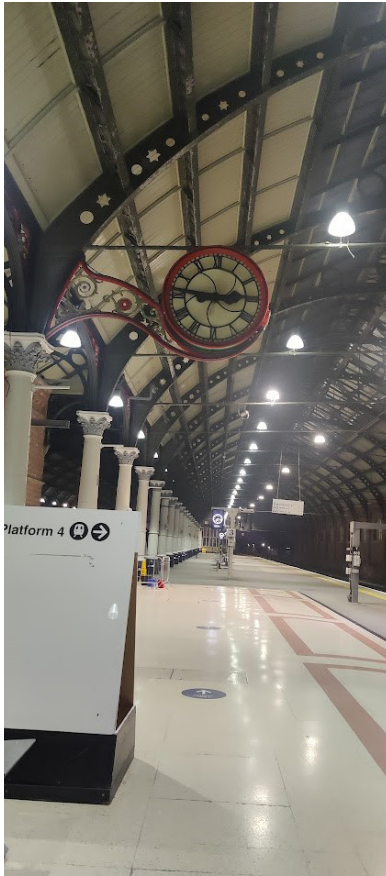


Figura 1. Estación de ferrocarril en Darlington. Fotografía del archivo personal (Diciembre 2024)

Saltburn-by-the Sea (perteneciente al condado de Yorkshire del Norte) fue impulsado por el descubrimiento de mineral de hierro en Cleveland Hills y la construcción de ferrocarriles para transportar los minerales, (Véase Figura 2).

Pero la comunicación no solo se acortó por la invención y construcción del ferrocarril. El archipiélago de la Gran Bretaña gozó de una gran ventaja respecto de otros reinos y fue su condición marítima, además de la gran cadena fluvial al interior de sus terrenos, lo que le permitió su comunicación rápida y efectiva.

Antes de 1755, Inglaterra poseía muy pocos canales. En 1755, en Lancashire, se construyó el canal de Sankey Brook en St. Helens; y en 1759 James Brindley construyó el primer canal importante, el de duque de Bridgewater que va de Manchester y las minas de esta región a la desembocadura del Mersey y que, en Barton, pasa mediante un encañado por encima del río Irwell. Desde entonces es que data la red de canales ingleses a la cual Brindley fue el primero en darle importancia; se trazaron canales en todas direcciones, y los ríos se hicieron navegables. En Inglaterra solamente hay 2200 leguas de canales y 1800 56 leguas de ríos navegables (Engels, 1845, p. 57).

Así, podemos decir que a raíz del crecimiento industrial y sus ejes de consumo se armó el entramado de



Figura 2. Railway Station, Saltburn-by-the Sea, Fotografía del archivo personal (Diciembre 2024).

las grandes ciudades a lo largo del Reino Unido en el XIX. (Véase Figura 3).

Conviene ahora ver cómo fueron vistos y analizados estos fenómenos del crecimiento urbano desde la perspectiva de sus contemporáneos

3. Los enfoques teórico-urbanistas

El impacto del crecimiento y proliferación de las ciudades en Reino Unido causó un caleidoscopio de interpretaciones y lecturas que pusieron a pensar no solo a investigadores, universitarios o intelectuales; sino a empresarios, comunicadores y comerciantes. Aquí presentaremos, al menos tres de los modelos más trascendentes y como se fueron enlazando con una política de ocupación en las ciudades.

Los modelos pre-urbanistas de acuerdo a Choay

El Modelo progresista planteado por Robert Ower, Charles Fourier, Benjamin Ward Richardson, Etienne Cabet o Pierre-Joseph Proudhon, fueron modelos optimistas de ciudad que intentaron acomodar a cada

sector en su lugar como símbolo del progreso, clasificando rigurosamente en lados distintos: el hábitat, el trabajo, la cultura y los esparcimientos. Esta era una lógica funcional que enfatizaba la impresión visual y la visión de la estética. El modelo culturalista aparece en los tratados de Ruskin y Morris (Choay, 1970, p. 27). Francoise Choay llama modelo culturalista al encabezado por Augustus Welby Northmore Pugin, John Ruskin y William Morris. (Véase Figura 4).

En el modelo culturalista, las necesidades materiales desaparecen frente a las necesidades espirituales (Choay, 1970, p. 29). Las dimensiones de la ciudad se inspiran en modelos medievales como Oxford, Ruán, Beauvais y Venecia. Se preconiza la irregularidad y la asimetría, dando rienda suelta a las conformaciones orgánicas criticando el orden monótono de las ciudades civilizadas (Choay, 1970, p. 29). En su ensayo “Las siete lámparas de la arquitectura” obra fundamental en la crítica arquitectónica, publicada en 1849, John Ruskin expone los principios esenciales de la arquitectura ligados a atributos morales, afirmando que estos principios son inseparables del diseño



Figura 3. Casco antiguo en Stokesly, localidad situada en el distrito de Hambleton, en Yorkshire del Norte, Inglaterra. Canal local con antiguo puente de piedra. Fotografía del archivo personal (Diciembre 2024).

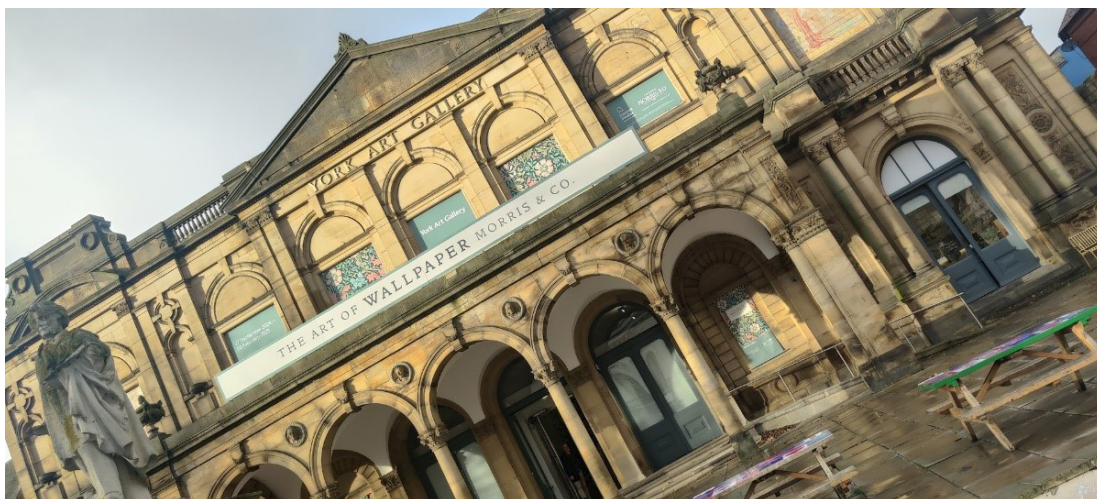


Figura 4. Galería de Arte de York, Exposición de tapicería de William Morris.¹
Fotografía del archivo personal, (Diciembre 2024).

arquitectónico y cruciales para entender y valorar la arquitectura gótica sobre la renacentista. Aquí se destacan principios como el Sacrificio; la Verdad; el Poder; la Belleza; la Vida; la Memoria y la Obediencia (Ruskin, 2001).

El ideal de la Inglaterra Victoriana de acuerdo a Charles Booth

En la Inglaterra victoriana, Charles Booth (30 de marzo de 1840 - 23 de noviembre de 1916), quien fuera un filántropo británico e investigador por haber documentado la vida de la clase obrera en Londres, pensaba que la historia y el carácter de los lugares propiciaban patrones de comportamiento singulares que se transmitían durante generaciones. Este autor

clasificó la población londinense en ocho clases: A, una minoría marginal y delictiva “capaz de degradar todo lo que toca”; B, haraganes que inmediatamente se gastaban lo poco que percibían (mayoritariamente en la economía informal); C, personas pobres debido a la intermitencia de sus ocupaciones; D, trabajadores regulares pero que ganaban sueldos miserables; E y F, obreros y artesanos con salarios dignos; y G y H, los más afortunados de la escala social. Booth culpaba al liberalismo económico de la pobreza urbana, que afectaba a las clases A, B, C y D; es decir, a un millón de personas, el 35 %. Su propuesta: evitar que la clase A se reprodujera, destruyendo para ello las barriadas donde vivía, expulsar a la clase B de la metrópoli confinándola en colonias rurales y trasladar a las clases E y F a áreas residenciales suburbanas para alejarlas de las semi marginales C y D (García, 2016, pp. 22-23). “Las tendencias del pauperismo son difíciles de determinar, dados los cambios fundamentales introducidos por la nueva Ley de Pobres, pero su extensión resulta suficientemente indicada por el hecho de que a comienzos de la década de 1840 alrededor del 10 % de la población total estaba constituida probablemente por indigentes” (Hobsbawm, 1979, pp. 97).

1. William Morris (1834-1896). Nacido en el seno de una familia adinerada de Walthamstow, Essex, recibió una educación exquisita en Oxford donde entró en contacto con los artistas que liderarían el movimiento Prerrafaelitas. Construyó en su propia casa, la *Red House*, montó en 1861 una empresa para producir y comercializar sus diseños como dibujante, asociado con Marshall, Faulkner & Company. Creó muebles, azulejos, cerámica y vidrieras, estampados para papeles pintados y textiles: Garden Fruit, Golden Lily, Willow, Branch, Strawberry thief, todos ellos sin excepción, con vegetales, motivos florales, frutales e inspirados en los tapices del medievo (Margalejo, 2022).

Este escenario solo podía aparecer en un emporio como Inglaterra donde hacia 1870 el Reino Unido producía la tercera parte de los artículos manufacturados en el mundo (Canales, 2008, p. 11). En Inglaterra el proceso de abolición de las estructuras feudales adoptó una vía de compromiso que permitió la continuidad de la nobleza en la propiedad de la tierra (Canales, 2008, p. 13).

4. Semiótica urbana de la ciudad victoriana

La semiótica es un complejo proceso, en el que se distinguen varios niveles de análisis: a) las condiciones estructurales de la sociedad (un ajuste de las aglomeraciones humanas al impacto de la Revolución Industrial y el nacimiento de las ciudades en la época victoriana); b) la reproducción semiótica de lo real (sustitución de lo rural por lo urbano); c) la reproducción

pre-científica de dichos fundamentos (los tres modelos de ciudad presentados arriba). Respecto de los niveles de la semiótica, veremos un ejemplo del tercer nivel de análisis. La calle *Shamblers* en York fue la calle más popular desde la Edad Media, donde los carniceros y tableros proveían de los nutrientes proteínicos a sus habitantes. Vista como un signo primario, ahora porta otro signo a la ciudad: la aglomeración de turistas que se desplazan a lo largo de la misma, registrando fotografías de los restos arquitectónicos medievales y victorianos además de detenerse en uno de los lugares más emblemáticos para consumir un producto tradicional que es el *pork pie*. En este desplazamiento observamos cómo un signo de los siglos XI al XXI es sustituido por otro signo en la actualidad: retrotraer el pasado con la vista, el acto de marchar sobre el empedrado y el episodio de probar-sentir lo que alimentó a pobladores de otros tiempos. (Véase Figura 5).



Figura 5. The Shamblers. Foto © VisitBritain / Andrew Pickett

Fuente: <https://aypviajes.com/york-y-su-legado-historico-en-inglaterra/>

Ciudad	Época de auge	Modelo de ciudad	Modelo según Peirce	Modelo según Greimas	Modelo según Eco
Birmingham	1898	Zona conurbada integrada al West Midlands	Icono representativo: La Casa Consistorial de Birmingham	El objeto mensaje: la locomotora del Reino Unido.	Denotación de utilidad: Ciudad de los Mil Oficios. Connotación simbólica: Progreso, trabajo y desarrollo.
Glasgow	1892	Segunda ciudad del imperio británico en la época victoriana. Portuaria	Icono representativo: Universidad de Glasgow	El objeto mensaje: Ciudad universitaria.	Denotación de utilidad: Centro financiero. Connotación simbólica: Centro icónico de torneos de fútbol.
Liverpool	1830	Portuaria	Icono representativo: El Royal Liver Building	El objeto-mensaje: Ciudad mercantil marítima de Liverpool.	Denotación de utilidad: Segundo puerto del Reino Unido en volumen de exportaciones. Connotación simbólica: Destino turístico por la popularidad de The Beatles.
Londres	1831 y 1925	Policéntrica y global. Su estructura urbana se ajusta al modelo Hoyt.	Icono representativo: Palacio de Buckingham	El objeto mensaje: centro neurálgico en el ámbito de las finanzas.	Denotación de utilidad: contrapeso político y económico a la UE. Connotación simbólica: Reino Unido más antiguo y poderoso de la UE.
Manchester	1890	Industria textil energía hidráulica y acceso al mar.	Icono representativo: Ayuntamiento de la ciudad.	El objeto mensaje: Ciudad textil- centro financiero.	Denotación de utilidad: Ciudad manufacturera (textil). Connotación simbólica: Mayor economía de las ciudades del Reino Unido.
Sheffield	1843-1893	Borough o municipio con una población incorporada. Fábricas de acero	Icono representativo: Ayuntamiento de Sheffield	El objeto mensaje: Ciudad de defensa militar.	Denotación de utilidad: Fabricante de armas y municiones para la guerra. Connotación simbólica: Ciudad defensiva.

Tabla 1. Modelos de Ciudad.

Otro ejemplo son los mercadillos navideños que se despliegan no solo en ciudades británicas, sino europeas. En Edimburgo se colocan filas de tendajones exhibiendo artículos comestibles, artesanías y novedades publicitarias alusivas a figuras emblemáticas de la literatura o el cine que enfatizan los tiempos pasados y la cultura británica.

En la Tabla 1 se presentan los distintos tipos de modelo de ciudad según los teóricos seleccionados de la semiótica.

Una muestra de las ciudades victorianas, revisadas de acuerdo a tres modelos de la semiótica, confirman que las significaciones más poderosas de dichas ciudades descansan en su origen primario y cómo, a través de una política pública de preservación, fortalecen las connotaciones emblemáticas de una época detenida en el tiempo. Un ejemplo de ello es Edimburgo, cuyas políticas públicas impiden la construcción de edificios modernos, a menos que se respete el modelo arquitectónico predominante. Para habilitar edificios antiguos se cuida el estilo antiguo y el empleo de materiales originales, respetando altura, dimensiones, entradas y salidas hacia el arroyo de las calles, etc.



Figura 6. Río Tees en Eaglescliffe. Fuente: Visita Eaglescliffe: El mejor viaje a Eaglescliffe, Stockton-on-Tees, del 2025] Turismo con Expedia

Las metrópolis y los suburbios

Las metrópolis que fueron emergiendo durante todo el siglo XIX en la época victoriana del Reino Unido dieron origen a muchos suburbios y pequeñas ciudades hacia el norte, que comunicaban Inglaterra con Escocia, Gales e Irlanda. Muchos de ellos al borde de los ríos. Un ejemplo lo tenemos en Yarm que creció colindante al río Tees y de ser un llano fértil y constante paso de viajeros en la época romana y la Edad Media fue adquiriendo otras vocaciones:

In 1066 the settlement at Yarm was wiped out by William the Conqueror who so devastated the land between York and Durham, no buildings or cattle were left [...] Yarm in the 13th and 14th centuries was a busy, important town, a callign place for many people on their way North or South. [...] The Industrial Revolution saw the end of Yarm as the major port and crossing point on the Tees. Larger ships had deeper daughts and could no longer reach Yarm, so Stockton and then Middlesbrough grew in importance (Strickland & Holt Ltd., 1994, p. 3).

Los ríos y brazos de este río siguen, no obstante bañando los pequeños condados.

Escenas como éstas (véase Figura 6) denotan la función de un río que baña los límites de sus terrenos, pero su conservación connota la ideología de preservación del tiempo y del espacio en un mundo aturrido por la inmediatez. Sin duda la fauna y la flora contribuyen a robustecer esa connotación. Algunos pintores británicos serán como científicos, que van a estudiar



Figura 7. Wivenhoe Park. Fuente: John Constable - Wivenhoe Park, Essex - 1816 - Google Art Project

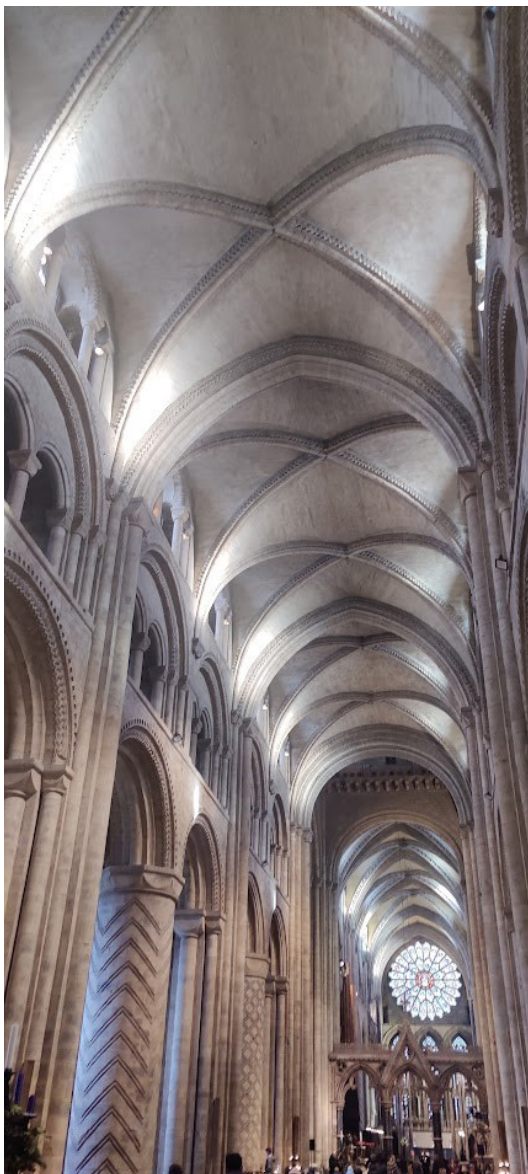


Figura 8. Nave principal de la catedral de Durham.
Fotografía del archivo personal (Diciembre 2024).

todos esos objetos, elementos como la luz y el agua, que refleja la luminosidad de las diferentes horas del día. Constable y Turner proceden de una isla y de un ambiente atmosférico y natural que propicia muchos de estos fenómenos y por eso se ocuparon de reproducir sus observaciones en sus obras pictóricas (Romero, 2014). (Véase Figura 7).

No obstante, en la Inglaterra victoriana, no solo el paisaje remite a la omnipresencia de la naturaleza: también la arquitectura. En el plafón de la nave central de la catedral de Durham, vemos el juego de ramajes que despliegan las enormes columnas románicas convirtiéndose en aristas góticas.

En la Universidad de Durham, la tercera más antigua de Inglaterra después de las universidades de Oxford y Cambridge, se encuentra la típica interpretación romántica y prerromántica según la cual la estructura de la catedral gótica pretendía reproducir la bóveda de los bosques célticos y por lo tanto, todo el mundo prerromano, bárbaro y primitivo, de la religiosidad druídica (Eco, 1986, p. 270).

Otro ejemplo de denotación y connotación lo tenemos en el museo Preston que a fines del siglo XIX fue la mansión del magnate industrial Robert Ropner, (véase Figura 9). El terreno se encuentra junto al río Tees y alberga una vasta colección de objetos que cuentan la historia de Stockton-On-Tees. En una parte de la antigua casa se ha adecuado un espacio para escenificar las calles estilo victoriano en donde se puede tomar el té o adquirir algunos productos alusivos a la época. Lo que denotan esos almacenes y vidrieras son escenarios victorianos, mientras que la connotación es realmente valorar el apogeo de una época a todas luces deslumbrante en la Europa decimonónica. Así pues, estamos ante un escenario donde “la caracterización de un signo se basa solamente en un significado codificado que un determinado contexto cultural atribuye a un significante” (Eco, 1986, p. 261). Este ejemplo comprueba lo que señala Díaz acerca de lo que el habitante imprime a su espacio:



Figura 9. Preston Park Museum & Grounds, Eaglescliffe, Stockton-on-Tees-England. The Victorian Street, 1895. Fotografía del archivo personal (Diciembre 2024).

[...]se retoma la noción de discurso que implica la aparición de la predicación que hace el informante, sujeto o habitante, que está posibilitado para expresar las axiologías y contenidos recurrentes que confluyen en la representación de la *forma de vida* de una comunidad urbana o rural y desde la que se inventan y presentan distintos mecanismos para expresar sobre los espacios. Cada comunidad tiene diferentes formas de apropiarse, de usar sus objetos y espacios, y es así que es posible, por ejemplo, una semántica acerca de los discursos sobre el espacio urbano (Díaz, 2011, s/p).

Las ciudades

Las ciudades con mayor auge poblacional en la época victoriana fueron, entre otras, Londres, Glasgow y Mánchester. Las razones por las cuales el crecimiento en el siglo XIX se propició las explica el autor Ashton: hacia fines del siglo XVIII “el uso de ladrillos, pizarra o piedra como materiales de construcción en lugar de paja y madera en chozas y casas de campo, redujo el número de epidemias; a la vez, la supresión de muchas manufacturas domésticas dañinas trajo una mayor comodidad para las casas de los trabajadores” (Ashton, 1983, p. 11). Hiernaux supone que la definición actual de ciudad –aplicándolo a estas ciudades

victorianas– debe reunir ciertas características irre-nunciabiles para percibir un espacio articulado que se distingue del campo:

La tríada “laberíntico-fugaz-fortuito” no es una simple yuxtaposición de “ocurrencias” bonitas a partir de las cuales se podría repensar la ciudad. Permite una redefinición ontológica sobre lo que la ciudad es en su esencia; en otros términos, lo que hace que una ciudad sea una ciudad y no una simple aglomeración de personas con ciertas actividades sobre un territorio dado, bajo una determinada morfología espacial (Hiernaux, 2016, p. 14).

Este autor nombra a la ciudad laberíntica, porque aun cuando dispongamos de un plano, mapa o guía la necesidad humana obliga al desplazamiento libre y curioso en una ciudad; fugaz, porque la ciudad implica movimiento y sobre todo velocidad; y lo fortuito porque la concentración de individuos con experiencias y trayectorias distintas implica que del encuentro de tantas diferencias siempre puede surgir algo nuevo, inesperado, fortuito (Hiernaux, 2016, p. 13). (Véanse Figuras 10 y 11).

En la época victoriana la arquitectura más vinculada a los centros urbanos mantiene ciertas características formales que se remiten a épocas anteriores, y a pesar



Figura 10. Casco antiguo de la ciudad de York, Fotografía del archivo personal (Diciembre 2024).



Figura 11. Casco antiguo de Edimburgo. Fotografía del archivo personal (Diciembre 2024).

de las nuevas posibilidades que se ofrecían al historicismo estilístico, el *gothic revival* nunca sustituyó la persistencia de modalidades clasicistas (Pizza, 2002, p. 45). Se acentúan los gestos retóricos: relieves, cavidades, *bow windows* y estudiados dispositivos decorativos que, al enfatizar su visibilidad, se proponen establecer una relación empática con los usuarios (Pizza, 2002, p. 46).

Los monumentos

Se define monumento como “aquello que nos recuerda” (Carta de Venecia, 1964.). El palacio de Westminster, o *The Houses of Parliament* en Londres fue declarado por la UNESCO en 1987 Patrimonio de la Humanidad y se encuentra situado en la orilla norte del río Támesis. Sirvió inicialmente como residencia real, pero ningún monarca lo ha habitado. Los constructores fueron Charles Barry y Augustus Pugin y se clasifica como estilo neogótico. Una de las características más notables del palacio es la torre del reloj, que alberga la campana llamada Big Ben. Otro ejemplo de monumento emblemático es la Universidad de Liverpool que es una universidad pública ubicada en la ciudad del mismo nombre inaugurada en 1881; cuenta con una amplia gama de escuelas tanto en artes como en ciencias; se caracteriza por el valor estructural de

la bóveda ojival y del arco agudo. Respecto al gótico, Umberto Eco expone algunas hipótesis: a) la bóveda ojival cumple la función de sostener, y toda la esbelta construcción de una catedral se funda en ella y en el milagro del equilibrio. b) la bóveda ojival no sirve de sostén, aunque dé esta impresión; esta función corresponde mejor a las paredes; c) la bóveda ojival servía de sostén durante la construcción, funcionando como una especie de andamiaje provisional; pero luego se trasladaba el juego de apoyos y contra- apoyos a las paredes y a otros elementos de la construcción y en teoría la crucería de ojiva podía haber sido eliminada (Eco 1986, p. 269); en resumen la bóveda ojival tan empleada en edificios religiosos como civiles de las ciudades victorianas son un reflejo de su entramado filosófico, teórico e ideológico.

Sobre el *revival* neogriego inglés argumenta John Summerson: miremos otra vez la fotografía de la High School de Edimburgo, construida en 1825. Se trata, desde luego, de una versión espectacular y persuasiva del dórico griego, bellamente emplazada en la Calton Hill. (Summerson, 1984, p. 119). Para las ciudades victorianas pareciera que hay rasgos permanentes que las colocan en una especie de estatismo

Ciertamente, la construcción de la ciudad denotaba siempre la permanencia, como en el caso de la lenta construcción de las catedrales, pero aun así, los críticos de la arquitectura han evidenciado cómo se transformaba el estilo constructivo a lo largo del proceso de edificación, permitiendo que la transformación pueda y deba leerse en la misma piedra (Hiernaux, 2016, p. 12).

No obstante, si hasta aquí hemos seguido los principios de la semántica posturándonos en la teoría de Greimas, diríamos que hay una falacia al pretender que tanto la *High School* como el Museo Británico seguirían ahí aun sin los rasgos arquitectónicos que les determinan. Los propios edificios son síngicos de una apoteosis económica, política e industrial. La convención de los peristilos griegos de descomunales columnas (desde el enfoque de Umberto Eco) connotan grandeza y perenidad en la arquitectura civil, en este caso.

Conclusiones

La semiótica se manifiesta en la ciudad victoriana y su arquitectura al considerar estos elementos como un lenguaje y su disposición urbana como una serie de connotaciones visibles y susceptibles de ser interpretadas. Para comprender cómo se da esta manifestación, se utilizaron tres niveles de análisis: el historiográfico, la perspectiva de los observadores contemporáneos y la discusión de analistas externos especializados en semiótica. Detallamos a continuación cómo se expresa la semiótica en la ciudad victoriana:

La Ciudad como Texto y Lenguaje: Una idea fundamental es que la ciudad puede ser considerada como un texto del cual es necesario construir, al menos parcialmente, una gramática. La arquitectura, definida como el arte y la técnica de concebir, diseñar y construir edificaciones, es un reflejo de la civilización humana y testifica sus transformaciones culturales y tecnológicas. En este sentido, los edificios, el urbanismo y el paisaje no solo cumplen funciones, sino que también comunican códigos semánticos e ideológicos.

Denotación y Connotación de Funciones:

- Según Umberto Eco, los edificios y el patrimonio construido son organismos vivos que denotan sus funciones primarias y connotan sus funciones secundarias o simbólicas. Las funciones secundarias se apoyan en la denotación primaria.
- La denotación se refiere a la función utilitaria explícita (por ejemplo, un techo ofrece protección).
- La connotación se refiere a los significados simbólicos, ideológicos o culturales que se asocian a esa función o al elemento arquitectónico. Por ejemplo, una gruta podía denotar "refugio" y con el tiempo connotar "familia", "núcleo comunitario" o "seguridad".

Ejemplos de Denotación y Connotación en la Ciudad Victoriana:

- *The Shambles* en York: Esta calle, que en la Edad Media denotaba su función de carnicerías, ahora connota una aglomeración de turistas que buscan revivir el pasado medieval y victoriano, consumiendo productos tradicionales, lo que implica un signo actual que sustituye al original.
- El paisaje y la arquitectura: En la Inglaterra victoriana, tanto el paisaje como la arquitectura (como el plafón de la nave central de la Catedral de Durham) reflejan la omnipresencia de la naturaleza. La Catedral de Durham, por ejemplo, donde las columnas románicas se convierten en aristas góticas, se interpreta como una reproducción de la bóveda de los bosques célticos, lo que connota la religiosidad druídica y un mundo pre-romano.
- Museo Preston Park: Los escenarios victorianos en este museo denotan almacenes y escaparates de la época, mientras que su connotación es la de valorar el apogeo de una época deslumbrante. Los habitantes y sus comunidades apropian y usan los espacios, creando una semántica de discursos sobre el espacio urbano.
- Monumentos: La construcción de monumentos como el Palacio de Westminster (*Houses of Parliament*) o la Universidad de Liverpool, con sus estilos neogótico o neogriego, aunque denotan una estructura, connotan una grandeza y perennidad que refleja el entramado filosófico, teórico e ideológico de la época.

También observamos a lo largo de este texto que destaca una permanencia y estabilidad en el Modelo Victoriano: la preservación de la ciudad victoriana, con su crecimiento concéntrico y la superposición de núcleos urbanos, le ha conferido una permanencia “intocable”.

Esto ha permitido mantener un orden y una política establecida desde aquella época, y en la actualidad, connota una sensación de estabilidad económica, política y social. Esto se logra, por ejemplo, en ciudades como Edimburgo, donde las políticas públicas impiden construcciones modernas que no respeten el estilo arquitectónico predominante, asegurando el uso de materiales y estilos originales.

Respecto al urbanismo y la conectividad, la época victoriana, marcada por la Revolución Industrial y el auge de la producción metalúrgica y textil, impulsó el crecimiento de metrópolis y suburbios. La invención del ferrocarril y el aprovechamiento de la red fluvial acortaron distancias y vincularon “lo propio” (el centro) con “lo extraño” (la periferia), estableciendo fronteras semióticas. Esta conectividad urbana no solo fue funcional sino que también contribuyó a la configuración semiótica del espacio.

En resumen, la semiótica en la ciudad victoriana se manifiesta a través de cómo sus elementos arquitectónicos y urbanísticos actúan como signos, denotando funciones primarias y, crucialmente, connotando significados simbólicos e ideológicos que reflejan una forma de vida, una política de preservación y una percepción de estabilidad a lo largo del tiempo.

Referencias

- Ashton, T.S. (1983). *La Revolución Industrial*. FCE. 1950. (5ª. Reimpresión 1983). Breviarios.
- Benevolo, L. (1981). *Los orígenes del urbanismo moderno*. Blume.
- Canales, E. (2008). *La Inglaterra Victoriana*. Ediciones Akal.
- Choay, F. (1970). *El urbanismo, utopías y realidad*. Editorial Lumen.
- II Congreso Internacional de Arquitectura y Técnica de Monumentos Históricos. (25 al 31 de mayo de 1964) Carta de Venecia, 1964. [Archivo PDF] <https://tecne.com/wp-content/uploads/2013/10/CARTA-DE-VENECIA-1964.pdf>
- Díaz, A. (2011). Apuntes para comprender la ciudad: aproximaciones semióticas para la interpretación del espacio público. *Forma función, Santaf, de Bogota, D.C.* 24(2)
- Eco, U. (1986). *La estructura ausente*, (3ª. Ed.) Editorial Lumen.
- Engels, F. (1845). *La situación de la clase obrera en Inglaterra*, [Archivo PDF] <https://www.marxists.org/espanol/m-e/1840s/situacion/situacion.pdf>
- García C. (2016). *Teorías e historia de la ciudad contemporánea*. Edit. Gustavo Gili.
- Gravagnuolo, B. (1998). *Historia del urbanismo en Europa 1750-1960*. Ediciones Akal.
- Greimas, A. (1980). *Semiótica y ciencias sociales*. Editorial Fragua.
- Hiernaux, D. (2006). Repensar la ciudad: la dimensión ontológica de lo urbano. *LiminaR* 4(2) <https://doi.org/10.29043/liminar.v4i2.207>
- Hobsbawm, E., (1968) La segunda fase de la industrialización, 1840-1895. libro *Industria e imperio. Historia de Gran Bretaña desde 1750 hasta nuestros días*. (1a. Ed.) 105-129. Editorial Planeta
- Hobsbawm, E. (1979). *Trabajadores Estudios de historia de la clase obrera*. Trad. Ricardo Pochtar. Editorial Crítica. Grupo editorial Grijalbo.
- Kemp, T. (1979). *La Revolución Industrial en la Europa del siglo XIX*. Editorial Fontanella.
- Kiss, Teresa (23 de febrero de 2025). Época victoriana. Enciclopedia Humanidades. <https://humanidades.com/epoca-victoriana/> y <https://humanidades.com/epoca-victoriana/#xzz91bGqZCJ>.
- Lefebvre H. (2017). *El derecho a la ciudad*, Alianza Editorial, El libro de bolsillo.
- Lifeder. (12 de junio de 2020). Época victoriana: origen, características, economía, sociedad. <https://www.lifeder.com/epoca-victoriana/>.
- Margalejo, I. 17 de abril de 2022 <https://www.revistaad.es/diseño/iconos/articulos/william-morris-icno-ad-bio/20733>
- Martínez, I. (2024). *Presentación y traducción de Lefebvre, H. El derecho a la ciudad*. Alianza Editorial. El libro de bolsillo.
- Palmero, S. (2022). *La revolución Industrial en Inglaterra, orígenes, realizaciones y consecuencias*. Universidad de Valladolid.
- Peirce, Ch. (1976). Presentación de Armando Serco-vich en: *La ciencia de la semiótica*. Ediciones Nueva Visión.
- Pizza, A. (2002). Londres-París, Teoría, arte y arquitectura (1841-1909). Ediciones UPC. *Arquitect* 13. (2). Universidad Politécnica de Catalunya.
- Romero, M., *Los Paisajistas del XIX: Constable y Turner*. Publicada en 2014-02-14
- Strickland & Holt Ltd. (1994). *Old Yarm*. Printed by Studio Print.
- Summerson, J. (1984). *El lenguaje clásico de la arquitectura. De L.B. Alberti a Le Corbusier*. 6ª. Ed., Gustavo Gili. Colección Punto y Línea.
- Ullán, F. (2014). *Sociología urbana: de Marx y Engels a las escuelas posmodernas*. Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Zhizhko, E., (2016). *Investigación cualitativa, desmascarando los mitos*. ORFILA.

Memoria histórico-arqueológica de la cultura material en Oaxaca: *Dainzú-Macuilxóchitl*

*Historical-archaeological memory of material
culture in Oaxaca: Dainzú-Macuilxóchitl*

Mtra. Angely Salgado Gamez

Universidad Autónoma del Estado de México

angy.arte.gamz@gmail.com

ORCID: 0009-0006-9205-0487

Aceptado: 17/05/2025 Publicado: 27/09/2025

* Como citar este artículo / *How to cite this article*:
Salgado, A., (2025). Memoria histórico-arqueológica
de la cultura material en Oaxaca: *Dainzú-Macuilxó-*
chitl. *un año de diseñarte, mm1*, (27), 82-105.

Resumen

El presente artículo tiene como objetivo mostrar el continuum de la memoria de la cultura material en la cosmoexistencia de los zapotecos actuales, que viene desde lo ancestral y ha viajado por siglos como un eco que actualiza y reactualiza dicha memoria. Para ello se presenta el caso de la comunidad de Macuilxóchitl, ubicada en los valles centrales oaxaqueños. A través de un recorrido arqueo-histórico, se muestra el largo proceso evolutivo de la cultura material, y como esta ha dejado huella en la vida ritual-ceremonial de los pueblos originarios en el presente.

Palabras clave: Zapotecos, Oaxaca, Macuilxóchitl, Cultura Material, Memoria

Introducción

Oaxaca se caracteriza por tener sitios arqueológicos que mantienen una estrecha relación con los actuales grupos étnicos. Desde tiempos prehispánicos las culturas Zapoteca y Mixteca han predominado en presencia, su territorio está compuesto de valles y sistemas montañosos, espacios que han sido transformados tanto por los habitantes ancestrales como por los actuales.

Abstract

This article aims to show the continuum of the memory of material culture in the cosmoexistence of the current Zapotecs, which comes from the ancestral and has traveled for centuries as an echo that updates and re-actualizes said memory. To do so, the case of the community of Macuilxochitl, located in the central valleys of Oaxaca, is presented. Through an archaeo-historical journey, the long evolutionary process of material culture is shown, and how it has left its mark on the ritual-ceremonial life of the native peoples in the present.

Keywords: Zapotecs, Oaxaca, Macuilxochitl, Material Culture, Memory

El área donde se han localizado los asentamientos prehispánicos se caracteriza por aprovechar el tipo de tierra fértil, además de la cercanía con ríos, la zona de los valles presenta divisiones por la extensión de tierra plana; en el caso del sistema de Valles Centrales puede ser subdividido en tres sub valles con forma de “Y” o estrella de tres picos: al noroeste se ubica el subvalle de Etla, el más angosto y elevado de los tres, donde nace el Río Atoyac; al este se localiza el subvalle de Tlacolula, ancho y seco, formado por el Río Salado; al sur se encuentra el Valle Grande; en dirección sureste, se hallan los valles de Ejutla y Miahuatlán (véase Figura 1), ambos afluentes del Atoyac y vinculados políticamente al Valle de Oaxaca durante parte de su historia con más de 2 800 sitios arqueológicos (Marcus, 2001, p. 14).

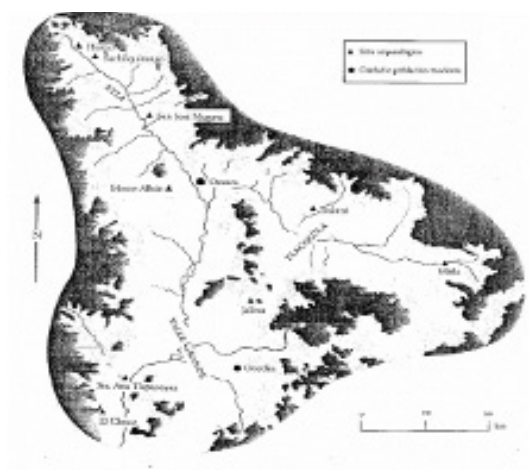


Figura 1. Ubicación de los valles en Oaxaca. Fuente: *La civilización zapoteca: Cómo evolucionó la sociedad urbana en el Valle de Oaxaca*. (p. 40), por J. Marcus y K. Flannery, 2001. FCE.

En el territorio del subvalle de Tlacolula se ubica la comunidad de Macuilxóchtli, donde se han observado múltiples representaciones de los zapotecos ancestrales a través de la cultura material y la arquitectura monumental, actualmente conocidos como asentamiento prehispánico *Dainzú-Macuilxóchtli*. Para conocer la tradición prehispánica de esta región se abordarán desde la perspectiva arqueológica las diferentes fases de ocupación y de esta manera comprender como se ha mantenido la relación entre lo ancestral y lo actual, para ello se realiza un acercamiento a la evidencia arqueológica de Oaxaca, una revisión del panorama general desde las primeras ocupaciones hasta llegar a la conformación de áreas monumentales.

Con fines analíticos y heurísticos, se muestra en la Figura 2 la secuencia cronológica de Monte Albán y el Valle de Oaxaca, propuesta por Alfonso Caso y sus co-

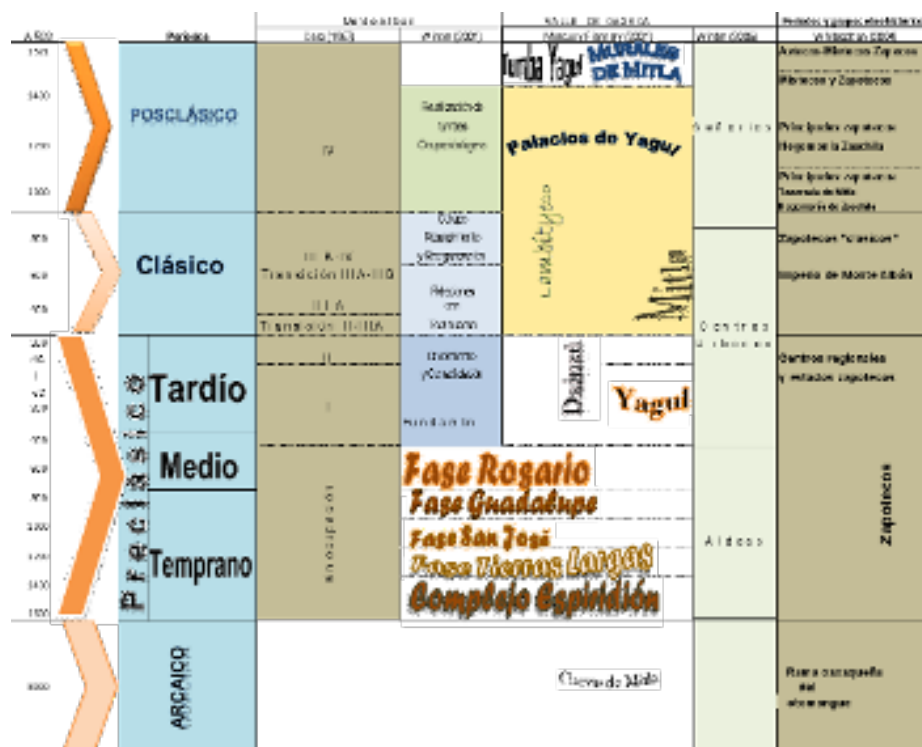


Figura 2 . Cuadro cronológico de las investigaciones en asentamientos prehispánicos de Oaxaca.
Fuente: Elaborado con base en Caso, Bernal y Acosta (1967), Winter (2001, 2006), Whitecotton (2004) y (Flannery, 2001).

laboradores en cinco etapas numeradas de la I a la V y que a su vez están relacionadas a los tres periodos de desarrollo Mesoamericano: Formativo, Clásico y Posclásico con sus fases: Temprano, Medio y Terminal. Dichos autores consideran la fundación de Monte Albán como el primer asentamiento en el Valle de Oaxaca, las etapas I y II (100 a.C.- 250 d. C.) corresponden al Formativo Tardío y Terminal respectivamente. Las etapas IIIa (250-650 d.C.) y IIIb (650-800 d.C.) corresponden al Clásico Temprano y Tardío. Las etapas IV (800-1350 d.C.) y V (1350 -1521 d.C.) se relacionan con el Posclásico Temprano y Tardío.

Investigaciones posteriores, explican una secuencia ocupacional prolongada, iniciando con los primeros grupos de cazadores-recolectores de por lo menos 10,000 a.C. (Flannery, 2001), estableciendo una secuencia más antigua antes de Monte Albán: Tierras Largas (1400-1150 a.C.), San José (1150-850 a.C.), Guadalupe (850 -700 a.C.), y Rosario (700-500 a.C.). Dicha cronología permitirá comprender las transformaciones sociales.

Los restos arqueológicos registrados en la región oaxaqueña demuestran una ocupación poblacional temprana, materializada en las pinturas rupestres ubicadas en los abrigos rocosos y la arquitectura monumental localizadas en la cima de los cerros. Cronológicamente se establecen diferentes periodos para mencionar la evidencia de los primeros pobladores, además que permite fechar los posibles sucesos que mantienen un *continuum* en la memoria de la cultura de los actuales habitantes.

En la cronología se marca que a partir de la Era Glacial Tardía y el Arcaico (15 000 a.C.- 2000 a. C.) una ocupación en territorio oaxaqueño, la evidencia de los nombrados "patrones arcaicos de asentamiento", las pruebas de una temprana cultura de recolectores de alimentos y cultivadores incipientes proceden de una serie de cuevas y refugios rocosos ubicados cerca de Mitla, que es una zona geográfica de transición entre el valle y la montaña (Whitcotton, 2004, p. 42), como ejemplo se observan en las Cuevas de *Guilá Naquitz*,

Gheo-Shin, y Cueva Blanca; aquí se registran herramientas manufacturadas a partir de tipos de roca, plantas silvestres comestibles que posteriormente se cambiaría por el cultivo del maíz, frijol y calabaza para el Arcaico Tardío.

La organización de las sociedades durante estas fases inició con un desplazamiento de grupos nómadas hasta alcanzar asentamientos fijos con densa población ubicados en tierras fértiles cuyas condiciones ambientales favorecían la permanencia en el lugar. Ante el aumento de población y de la organización social, se estableció una jerarquización, cuyas características se basan en el uso del grabado en la cerámica, así como también copias en miniatura de taburetes en cuatro patas, de barro y en la misma escala figurillas humanas (Flannery, 2001, p. 113), aumento en entierros con distintas posiciones y deformación craneal, acompañados por ofrendas con cuentas de jade, y vasijas grabadas.

Las estructuras 1 y 2 del sitio arqueológico de San José Mogote tienen un sistema constructivo basado en ladrillos de adobe y piedras labradas con representación de un felino y de un ave de rapiña. La arquitectura de los primeros edificios muestra una ideología, ya que existen dos estructuras que reflejan la habilidad de un líder local para organizar la mano de obra a una escala regional, la variedad de materias primas usadas significa la llegada de cuadrillas de trabajadores de diversas localidades (Marcus, 2001, p. 130).

La existencia de grupos establecidos en el territorio para desarrollar actividades de subsistencia, desembocó en asentamientos que produjeron la construcción de edificios como reflejo de una ideología, preámbulo de una diferenciación social y por lo tanto una figura de mando en las comunidades establecidas de forma dispersa, creando lazos de comunicación para fortalecer rasgos culturales propios de cada asentamiento a través de la diversificación y alianzas.

En el subvalle de Etlá se ha reconocido un tipo diagnóstico de cerámica nombrada en la tipología como

Guadalupe, a la cual se le asocia una fase de ocupación que va 850-700 a.C., caracterizada por la centralización de territorios a través de linajes, para esta fase las sociedades han practicado el uso de adobes y relleno de tierra obteniendo plataformas con fachada. Los centros de poderío se asentaban en San José Mogote y Huitzo, Fábrica San José, Tierras Largas y Abasolo, donde se ha evidenciado la práctica de intercambio con otras regiones del país, hallando restos de obsidiana proveniente del área central de Mesoamérica y concha del Pacífico y del Golfo de México.

De la época de entre el 700-500 a.C., se ha encontrado un tipo de cerámica con acabados finos y decoración elaborada cuya vajilla es basta (miniaturas, vasos) su uso es diferenciado, en hogares, áreas residenciales y edificios públicos importantes; es conocida como Rosario. El patrón de asentamiento muestra una jerarquización en tres niveles: en lo alto la aldea de un jefe supremo, comunidad de mayor tamaño y defendible de la región, en el segundo nivel aldeas de tamaño intermedio, bajo el mando de un subjefe, en el tercero pequeñas villas, cuyos dirigentes se hallan a las órdenes del subjefe de una aldea cercana de mayor dimensión (Flannery, 2001, p. 145).

En lo que respecta a los edificios de los sitios recientemente consolidados, como el de San José Mogote, se registra arquitectónicamente una superposición y construcción de áreas monumentales, presencia de tumbas con ofrendas, aumento en la cantidad de vasijas del tipo fino, figurillas, concha y rocas trabajadas. En esta última fase, considerada como "Etapa Aldeana", surgió en el Valle de Oaxaca una cultura material distinta, caracterizada por la presencia de la cerámica gris; en este mismo sentido se desarrollaron conocimientos calendáricos y el surgimiento de estratificación social (Winter, 1995, p. 101).

Existe evidencia material de la relación entre San José Mogote con la Cuenca de México y Chiapas, en específico existen similitudes con la cultura olmeca del Golfo, así se propone que los oaxaqueños tomaron prestadas las características foráneas para aumentar

su poder, o bien se trata de la apropiación de los sitios por los olmecas; tal y como se encuentra evidenciado en los Altos de Oaxaca donde se hallaron manifestaciones de la cultura olmeca de la costa del Golfo, cerámica decorada y figurilla de hombres con deformación craneal que parecen jefes olmecas (Winter, 1995, p.101). Se ha planteado que la sociedad que integraban los primeros asentamientos en Oaxaca pertenecía propiamente a los olmecas, ya que los rasgos propios de esta cultura se observan en rocas labradas con rasgos felinos.

La relación entre las sociedades establecidas regionalmente es significativa al notar que los pobladores que se asentaron tuvieron en un primer momento un proceso de conformación territorial (véase Figura 3) en el que desarrollaron características que se fueron expandiendo, reflejo de una continuidad y transformación en la fabricación de objetos (líticos, cerámicos, entre otros), algunos utilizados como herramientas en la vida cotidiana, mientras que otros representan rituales y ceremonias de una organización social y política definida, adquiriendo sentidos materializados en símbolos cerámicos y arquitectónicos, constantemente regulados por su ideología.

También en estas primeras sociedades se ha notado una llamada diferenciación social basada en jerarquías, además de un cierto control del poder para legitimar ciertas áreas de las manifestaciones culturales observadas en la cultura material y el territorio ocupado en vías de expansión, esta afirmación se observa en las múltiples evidencias de áreas monumentales, cambio que gradualmente desembocó en la construcción de una metrópoli.

Hacia fines del siglo VI a. C., se agruparon pobladores de los sub valles en las comunidades de San José Mogote, Tierras Largas, San Martín Tilcajete y Yegüi; probablemente un porcentaje considerable de habitantes se dirigieron hacia la cima irregular montañosa localizada al suroeste de la actual ciudad de Oaxaca, cerca de la confluencia de los tres brazos de planicie que forman el valle de Oaxaca, conocida por los zapo-

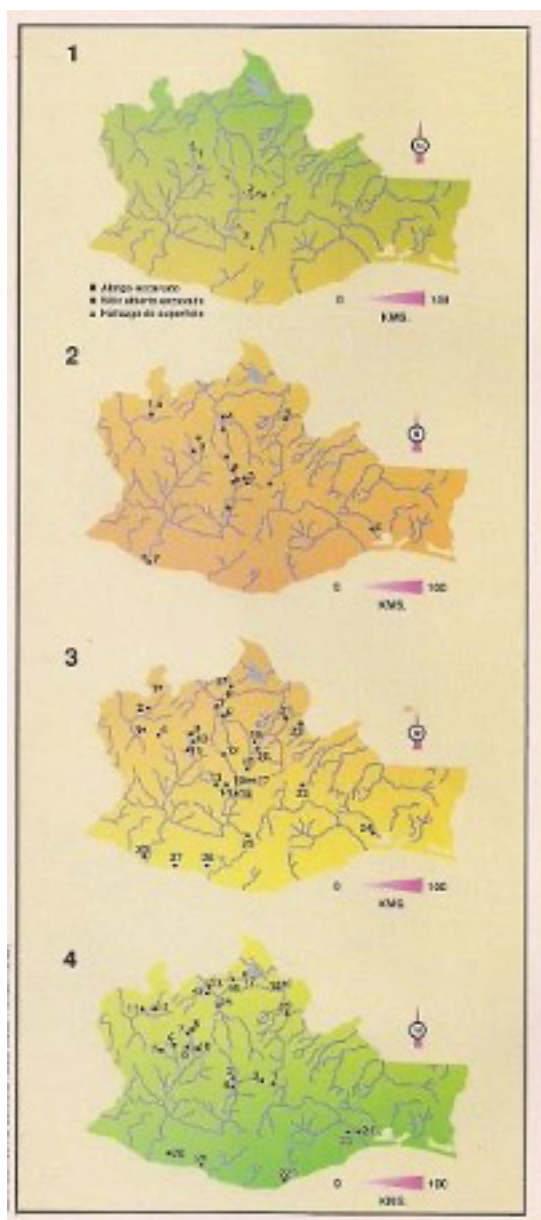


Figura 3. Ocupación gradual del territorio oaxaqueño.
Fuente: *Oaxaca. Panorama Arqueológico* (p.101), por M.
Winter, 1995, SEP-INAH/Ed. Raíces.

tecos como *Danibáan*, que significa “monte sagrado” o *danni dipaa* “cerro fortificado”.

Los mexicas la conocían con el vocablo náhuatl *Ocelotépec* que significa “Cerro del Jaguar o del Tigre”, de igual manera, los mixtecos la llamaban *Sahandevui*, “al pie del cielo”; sin embargo, el nombre con el que actualmente se conoce al sitio arqueológico de Monte Albán se refiere más bien al español que llegó a ser propietario de estas tierras, de apellido Montalván (Oliveros, 1997, p.81), otra interpretación es que fue bautizada por el conquistador español Francisco Orozco.

La fundación de Monte Albán y el traslado de los habitantes hacia la cima montañosa, ha sido motivo de varias hipótesis para explicar el gradual movimiento de las comunidades, la discusión radica en la existencia de una conformación previa de organización social y política que provocó confrontaciones; la existencia de dirigentes jerarquizados que atrajeron a la población hacia el lugar con fines religiosos y/o políticos de dominación, centralización del poder; esta situación y el posible cambio climático de la región que provocó desplazamiento esporádico de los valles.¹

Blanton (1978) ha mencionado que en la primera fase de ocupación (400 a.C., 200 a. C), se efectuó la construcción de una muralla defensiva a lo largo de las laderas occidentales del cerro, además de ser ubicadas alrededor asentamientos en lugares defendibles junto con fortificaciones, mientras que en la cima se edificaba una acrópolis. La construcción duró más de 1000 años, estos trabajos modificaron la topografía natural del cerro con terrazas; se nivelaron espacios para plataformas y plazas, con drenajes y tumbas; se acarrearón materiales de construcción y agua desde

1. Las investigaciones referentes al tema son numerosas, para profundizar se puede consultar: Richard Blanton (1978,1999), Walburga Wieshew (2006), Charles Spencer (2003), Elsa M. Redmond (1983), Joyce Marcus (1976, 1980, 1983, 1992, 2008), Joyce Marcus con Kent Flannery (1981, 1983), George Cowgill (2004), Stephen Kowalewski (1989), Arthur Joyce (2009), R. J. Sherman (2010) y Marcus Winter (2004).

las tierras bajas y mano de obra, además de la implementación de canales de agua para abastecerlos y la alimentación se basó en la explotación de cultivos del subvalle de Etla.

La ubicación del sitio arqueológico sobre la cima montañosa ofrece visualmente un amplio panorama sobre el valle, los afluentes y las tierras fértiles; en la primera etapa de ocupación (500-100 a.C), el espacio se ocupa para delimitar una Plaza Principal junto con cuatro edificios altos con orientaciones hacia los puntos cardinales, el levantamiento arquitectónico de la ciudad se realizó con una intensa construcción de edificios públicos. En el registro arqueológico se ubican como Plataformas con las respectivas orientaciones (véase Figura 4), así los ubicados en el lado este y porción central de la Plaza como la Plataforma Sur con su estructura de templo se construyeron aproximadamente a finales de Periodo Formativo.

En los edificios se utilizaron glifos y relieves, como es el caso de la Galería de los Danzantes, dichas figuras

han sido motivo de investigación e interpretaciones, las piedras grabadas con figuras humanas presentan varias posiciones, con extremidades flexionadas y en aspecto de movimiento, mientras que la presencia de glifos se relaciona con fechas calendáricas cuya relación también destaca la construcción de un Observatorio, Juego de Pelota y tumbas para el 100 a.C-200 d.C.

El material hallado en Monte Albán incluye: urnas representando deidades, cambios en los moldes de la vajilla cerámica, una simbología sobre la religión, vida cotidiana y ofrendas que practicaban los antiguos zapotecos. Las peculiaridades del sitio han propiciado una gran cantidad de interpretaciones, con el objetivo de realizar una exploración general, a continuación, se mencionan los modelos retomados por Marcus Winter (2006) para explicar el surgimiento de Monte Albán:

Modelo 1. Capital desagregada para superar la rivalidad entre las jefaturas y suplantarla con una unidad política rectora.

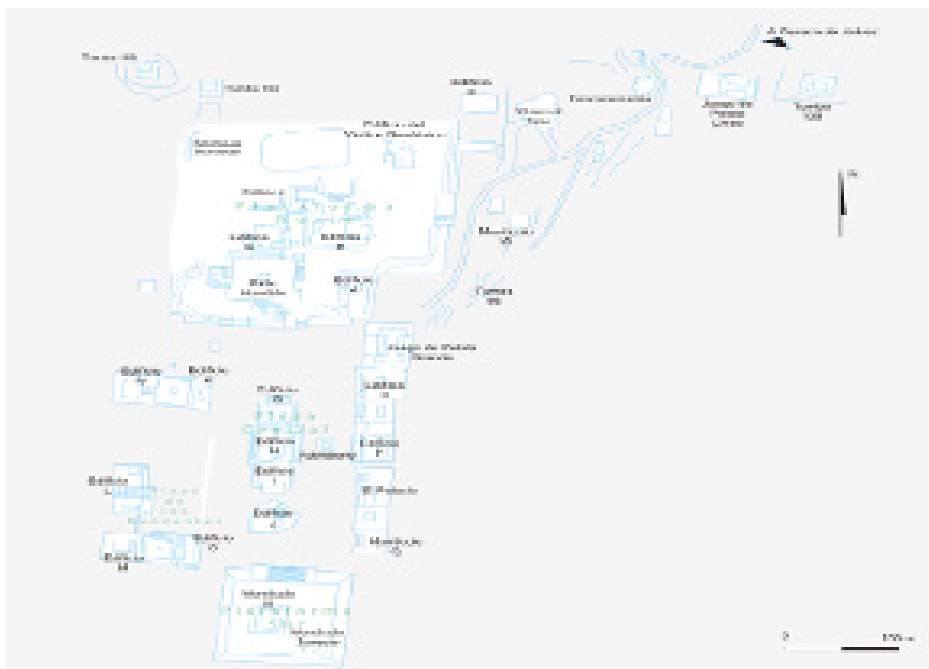


Figura 4. Croquis general de la Zona Arqueológica de Monte Albán.

Fuente: "Monte Albán, Oaxaca. La ciudad de la gente de las nubes" (p. 81), por A. Oliveros, 1997, *Arqueología Mexicana. Guía de viajeros*, 55 (10).

Modelo 2. Establecimiento de un mercado para facilitar la distribución de materias primas y productos procedentes de diferentes lugares, naturales y/o elaborados en las aldeas en el valle como son sílex, sal, madera, cal, palma, carbón, ónice y cerámica, entre otros.

Modelo 3. Unificación política de asentamientos previamente dispersos e independientes en una localización nueva para formar una ciudad, frecuentemente para fines defensivos, llamado por Marcus y Flannery como *Sinoicismo*².

Modelo 4. Centro ceremonial (Ritual-religioso) para establecer comunicación con los poderes sobrenaturales.

Modelo 5. Resultado de una división en dos grupos rivales: un grupo compuesto por San José Mogote y sus aliados, y el otro por los habitantes del centro del valle.

Para describir un panorama general acerca de la construcción de este centro montañoso, cito las peculiaridades que propiciaron su conformación:

- En la secuencia arquitectónica se registra el levantamiento del edificio “L” conocido como de “Los Danzantes” con un sistema constructivo basado en hiladas de piedras, la particularidad es tener incrustadas piedras decoradas mediante incisión de figuras humanas; con posturas diversas y en movimiento, esta forma de manejar la roca se duplicó con estelas que presentan glifos calendáricos. Mientras que las tumbas fechadas para este período contienen ofrendas con vasijas zoomorfas y deidades.
- El material cerámico, los edificios y las tumbas de las exploraciones realizadas en 1931 por Caso, Bernal y Acosta ha servido de diagnósti-

co para establecer la secuencia cronológica de Monte Albán, los autores establecieron “épocas” desde la I hasta la V; en donde la época V corresponde al Posclásico, después del abandono de Monte Albán (Winter, 1991, p.11).

- Las fases en las que se consolidó la urbe están caracterizada por el uso de la escritura, el calendario y una diferenciación social, la ciudad presentó también mercados, palacios, templos, sistemas de almacenamiento de agua, drenaje, y habitado por agricultores y artesanos, alrededor de 5 000 habitantes. La cerámica presenta una vajilla elaborada que representaban en su mayoría deidades.
- Mientras existía una tercera parte de la población habitando en Monte Albán (durante el período I tardío -300-c. 150/100 a.C.-), en los alrededores de los valles había 745 comunidades cuyo territorio fueron cimas montañosas, como Monte Negro, Suchilquitongo, *Dainzú*, por mencionar algunos.
- En el período de Monte Albán II se planea en la traza de plazas acompañadas por Juegos de Pelota construidos en forma de I, palacios y tumbas elaboradas con planta cruciforme que incluía varias cámaras y nichos para ofrendas. La cerámica presenta formas geométricas, aparece el motivo decorativo y simbólico llamado *xicalcoliuhqui* o greca escalonada, motivos de flores, figurillas, además de la escultura en piedra, identificadas como deidades masculinas y femeninas.
- Los objetos son en su mayoría cerámicos, en los que se simboliza a las deidades, también muestran una marcada religiosidad zapoteca la cual refleja una asociación directa con su forma de vida dentro de las comunidades, cada una podría estar representada por una divinidad patrona y en torno a ella se generarán ceremonias. Para el valle se mencionan por Alcina Franch (1993) el siguiente grupo de deidades (véase Figura 5) en el panteón zapoteca:

2. Categoría retomada por Marcus y Flannery (2001) cuyo significado proviene del griego *oikos*, “hogar” y *syn* “juntos”, es un proceso durante el cual grupos de aldeas abandonaron sus entornos rurales y se unieron para formar una ciudad en donde previamente no había ninguna, como el caso de Monte Albán.

Deidad	Nombre conocido por zapotecas del valle
1. Dios infinito y dios 13 dioses	<i>Coquixee Pijetao</i>
2. Dios de la lluvia y el rayo	<i>Cocijo</i>
3. Dios del maíz, dios de la comida y dios de los mantenimientos abundantes.	<i>Pitao Cozobi</i>
4. Dios creador de hombres y animales; dios de los antepasados.	<i>Pitao Cozaana</i> <i>Cozaana</i>
5. Diosa creadora de hombres y animales; diosa madre; diosa de los partos; diosa de la pesca.	<i>Pitao Huichaana</i> <i>Cochana</i> <i>Nohuicana</i>
6. Dios del infierno (inframundo); dios de la muerte; dios de la tierra	<i>Pitao Pezelao</i> <i>Coqui Bezelao</i>
7. Diosa del infierno (inframundo) diosa de la muerte.	<i>Xonaxi Quecuya</i>
8. Dios solar y dios de la guerra.	<i>Copijcha Pitao</i> <i>Copijcha</i>
9. Dios de los temblores.	<i>Piata Xoo</i>
10. Dios del amor, el sueño y la lujuria.	<i>Pitao Xicala Pecala</i>

Figura 5. Cuadro Deidades zapotecas para la zona del valle de Oaxaca. Fuente: Elaborado con base en *Calendario y religión entre los zapotecos* (p.70), por F. Alcina, 1972, UNAM.

De esta manera se logra conformar un complejo urbano (véase Figura 6) en el periodo Monte Albán III (200-750 d.C.) se menciona el contacto con otras regiones de igual magnitud, como los Teotihuacanos. La vida palaciega de los gobernantes que residían en la urbe está representada en barro, dicho personajes están sentados en tronos o con las piernas cruzadas sobre esteras reales, cargados de joyas e inmensos tocados de plumas y ataviados con diferentes máscaras (Marcus 2001:255).

Adquieren realce los glifos de identificación detallado en IIIb esos elementos simbólicos, que se hallan con mayor frecuencia en el tocado de las deidades, se vuelven elaborados, mientras la figura humana se le da menor importancia (Whitcotton, 2004, p.64), estos elementos fueron colocados en tumbas con pintura mural, notando una doble simbolización entre el material cerámico y plasmado en las construcciones, puesto que continúan en los edificios la piedra labrada, el llamado “talud-tablero”, escaleras elaboradas, recu-

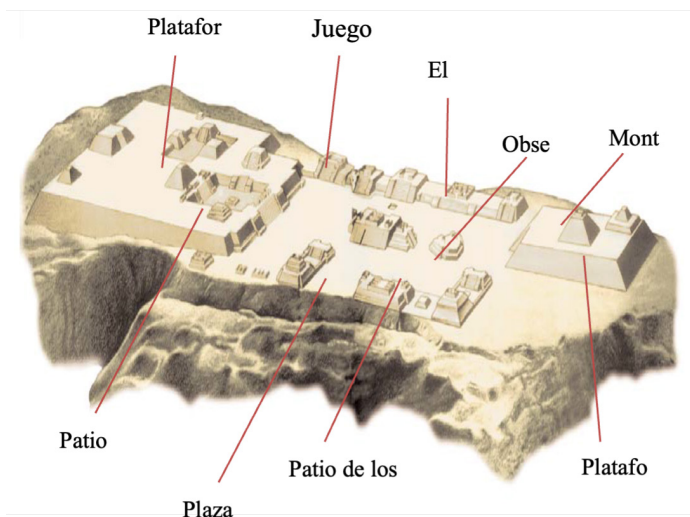


Figura 6. Ciudad de Monte Albán en la cima de la montaña. Fuente: Elaborado con base en "Monte Albán, Oaxaca. La ciudad de la gente de las nubes" (p.84), por A. Oliveros, 1997, Arqueología Mexicana. Guía de viajeros, 55 (10).

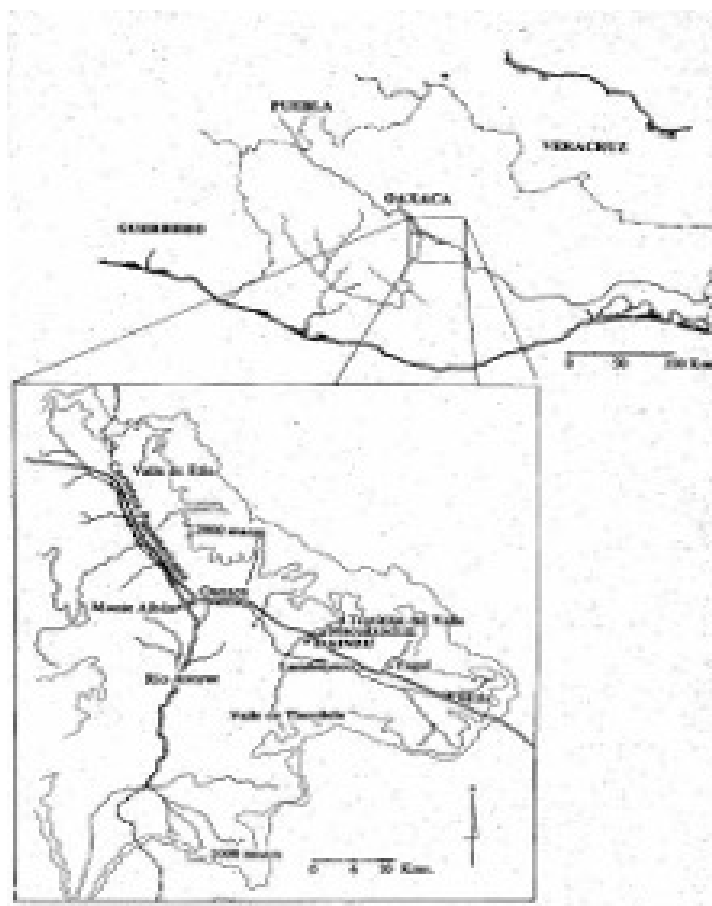


Figura 7. Localización de Mitla, Yagul, Lambityeco y Dainzú. Fuente: Exploraciones arqueológicas en Dainzú, Oaxaca (p.40), por I. Bernal y A. Oliveros, 1988, INAH.

brimiento de estuco, elementos decorativos en la plaza principal de la urbe.

Posteriormente florecen Mitla, Yagul y Zaachila, ciudades que son lugares sagrados y políticos de la anterior urbe zapoteca, los cuales conservan la ideología, pero con transformaciones paulatinas, debido al desplazamiento de la población mixteca hacia los valles. En el Posclásico (900-1521 d. C) los mixtecos son conocidos por la elaboración de metalurgia (trabajo en oro, plata, cobre), cerámica policroma, orfebrería y códices pintados en piel de venado, se establecen ciudades en la Mixteca Alta, que se expanden también hacia la costa. La Tumba 7 de Monte Albán es la evidencia de la ocupación mixteca en el área central de Oaxaca, resalta por contener ofrenda con símbolos de objetos manufacturados en plata (brazaletes, anillos, cascabeles) fechada para el periodo V (1000-1300 d.C.), además de las tumbas 1 y 2 de Zaachila con cerámica policromada y objetos de oro.

La organización en el periodo Posclásico continuó entre los valles y la región mixteca, la concentración ideológica manifestada en Monte Albán se esparció hacia Mitla, Lambityeco, Macuilxóchitl, Yagul, Zaachila, las alianzas se realizaron a través del matrimonio con mixtecos³. Cada uno de los sitios mencionados anteriormente, presenta características propias de ocupación zapoteca y posterior reocupación mixteca. Existen cuatro sitios relacionados entre sí, que por pertenecer al subvalle de Tlacolula (véase Figura 7), mantienen estrecha cercanía entre ellos y con el centro urbano de Monte Albán. Las investigaciones arqueológicas aún se encuentran en discusión para la última fase de ocupación y antes de la llegada de los españoles a Oaxaca.

Mitla presenta un sistema constructivo basado en adobe, palacios decorados con mosaicos de piedras ensambladas formando grecas escalonadas en varios diseños con pintura roja y blanca, es considerado como centro religioso; mientras que Yagul, localizado a tres

kilómetros de Mitla, está construida en la cima de un cerro fortificado cuyos edificios corresponden a templos, palacios con patios, juego de pelota y tumbas. En Lambityeco el sistema constructivo presenta delgadas lajas de piedra, uso de grecas en los edificios e inscripciones en esculturas de estuco, mascarones de Cocijo que adornan el frente del templo. En las fachadas de las tumbas y los frisos hay cabezas tipo retrato que representan a hombres empuñando fémures humanos, como símbolo de valor y asociado con la guerra; las tumbas retratan a través de las esculturas a los linajes y matrimonios.

El asentamiento de Macuilxóchitl se hace presente en este periodo con una ocupación habitacional en el área, con terrazas domésticas en las laderas de los cerros y presencia de templos. El sistema constructivo de los sitios de los valles centrales presenta similitudes: el asentarse cerca de cimas montañosas, la utilización simbólica en los edificios de la greca escalonada; existiendo una constante definida por áreas ceremoniales, comerciales y administrativas, estableciendo una red entre los sitios cercanos. La arquitectura y construcción de Yagul presenta similitudes con los palacios de Mitla, además las tumbas son registradas con material de cobre y cerámica policromada, destacando su uso como centro ceremonial zapoteco, reaprovechado por los mixtecos.

La cronología del área refleja una ocupación anterior a la consolidación de Monte Albán, los sitios desarrollaron actividades específicas que continuaron tras su declive; así el sitio de Lambityeco es un sitio estratégico, además de que las representaciones escultóricas del sistema constructivo sugieren linajes y matrimonios, su localización favoreció para ser utilizado como mercado especialista en artesanías, abastecedor económico para las comunidades de su distrito, durante 500-800 d.C, además de haber sido un importante productor de sal del valle.

La evidencia del material cultural de Lambityeco sugiere una interacción con los sitios cercanos, Blanton y Feinman (1999) mencionan como la lítica pulida tie-

3. Estas alianzas están documentadas en el Codex Zouche- Nutall. Códice Mixteco de 1350

ne características similares con las manos de metales ubicadas en los talleres registrados en el área de Macuilxóchitl. La diversidad productiva del valle de Oaxaca estimuló un sistema de especialización local y comercio, aparentemente se celebraban mercados en cada una de las regiones del valle, así como en puntos de intercambio que congregaban productos y gente de todo el valle (Whitcotton, 2004, p. 155).

Tipos de asentamientos y manifestaciones culturales

Para mostrar la historia del asentamiento prehispánico de Dainzú-Macuilxóchitl, presentó un análisis de la presencia zapoteca y mixteca, y las características que propiciaron un desarrollo continuo en diferentes áreas del valle de Oaxaca. La construcción de grandes urbes fueron manifestaciones arquitectónicas destacadas de los zapotecos ancestrales, su existencia estaba basada en un contexto de inclusión de otras comunidades.

Los zapotecos tuvieron contactos con los grupos de regiones colindantes y fue precisamente la interacción local e interregional la que promovió la formación de las distintas lenguas y culturas de la región. Además de centro ceremonial, Monte Albán, fue una ciudad agrícola (Winter, 1991, p.12) constantemente representada en la cerámica, la pintura mural, lápidas grabadas y en general en la arquitectura.

Dainzú-Macuilxóchitl. Cerros que abrazan una comunidad

Enclavado en el valle de Oaxaca, en el subvalle de Tlacolula, se ubica el asentamiento prehispánico Dainzú-Macuilxóchitl, la comunidad es nombrada actualmente San Mateo Macuilxóchitl de Artigas Carranza, perteneciente al municipio de San Jerónimo Tlacoachahuaya; los terrenos que constituyen la comunidad se encuentran separados por la construcción de la Carretera Panamericana que conduce al Istmo de Tehuantepec. El área se ubica sobre la margen oriental de uno de los afluentes del río Atoyac, rodeada por colinas en sus tres lados: Cerro Danush en el norte, Cerro Dainzú en el sur y Cerro Danez en el este.

Las investigaciones del sitio comienzan con los recorridos de superficie realizados por Ignacio Bernal en 1966, al hallar en las faldas del Cerro Dainzú sobre un camino de terracería una piedra con relieves grabados; al ser desenterrada en su totalidad observaron la existencia de una estructura en el área, la cual era parte de un sistema arquitectónico que fue objeto de investigación en varias temporadas de campo que finalizaron con la liberación de algunos conjuntos arquitectónicos y la apertura del Sitio Arqueológico de Dainzú (dannizhú conocido y nombrado por los zapotecos actuales como “cerro de órganos”).

Posteriormente se estableció el objetivo de conocer la temporalidad de cada estructura descubierta, comprender el tipo de asentamiento y la distribución de los antiguos habitantes en el área; al finalizar los años 60's se localizaron edificios cuya investigación estuvo a cargo de Jean Pierre Laporte, Lorenzo Gamio y J. Arturo Oliveros; para principios de los 70's Peter Goodwin, Beatriz Braniff y Andy Seuffert completaron el registro arquitectónico y gráfico del sitio arqueológico. En los años 80's Kowalewski realiza recorridos de superficie por los Valles Centrales de Oaxaca, resaltando para el área de Macuilxóchitl una aglomeración de montículos ubicados bajo la comunidad actual extendida hacia Tlacoachahuaya (al sur) y Teotitlán del Valle (al norte).

Para los años 90's se efectúa un proyecto para identificar conjuntos habitacionales en Dainzú a cargo de Enrique Fernández Dávila y Susana Gómez Serafín, los resultados arrojan una cronología para el Formativo Terminal (150 a.C.-200 d.C.); mientras que Robert Markens identifica áreas residenciales en la zona del montículo 3, cuya temporalidad pertenece al período Clásico Tardío (fase Monte Albán IIIb-IV/Xoo -500-800 d.C.-). Winter y Markens desarrollaron un proyecto de salvamento a raíz de la construcción de la carretera Oaxaca-Mitla (2004) en donde se liberaron y consolidaron un sistema de montículos que han quedado expuestos sobre la carretera, los cuales pertenecen al área monumental y a una reocupación del sitio durante el Posclásico Tardío (1000-1300 d.C.).

Recientemente se realizaron durante el período 2007-2010 recorridos de superficie y excavaciones en el Cerro Danush, dirigidas por Ronald Faulseit; en la primera temporada se identifica una serie de terrazas ubicadas en la ladera del cerro y un área monumental en la cima, confirmando la extensión del sitio hacia Macuilxóchitl. El material cultural de una posterior excavación arrojó la existencia de áreas domesticas en las terrazas del cerro. A continuación, se presenta un acercamiento a la evidencia zapoteca ancestral.

Zona Arqueológica de Dannizhú: Cerro de órganos.

Enclavado en los terrenos pertenecientes a la comunidad de Macuilxóchitl, en la zona sur justo bajo las faldas del cerro Dannizhú, se ubican una serie de terrazas con sistema constructivo de rocas alineadas y conjuntos arquitectónicos de tradición zapoteca. El acceso al sitio arqueológico es a través de la Carretera Panamericana hacia el Istmo, al llegar a la comunidad, rumbo al sur, se encuentra un camino de terracería que conduce a terrenos de cultivo que colindan con la zona monumental.



Figura 8. Panorámica del sistema de terrazas en Sitio Arqueológico de Dainzú. Fotografía: Angely Salgado (2023).



Figura 9. Distribución general de las estructuras de la Zona Arqueológica de Dainzú.
Fuente: Exploraciones arqueológicas en Dainzú, Oaxaca (p.48), por I. Bernal y A. Oliveros, 1988, INAH.

La exploración arqueológica y la liberación del sitio arqueológico estuvieron a cargo de I. Bernal, quien delimitó un sistema de terrazas y espacios abiertos alternados, por medio de los cuales se regularizó la pendiente del cerro, nombrado “Complejo Acrópolis” para hacer referencia a terrazas artificiales e intercomunicadas que presentan en el sistema constructivo (véase Figura 8), el material arqueológico arrojó seis fases de ocupación en concordancia con los períodos de Monte Albán, cuya secuencia se refleja en los montículos que son identificados por letras partiendo de la pendiente del cerro; de acuerdo con Bernal y Oliveros (1988) encontramos una serie de conjuntos que después de ser liberados se ubicaron con letras del abecedario, comenzando con el edificio hallado en la pendiente del cerro (véase Figura 9).

En general el sitio presenta una orientación hacia el poniente, el sistema constructivo está basado en la utilización de rocas del propio cerro, careadas y unidas con lodo y rejuntadas con estuco, durante el proceso

de liberación de cada estructura se registran seis etapas constructivas a partir de la fase Rosario (700 – 500 a.C.) hasta el Posclásico (1000-1300 d.C.). De acuerdo con el mapa del sitio, el conjunto es visualmente atractivo por encontrarse totalmente adosado al cerro y presentar una altura aproximada de 5m es el Conjunto “A” (véase Figura 10), cuyas esquinas se encuentran redondeadas, en la zona inferior presenta una serie de terrazas superpuestas y en la parte superior se ubican restos de cuartos en forma de “L”, rasgo que comparte con el Conjunto “B”, en el que se ubican una serie de accesos y cuartos a su alrededor.

Este conjunto presenta en el centro un templo cuyos muros están pintados de color amarillo ocre, ornamentado con dos columnas cilíndricas y un nicho rectangular en la entrada, hacen suponer una connotación de adoratorio (véase Figura 11) debido a que fueron colocados ofrendas de carbón y mazorca⁴, además de tres entierros con cerámicas de cronología Monte Albán II.



Figura 10. Conjunto “A” adosado al cerro Dainzú.
Fotografía: Angely Salgado (2023).



Figura 11. Vista general del Templo amarillo.
Fotografía: Angely Salgado (2023).

4. Es recurrente observar ofrendas de este tipo en el área de Dainzú-Macuilxóchitl, cuya peculiaridad es el maíz, sacrificio a través del fuego de la mazorca, tal vez se trate de una ofrenda-sacrificio, no hay que olvidar que el maíz es considerado como una planta sagrada, en el panteón zapoteco se han reconocido deidades dedicadas al maíz y a la tierra y representadas en la cerámica, referenciado por los zapotecas actuales.

Por las peculiaridades que presenta es nombrado “Templo Amarillo” en donde se colocaron dos tumbas, la primera ubicada en la segunda terraza cuyas características es una cámara funeraria y tres nichos; la segunda (nombrada Tumba 7) ha resaltado por la fachada integrada con lápidas esculpidas cuyo diseño es la cabeza de un jaguar⁵ (véase Figura 12), dicha tumba se localiza en el centro del conjunto.

El sistema de accesos que presenta el Conjunto “B” propone una constante integración de cuartos, patios y terrazas cubiertos con piedras de río que aumentan su altura, además de cambio en las fachadas, escaleras con alfardas con muros verticales y talud, accesos con espacios abiertos, registradas en la última fase constructiva del sitio.

En la zona sur se encuentra anexado el Conjunto “C”, integrado por una plazoleta, está caracterizado por presentar sólo tres fases constructivas a base de relle-

5. El jaguar es otro de los símbolos representado en la zona, simboliza poder, Urcid (2005) aborda este tipo de representaciones con una multiplicidad de significados plasmados en la ideología política y religiosa.

no de piedras y tierra con escalinatas y lápidas esculpidas sobre enlajado y estuco, además de una tumba de forma triangular. En la zona poniente del sitio se ubica una puerta de acceso que conduce a una planta rectangular con gruesos muros de adobe, la estructura “K”, que conserva la cimentación propia del sitio (piedra bola pegada con lodo), en las juntas se utilizaron tepalcates, este tipo de técnica es de temporalidad tardía, solamente el material cerámico reflejó una secuencia cronológica Monte Albán IV.

Al suroeste del sitio se observa el Conjunto “J” Denominado “Juego de Pelota” con orientación Este-Oeste, durante el reconocimiento del sitio, el área de ubicación del conjunto era un sembradío, pero la plaza en forma de I delató la estructura (véase Figura 13), es pertinente mencionar que este rasgo cultural se puede observar en otras regiones de Mesoamérica. Al ser liberado, el talud sur presentó escalones, mientras que el norte se encontró destruido. El sistema constructivo basado en el nombrado “opus viejo” que consiste en hiladas de piedras labradas en un cuadro alternando con bloques de menor grosor, penetran a una profundi-



Figura 12. Tumba con lapidas esculpidas en la entrada.
Fotografía: Angely Salgado (2023).



Figura 13. Juego de pelota con talud escalonado. Fotografía: Angely Salgado (2023).

dad dentro del relleno de la construcción. La plaza fue estucada y se colocó un nicho en la esquina noreste. El relleno del conjunto sólo arrojó una temporalidad perteneciente a Monte Albán IV.

Los rasgos arquitectónicos de los edificios están representados por patios y terrazas cubiertos con piedras de río, la constante reutilización se observa en los accesos. El sistema constructivo y el material cerámico proponen seis fases de ocupación en el sitio, cuya temporalidad se establece aproximadamente del 600 a.C -1200 d.C.

La primera fase corresponde al acondicionamiento del sitio basado en terrazas junto con la construcción de los primeros conjuntos (A y B), que corresponde a la fase Rosario (700-500 a.C.). En un segundo momento en los tres Conjuntos (A, B y C) se encontraron tumbas con techo en forma triangular, durante su liberación presentaron en mayor porcentaje cajetes-ofrenda, cuentas de piedra verde, vasos, ollas y manos de metate cuya temporalidad pertenece a la segunda y tercer fase de ocupación (150/100 a.C.-200 d.C.) y se prolongan hasta la última fase, existe un continuum con estos objetos y los que han sido hallados en las laderas del cerro Danush, que forman parte de la colección del Museo Comunitario.

La colocación de cuartos y muros de adobe, son las características principales de la cuarta y quinta fase, además del hallazgo de dos ofrendas y una tumba austera, sin antecámara; para la última fase se observan pisos estucados, aumento en la construcción de cuartos con evidencia de haber sido techados con material perecedero, en donde fueron depositadas nueve ofrendas en las esquinas cuya temporalidad pertenece a Monte Albán IV (700/750 A 950/1000 d. C.). Las particularidades antes mencionadas del sitio arqueológico de Dainzú proponen que el área presentó apogeo en la 2da. Fase (entre 150/100 a.C.-200 d.C.); sin embargo, existen variaciones durante las fases Monte Albán IIIa y IIIb (200 d.C.-750 d.C.) con una constante ampliación y anexos constructivos.

Las diferentes fases del sitio se reflejan en las superposiciones constructivas, accesos y cuartos en los conjuntos arquitectónicos, además del material cerámico cuya temporalidad pertenece a la fase Rosario, además destaca el terracado de la zona y la utilización de piedras con grabados. En relación con el juego de pelota y con la última terraza del Conjunto "A" donde se ubican una serie de piedras grabadas, la mayoría representan a hombres ataviados con trajes y pelota en la mano, sugiere que mantenían cierta armo-



Figura 14 Rocas labradas, representan jugadores de pelota.
Fotografía: Angely Salgado (2023).

nía arquitectónica con el espacio destinado al juego de pelota, por las particularidades que presentan. A continuación, se especifica la procedencia y ubicación de los grabados.

Rocas Grabadas. Se ha mencionado que en el Conjunto “A”, “B” y “C” fueron colocadas rocas cuya característica es que fueron resaltadas con relieves y grabados. En la primer terraza del Conjunto “A” adherida a la roca del cerro, se observan relieves con representación de personajes ataviados con cascos, rodilleras, pantaloncillos, cintas, guantes y una pelota en las manos, en posiciones de vuelo, hincados, sentados, recostados, arrodillados; algunos con máscara de jaguar; mientras que en el Conjunto “B” están empujados relieves de personajes con las características anteriormente descritas, además de figuras zoomorfas, hay fragmentos de esculturas, numerales y en el Conjunto “C” hiladas de piedra con líneas grabadas.

Por las características de los personajes se les ha nombrado como “Jugadores de Pelota” (véase Figura 14), además de que se han encontrado este tipo de grabados en la cima del cerro Dainzú y en la comunidad de Tlacochahuaya, sugiriendo que el sitio estuvo dedicado a la práctica del juego de pelota, los edificios y las deidades de los relieves están vinculadas al desarrollo de un centro dedicado a mantener a los jugadores, quizá como centro religioso o de culto a esta

práctica, y asociada con el propio jaguar (Conjunto B, Tumba 7), que es uno de los cultos mesoamericanos más antiguos (Bernal y Seuffert, 1979, p.20).

Las particularidades arquitectónicas de Dainzú, son las que Bernal y su equipo de trabajo investigaron durante la temporada de campo inicial (1960), sin embargo, las evidencias apuntan a que en la zona circundante existen aún elementos arquitectónicos que no han sido estudiados, ya que solamente 676.5 m2 del total que corresponde al centro cívico-administrativo, aún falta mucho por liberar e investigar. En la zona Norte en la orilla de la carretera Oaxaca-Mitla se observa un sistema de montículos de las fases de transición Monte Albán IIIb-IV.

La secuencia cronológica del sitio inicia en una fase temprana, la cerámica hallada y catalogada como tipo Rosario y Guadalupe, propone la ocupación de 850 a.C.-500 a.C., el sistema constructivo de los Conjuntos “A” y “B” representan una consecuente transformación entre los períodos Monte Albán Ia, Ib, Ic (500 a.C., 150/100 a.C.), mientras que los entierros (11 en total) localizados en los conjuntos “A” y “B”, de los cuales sólo algunos se fecharon para el período Monte Albán II, IIIa y IV.

La ocupación del cerro Dainzú, a partir de un sistema constructivo que procura ubicarse cerca al sistema montañoso, es evidenciada en la yuxtaposición de la

estructura principal (Conjunto A) a la pendiente, ya que se ocupan las laderas mediante sistema de terrazas, esto conduce a interpretar que la elección del espacio para asentarse es una forma de hacer presencia simbólica en lugares alejados a cerros, se ha mencionado que eran elegidos por tácticas defensivas; sin embargo sobresale en el sitio las diferentes rocas labradas con representaciones de “Jugadores de Pelota” (véase Figura 15) en conjunto con la propia cancha. El uso de proporciones calendáricas en la arquitectura, al igual que en la construcción del juego de pelota, posiblemente utilizados para controlar o regular los conflictos entre grupos cuya finalidad implicó múltiples y variadas estrategias para mantener la autonomía (Winter, 2006, p.233).

El sistema constructivo de Dainzú ha sido recurrentemente comparado (Flannery, 2001; Oliveros, 1997; Winter, 1997), con San José Mogote para el período Monte Albán II, al estar el subvalle de Etla en apogeo, probablemente hubo influencias en la construcción de

edificios, sin embargo, el “Templo Amarillo” pertenece a la transición Monte Albán I-II, refleja una fase primitiva en la evolución del templo zapoteco (Flannery, 2001, p. 9).

Mientras que el Conjunto “J” presenta una similitud con el juego de pelota de la zona Arqueológica de Monte Albán, por la presencia en el talud de pequeñas escalinatas; como se ha mencionado anteriormente el Conjunto “A” del área monumental de Dainzú presenta un sistema constructivo basado en tres terrazas, además de la colocación de rocas grabadas con personajes conocidos como “Jugadores de Pelota”, rasgos arquitectónicos que comparte con el edificio “L” de Monte Albán, cuyas rocas labradas representan “Danzantes” y se ubican en el muro de la terraza inferior, por las similitudes materiales encontradas entre ambos se mantiene una posible relación con la urbe zapoteca que correspondería a la influencia en el período Ic, que alcanzó su máximo tamaño en el período II.



Figura 15. Roca labrada, ubicada en Conjunto “B” representa mano sosteniendo una pelota.
Fotografía: Angely Salgado (2023).

Mientras que *Dainzú* cumplió con una serie de funciones religioso-político-ideológicas, Fernández (1993) menciona que el resto de la población se fue asentando al norte del sitio, en conjuntos habitacionales; en las investigaciones de Kowalewski (1989) el patrón de asentamiento se ubicó en la actual comunidad de Macuixóchitl durante el periodo Clásico Tardío (fase Monte Albán IIIb-IV/Xoo), en el mapa que propone se observan series de montículos, y en la cima del Cerro Danush (Imagen 19) un complejo cívico-ceremonial acompañado de terrazas en sus laderas, de aquí que el sitio en general se ha nombrado “*Dainzú-Macuixóchitl*”.

Dainzú-Macuixóchitl.

En el cerro Danush, en la zona sur-oeste, se reconocen cuevas y pinturas en la roca (véase Figura 16), aún no exploradas, por lo tanto, no se ha establecido un fechamiento, pero sugieren una primera manifestación material de los pobladores establecidos en la región en periodos arcaicos. En la cumbre está registrado un complejo TPA (Templo-Palacio-Adoratorio), en donde predomina un patio cuadrado delimitado en cuatro lados por plataformas (Figura 17), montículos o muros; un “adoratorio”, o plataforma pequeña y baja

En relación con Monte Albán, y ante el declive acontecido en los periodos de transición, en el caso de Dainzú-Macuixóchitl pudo también haber decaído, ya que durante las exploraciones los complejos cerámicos que se registran en Monte Albán IIIb-IV tardía hasta V tardía (Feinman, 2011, p.255) no se registra continuidad en la monumentalidad, sólo estructuras domésticas.

En el Posclásico (1000 -1521 d.C.), las fuentes documentales en forma de códices, describen señoríos, lugares, fechas calendáricas, templos, etc., la pictografía muestra el señorío de Macuixóchitl alterno con el de Zaachila. Por el linaje de los gobernantes, la llamada Genealogía de Macuixóchitl, es un documento pictográfico que enumera a todos sus gobernantes desde el siglo XII hasta mediados del siglo XVI: empieza en su parte baja con la pareja fundadora y continúa hacia arriba con doce generaciones de señores gobernantes; la última pareja incluye un gobernante indígena vestido con ropa europea y sentado en una silla europea.

Es el primer gobernante de la época colonial, o sea, el que vivió cuando llegaron los españoles en 1520. Con esta pintura este último gobernante quería de-



Figura 16. Vista del Cerro Danush desde la perspectiva de Dainzú. Fotografía: Angely Salgado (2023).

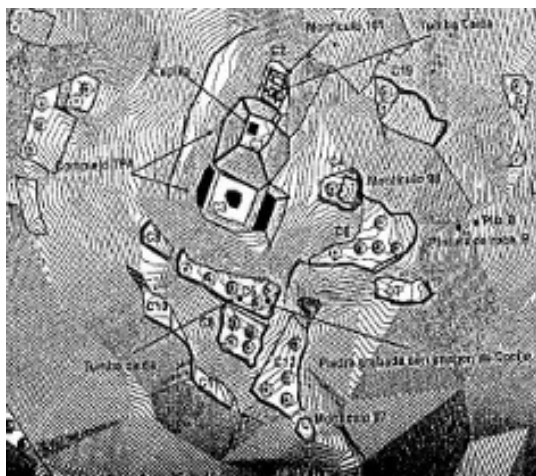


Figura 17. Topografía de la cima del Cerro Danush. Fuente: Monte Albán: una perspectiva desde los límites del Valle de Oaxaca (p.244), por G. Feinman y L. Nicholas, 2011, INAH.

de planta cuadrada ubicada en el centro del patio, y un montículo relativamente amplio y sobresaliente en uno de los cuatro lados del patio encima del cual se situaba un templo (Winter, 1986, p. 54).

En las laderas del cerro prevalece el sistema de terrazas explorado por Faulseit (2010) en dicha investigación el objetivo fue comprender el asentamiento y la temporalidad a través de recorridos de superficie y excavación, ubicando entierros sencillos, hornos con material cerámico, caracterizado por una vajilla de tipo doméstico, además de localizar una piedra grabada con la imagen de Cocijo (Deidad reconocida en el panteón zapoteco, ver Figura 2).

El material cerámico y el registro arqueológico sugiere para el área investigada una primera ocupación en el periodo Clásico (400-500 d.C.), con la construcción de terrazas domésticas; luego para el Clásico Tardío (500-800 d.C.), aumento de terrazas junto con la construcción del centro cívico ceremonial en la cumbre del sitio (véase Figura 17), después intervino el paulatino abandono del lugar, sólo algunas áreas se mantuvieron en uso para habitarse en el Posclásico Temprano (800-1300 d.C.).

mostrar su larga ascendencia y, por ende, su derecho a gobernar (Oudijk, 2010, p. 18); las alianzas entre las comunidades del valle existieron a partir de los gobernantes zapotecas, quienes desempeñaban funciones para la organización social y la distribución territorial, para lo cual existió un aparato bélico que controlaban las zona, la Genealogía de Macuilxóchitl (véase Figura 18) ilustra como la comunidad fue una cabecera donde residían los gobernantes del señorío.

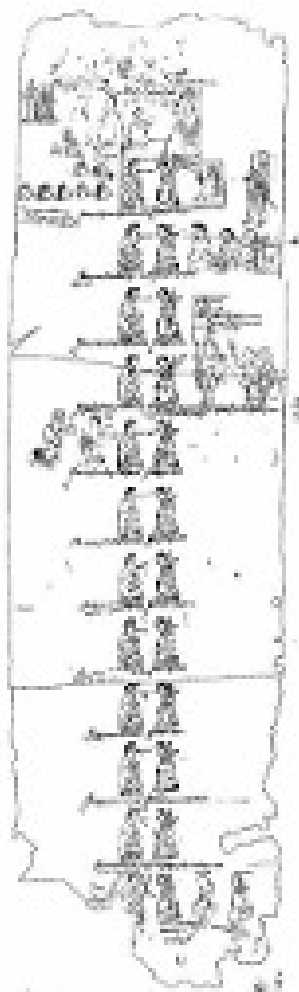


Figura 18. Dibujo de la Genealogía de Macuilxóchitl. Fuente: Los lienzos pictográficos de Santa Cruz Papalutla, Oaxaca (p.90), por M. Oudijk & S. Van Doesburg, 2010, UNAM, Fundación Alfredo Harp Helú.

Las alianzas entre comunidades ancestrales se encuentran referenciadas con Mitla y Zaachila, es posible que en su momento Mitla estuviera aliado con los mixtecos, mientras que Macuilxóchitl y Tlacolula, aliadas con Zaachila, tuvieron luchas constantes contra Mitla. Más tarde, Tlacolula y Macuilxóchitl pueden haber sido conquistadas por los mixtecos de Cuilapan (Whitcotton, 2004, p.139). En 1520 llegan los españoles a los valles de Oaxaca, la tradición comunitaria característica de la época prehispánica se fortaleció, ya que para los habitantes del pueblo siguió siendo mayor la unidad con que se identificaban. Las tierras se repartieron para cultivar divididas comunalmente en cuatro tipos:

- Destinadas al mantenimiento de fiestas religiosas y gastos comunitarios.
- Tierras de pastoreo y bosques.
- Tierras pertenecientes a los residentes de una sección de una comunidad llamadas de barrio, divididas en parcelas trabajadas por familias nucleares.
- Parcelas comunales confiadas a individuos carentes de tierras, a menudo desempeñando servicios para el pueblo a cambio del uso de esas parcelas (Whitcotton, 2004, p. 217).

En esta clasificación de tierras, *Macuilxóchitl* está registrado en el mapa colonial de 1580 donde se dibujan los caminos y senderos que demarcan las zonas de pastoreo y las capillas de los pueblos vecinos, además de colocar a los nobles indígenas importantes (véase Figura 19), con éste mapa es que los sujetos comunitarios han observado que *Macuilxóchitl* fungió como cabecera posteriormente sustituida por el pueblo vecino de San Jerónimo Tlacoahuaya; las guerras por el territorio acabaron por disminuir los terrenos pertenecientes a *Macuilxóchitl*. A partir del siglo XVIII, los señores hereditarios empezaron a perder poder, y los pueblos comenzaron a organizarse de la manera como hoy los conocemos, gobernados a través de un cabildo elegido por medio de elecciones y asambleas comunitarias.



Figura 19. Mapa Colonial de Macuilxóchitl. Fuente: Los zapotecos. Príncipes, sacerdotes y campesinos (p.84), por J. Whitcotton, 2004, FCE.

El uso de la tierra para la agricultura continuó en uso de forma extensiva más que intensiva, por lo que se generaron otras actividades: en el subvalle de Tlacolula se desarrolló el comercio y los mercados locales, mientras que *Macuilxóchitl* se dedicó a la especialización en el tejido de sarapes. La invasión española, además de fragmentar el territorio, provocó la llamada "conquista espiritual", en la que los frailes se encargaron de la destitución y satanización de sacerdotes indígenas, sus cultos, sus ritos, sus deidades y templos.

La orden de los Dominicos llega a *Macuilxóchitl* y edifica sobre un montículo prehispánico una capilla abierta, localizada en el centro de la población, cuyo sistema constructivo se basa en piezas de adobe, cimentado sobre mampostería de piedra y cubierto de una estructura de madera para soportar la teja. El conjunto arquitectónico se conforma por tres elementos:



Figura 20. Dos conjuntos coloniales, actual Museo Comunitario.
Fotografía: Angely Salgado (2023).

el templo del siglo XVI de una sola nave y presbiterio de planta rectangular, el templo construido en el siglo XVII, localizado al costado norte, delante de ambos, un atrio con tres accesos, en 2008 fue restaurado para albergar el actual Museo Comunitario (véase Figura 20).

La comunidad de Macuilxóchitl: entre lo ancestral y lo actual

El aumento de la población provocó el desplazamiento hacia el cerro Danush, junto al actual Macuilxóchitl, para el Clásico Tardío; sin embargo se ha mencionado en algunas investigaciones el probable abandono de Dainzú para posteriormente poblar Danush y sus alrededores, de acuerdo a lo que los datos arqueológicos; los documentos-códice prehispánicos a través de la pictografía señala los señoríos y los linderos de la comunidad, en el lienzo pictográfico de Santa Cruz Papalutla (pueblo vecino, localizado al suroeste de Tlacoahuaya) se observa a un hombre sentado sobre un cerro, donde se lee quiyehuixitao que significa “Gran Flor Azul”, el nombre antiguo de Macuilxóchitl.

El dibujo representa la cabeza de un pájaro, posiblemente un águila, con el pico abierto, en el cual se asoma una cara humana. Arriba del señor se lee coq(ui)

bilala beni (qu) ihui (xi), ‘rey Bilala, hombre (del palacio real)’. Este hombre, entonces, es el rey de Macuilxóchitl (Oudijk, 2010, p. 24). El nombre de la comunidad ha sido relacionado con la deidad patrona 5 Flor, en náhuatl y en zapoteco: Quiabelagayo, diosa mexicana del placer, la relación de Macuilxóchitl indica que adoraban a Coquebila, señora del centro de la tierra, de quien 5 Flor puede haber sido una representación calendárica (Whithecotton, 2004, p. 179).

La invasión española transformó las antiguas usanzas de los zapotecos ancestrales, lo cual desembocó en una constante diferenciación. Como ya se ha mencionado en el centro de la comunidad de Macuilxóchitl se ubican dos iglesias; sin embargo, los habitantes construyeron una capilla en la cima del cerro Danush destinada a los festejos del 3 de mayo para la celebración de la “Santa Cruz”, este festejo es un continuum del culto ancestral a los cerros, los pobladores cada año organizan la misa de honor y posteriormente suben la colina acompañados por la música de banda de viento. La capilla se cubre de flores y a un costado de los montículos prehispánicos se realiza La Danza de la Pluma, la celebración es acompañada de comida típica, esta festividad es organizada por la comunidad a través de la mayordomía.

En la antigua capilla del siglo XVI, han sido colocadas las urnas prehispánicas encontradas por los pobladores, y que han sido donadas al Museo Comunitario, en su mayoría representan deidades identificadas como Cocijo, Diosa “13 Serpiente”; también se han donado vasijas, roca pulida, algunos grabados junto con material arqueológico hallado en el cerro Danush, entre los que destacan los catalogados como tipo patojos, cajetes, miniaturas, ollas y puntas de proyectil, las cuales han sido motivo de análisis arqueológico para comprender el proceso de la ocupación prehispánica Dainzú-Macuilxóchitl desde la perspectiva de la forma de vida y en conjunto con la cosmoexistencia zapoteca.

La memoria de la cultura tiene su casa: a manera de conclusión

La investigación realizada tiene como visión un trabajo multidisciplinario, en este aspecto, los campos cognitivos de la Arqueología, Historia, Museología brindan un panorama amplio sobre las características del espacio cultural, además de enaltecer un sitio arqueológico que presenta mínima difusión para ser visitado e incluso se requiere impulsar trabajo de investigación para comprender a profundidad las posibles conexiones con el resto de los sitios arqueológicos de Oaxaca.

Los elementos analizados acerca de la temporalidad es un parteaguas para incluir a la Zona Arqueológica de Dainzú dentro de la tradición arqueológica zapoteca, la visión que nos brinda el templo amarillo y el edificio A forman un conjunto arquitectónico, testigo del asentamiento prehispánico y de la conexión temporal con el corredor arqueológico de los Valles Centrales. La cultura material evidenciada en los grabados con la connotación de pelotas nos muestra que en Dainzú también se visualiza la práctica del juego, lo cual es un foco de atención para la tradición en el Estado de Oaxaca.

En la población los sujetos-comunitarios de Macuilxóchitl son el testimonio vivo del legado ancestral, el cual han aprovechado con el espacio museístico en donde se pueden observar piezas de la cultura za-

poteca, propiciando la difusión en la exposición. Lo que actualmente pueden ser observado en el Museo Comunitario, guarda una estrecha vinculación con la arquitectura monumental prehispánica de los cerros pertenecientes al territorio comunal, es la evidencia de la tradición zapoteca ancestral que se ha mostrado a lo largo del presente artículo. El Museo Comunitario transmite al sujeto-comunitario este conjunto de saberes para fortalecer la conservación y transmisión de esta herencia prehispánica –entendida como patrimonio cultural-, y al mismo tiempo fortalece procesos identitarios-comunitarios: la memoria de la cultura muestra su eficacia material y simbólica.

Referencias

- Alcina Franch, J. (1993). *Calendario y religión entre los zapotecos*. UNAM.
- Bernal, I. (1967). Excavaciones en Dainzú. *Boletín del Instituto Nacional de Antropología e Historia* 13 (27), 7-13.
- Bernal, I., y Oliveros, A. (1988). *Exploraciones arqueológicas en Dainzú, Oaxaca*. INAH.
- Bernal, I., y Seuffert, A. (1979). *The Ballplayers of Dainzy*. Akademische Druck-und Verlagsanstalt.
- Bernal, I. (1968). The Ball Players of Dainzú. *Archaeology*, 21(4), 246-251.
- Bernal, I. (1979). *Historia de la Arqueología en México*. Porrúa.
- Bernal, I., y Gamio, L. (1974). Yagul. *El Palacio de los Seis Patios*. UNAM/INAH (Serie Antropológica, 16).

- Blanton, R. (1978). *Monte Alban: Settlement Patterns at the Ancient Zapotec Capital*. Academi Press.
- Blanton, R. (1982). Monte Alban's Hinterland, Part I: Prehispanic Settlement Patterns of the Central and Southern Parts of the Valley of Oaxaca. En *Memories of the University of Michigan Museum of Anthropology*, 15. Michigan: Ann Arbor. 13-37
- Blanton, R. (1996). Migration and Population Change in te Prehispanic Valley of Oaxaca. En A. Mastache (Ed.), *Arqueología Mesoamericana. Homenaje a William T. Sanders* (pp. 11-36). INAH-Arqueología Mexicana.
- Blanton, R. E. (1999). *Ancient Oaxaca. The Monte Alban State*. Cambridge University Press.
- Caso, A., y Acosta, J. (1967). *La cerámica de Monte Albán*. México: Instituto Nacional de Antropología e Historia.
- Faulseit, R. (2010). *Cerro Dnush 2da. Etapa: Asentamiento y transición del período Clásico Tardío-Posclásico Temprano en el área de Dainzú-Macuilxóchitl, Oaxaca*. México. *Informa Final para el Consejo de Arqueología del Instituto Nacional de Antropología e Historia. Proyecto de Ronald Faulseit*, Universidad de Tulane.
- Feinman, G. y Nicholas, L. (2011). Monte Albán: una perspectiva desde los límites del Valle de Oaxaca. En A. I. Rivera Guzmán, & N. Robles García (Edits.), *Monte Albán en la Encrucijada Regional y Disciplinaria: Memoria de la Quinta Mesa Redonda de Monte Albán* (pp. 241-284). México: Instituto Nacional de Antropología e Historia.
- Kowaleski, S., Feinman, G., Finsten, L., Blanton, R. y Nicholas, L. (1989). *Monte Alban's Hinterland, Part II: Prehispanic Settlement Patterns in Tlacolula, Etla and Ocotlán, the Valley of Oaxaca*. Museum of Anthropology, University of Michigan, Ann Arbor, MI.
- Marcus, J., y Flannery, K. (2001). *La civilización zapoteca: Cómo evolucionó la sociedad urbana en el Valle de Oaxaca*. (J. Ferreiro, Trad.) Fondo de Cultura Económica.
- Oliveros, A. (1997). Monte Albán, Oaxaca. La ciudad de la gente de las nubes. *Arqueología Mexicana. Guía de viajeros*, 55 (10), 79-87.
- Oudijk, M., y Van Doesburg, S. (2010). *Los lienzos pictográficos de Santa Cruz Papalutla, Oaxaca*. UNAM/Fundación Alfredo Harp Helú.
- Urcid, J. (2005). *La escritura zapoteca. Conocimiento, poder y memoria en la antigua Oaxaca*. Departamento de Antropología. Universidad de Brandeis.
- Whitecotton, J. (2004). *Los zapotecos. Príncipes, sacerdotes y campesinos*. Fondo de Cultura Económica.
- Winter, M. (1986). Templo-patio-adoratorio: un conjunto arquitectónico no-residencial en el Oaxaca prehispánico. *Cuadernos de arquitectura mesoamericana* (7), 51-59.
- Winter, M. (1995). Oaxaca. Panorama Arqueológico. En *México antiguo. Antología de Arqueología Mexicana*. I, 100-103. SEP-INAH/Ed. Raíces.
- Winter, M. (1997). La arqueología de los Valles Centrales de Oaxaca. *Arqueología Mexicana*, V (26), 6-15.
- Winter, M. (2001). Palacios, templos y 1300 años de vida urbana en Monte Albán. En A. Ciudad, M. Iglesias, y M. Martínez (Edits.), *Reconstruyendo la ciudad maya: El urbanismo en las sociedades antiguas* (pp. 277-301). Sociedad de Estudios Mayas 6.
- Winter, M. (2006). La fundación de Monte Albán y los orígenes del urbanismo temprano en los altos de Oaxaca. En *Nuevas Ciudades, Nuevas Patrias. Fundación y relocalización de ciudades en Mesoamérica y el Mediterráneo antiguo*. Eds. M. J. Iglesias, R. Valencia y A. Ciudad., (pp. 209-239). Publicaciones de la Sociedad Española de Estudios Mayas, No. 8. Universidad Complutense.

Intersecciones diseño-etnografía enfoque multidimensional de investigación para el diseño

*Intersections design-ethnography:
multidimensional research approach to design*

Dra. Liliana Ceja Bravo
Universidad Anáhuac México
Liliana.ceja@anahuac.mx
ORCID: 0009-0006-9521-3018

Dra. Angélica García Estrada
Universidad Anáhuac México
Angelica.garciaestrada@gmail.com
ORCID: 0000-0001-5051-0170

Aceptado: 17/05/2025 Publicado: 27/09/2025

* Como citar este artículo / *How to cite this article*:
Ceja Bravo, L. y García Estrada, A., (2025). Intersecciones Diseño-Etnografía: enfoque multidimensional de investigación para el diseño. *un año de diseñarte, mm1*, (27), 106-127.

Resumen

Este artículo explora las diversas y múltiples intersecciones entre el diseño y la investigación y enfatiza, principalmente, la relación con la etnografía, proponiendo un enfoque de investigación multidimensional que integra el análisis sistémico y el pensamiento complejo con la investigación local-(multi)situada, los procesos participativos, colaborativos y dialógicos, así como la co-creación como pilares fundamentales. A través de esta visión se pretende que quien diseña tenga una práctica más reflexiva, ética y responsable, que contribuya a la creación de intervenciones de diseño que propicie el bienestar social y de la construcción de futuros más justos y sostenibles.

Palabras clave: Etnografía, diseño centrado en las personas, investigación para el diseño, investigación multidimensional, análisis sistémico.

Introducción

Abstract

This article explores the diverse and multiple intersections between design and research. It mainly emphasizes the relationship with ethnography, proposing a multidimensional research approach that integrates systemic analysis and complex thinking with local-(multi)situated research, participatory, collaborative and dialogic processes, and co-creation as fundamental pillars. Through this vision, it is intended that the designer have a more reflective, ethical and responsible practice, which contributes to creating design interventions that promote social well-being and the construction of more just and sustainable futures.

Keywords: *Ethnography, Human-Centered Design, Design Research, Research for Design, Multidimensional Research, Systemic Analysis.*

En la actualidad, vivimos en un mundo con desafíos sociales, medioambientales, tecnológicos, económicos y culturales que exigen al diseño una perspectiva más compleja. El paradigma del diseño centrado en la función y la estética¹ hoy está siendo trascendido, su efecto resulta corto de miras y poco o nada aporta a los desafíos que afrontamos como humanidad. Hoy en día se demanda a quien diseña que sea capaz de abordar estas problemáticas mediante enfoques que integren disciplinas, saberes, actores y perspectivas diversas.

En este contexto, las metodologías etnográficas provenientes de las ciencias sociales resultan esenciales, al posibilita una investigación multidimensional para el

1. Se entiende como paradigma del diseño centrado en la función como parte del paradigma del diseño moderno, en donde, una de sus características centrales es entender el diseño como una actividad centrada en la forma, colocando al diseñador como configurador de cualidades estéticas y formales como el color, el material entre otros y, como menciona Tomás Maldonado (1959), diseñador es definido como responsable de determinar los atributos visuales y técnicos de los productos. Según Luis Rodríguez Morales (2012) con la introducción de discursos en la posmodernidad, este enfoque ha sido cuestionado por resultar limitado y por centrarse en el objeto más que en las relaciones, los significados o las experiencias de las personas.

diseño² que favorece el conocimiento y la comprensión profunda de las diversas realidades en las que transcurre la vida cotidiana de las personas, en diálogo con sus contextos, interrelaciones y dinámicas.

Este acercamiento propicia una visión sistémica, compleja e interconectada. Es un enfoque metodológico que combina herramientas de las ciencias sociales, especialmente de la antropología, con procesos creativos del diseño, con la finalidad de comprender las necesidades, experiencias y contextos específicos de las personas y sus comunidades. Para realizar este tipo de investigación es necesario adentrarse a los entornos sociales y culturales, así como interactuar con las personas en su propio contexto y así poder aprehender las narrativas, significados y prácticas que estructuran sus vidas.

La investigación multidimensional para el diseño no solo se enfoca en la recopilación de datos, sino en la generación de conocimiento compartido entre investigadores y participantes. De esta manera, proponemos un enfoque en el diseño local, (multi)situado, participativo, social, dialógico y co-creativo.

Esta perspectiva fomenta la sensibilidad hacia las experiencias corporales (Esteban, 2011), la agencia de las comunidades (Tassinari & Manzini, 2021) y la atención a las especificidades locales y del sur global (Escobar, 2018, Citro, 2014), promoviendo una praxis ética, inclusiva y transformadora. Es, en esencia, una práctica que busca ir más allá de soluciones universales o impuestas para proponer escenarios que no solo sean funcionales y estéticos, sino que reflejen los valores, identidades y aspiraciones de las personas, respetando sus realidades locales y sus múltiples perspectivas.

2. Término acuñado por las autoras, en donde la investigación multidimensional para el diseño es una forma de investigación para el diseño con un enfoque local, (multi)situado, participativo, social, dialógico y co-creativo. Con el fin de abordar problemáticas complejas desde una mirada integral. Desde una perspectiva compleja y sistémica.

Las intersecciones del diseño con la investigación

Antes de exponer estas ideas, nos parece importante evidenciar que hacemos uso de la primera persona en el presente artículo, sobre todo en la parte empírica. Su uso no solo es válido, sino epistemológicamente coherente con los enfoques que reconocen la situación del conocimiento, la implicación del investigador y la necesidad de visibilizar la experiencia corporal, emocional y situada del trabajo de campo.³

El diseño es una práctica proyectual y material que cruza y se intercepta con la realidad misma. Entendemos por intersección al encuentro o cruce entre dos o más elementos, no solamente de forma lineal, sino también vertical y transversal. La naturaleza misma del diseño es el resultado de esas intersecciones, es el cruce o encuentro que se produce entre saberes, experiencias y herramientas de otras disciplinas, del contexto y época en el que surge.

3. El uso de la primera persona en textos académicos no debe entenderse como una falta de rigor, sino como una apuesta epistemológica que reconoce el carácter situado, encarnado y relacional del conocimiento. En investigaciones que se nutren de la etnografía –especialmente desde una perspectiva crítica o sensorial–, el “yo” no es un elemento anecdótico o accesorio, sino un agente clave en la producción de sentido.

Incorporar la primera persona permite dar cuenta de la implicación corporal y emocional de quien investiga, lo cual es fundamental cuando se asume que todo conocimiento es co-construido, y que la neutralidad objetiva es una ficción metodológica insostenible. Desde este enfoque, se sostiene que quien investiga no observa desde el exterior, sino que participa activamente, y sus experiencias, afectos y posicionamientos influyen en el proceso de investigación.

Además, en el campo del diseño, que busca generar transformaciones sociales a partir del entendimiento profundo de las personas, reconocer a quien investiga como sujeto situado potencia una relación más honesta, ética y comprometida con los contextos estudiados. Ver autores como Rita Segato (2014) quien habla de cómo la piel del etnógrafo es también campo de inscripción, a Silvia Citro (2011, 2016) cuyo enfoque en la etnografía sensorial legitima el uso de la primera persona, Mari Luz Esteban (2011) quien trabaja sobre el cuerpo, los afectos y la implicación del yo en la investigación y a Sarah Pink (2015) que usa constantemente la primera persona y defiende el papel del cuerpo y la experiencia personal en la construcción del conocimiento.

Por lo tanto, el diseño es una disciplina transversal e integradora, considerada un sistema abierto y complejo que impacta y es impactado por los sistemas: sociales, económicos, políticos, culturales, tecnológicos y medioambientales. “Lo que hace complejo a un sistema no es necesariamente la cantidad de variables o factores, sino cómo son las relaciones entre esos factores y las interacciones que involucra, es decir, cómo es su comportamiento o la dinámica que presenta” (Sánchez, 2016, p. 5).

Sin embargo, como resultado de un mundo capitalista inmerso en un sistema de consumo, en ocasiones el aprendizaje, enseñanza y práctica del diseño se limitan a la apariencia física, funcional y estética de los objetos de diseño. De esta manera centra sus métodos en el hacer, en la producción y en la materialidad de los mismos, sin considerar su inmaterialidad y las relaciones subyacentes de estos producen una vez que se encuentran insertos dentro de un contexto social, por lo que es fundamental tener presente su vínculo e interrelación con las personas y sus propios contextos.

Por ello, se requiere estudiar y comprender al diseño en toda su dimensión, encontrar esos puntos de intersección contribuye al análisis, reflexión y valoración de su influencia e impacto social imperante y no se reduce a un objeto cuyo sentido se orienta únicamente a fines económicos, de uso o de valoración estética, predominando así una visión fragmentada y limitada de la realidad, de los objetos diseñados y del aporte social que ellos comportan.

Ante los problemas que nos enfrentamos a nivel planetario: ambientales, sociales, culturales, entre otros, hoy más que nunca debemos estar abiertos y conscientes del cambio de mentalidad y la toma de acción que se requiere para hacer frente a esta situación. Los problemas que nos aquejan son complejos, refiriéndose no solamente a la cantidad de factores y variables que intervienen, sino a las interacciones e intersecciones que surgen de su relación.

Por esta razón, hoy se reconoce cómo el diseño puede colaborar de manera multi e interdisciplinariamente

para dar propuestas de solución a dichas problemáticas, mediante un enfoque multidimensional,⁴ que integre el análisis, la problematización, las emergencias y las intersecciones que surgen en el entorno requiriendo así de una visión sistémica y compleja para abordar los proyectos de diseño.

Este enfoque multidimensional, le demanda a quien diseña una visión totalizante, pero sin perder de vista lo parcial y lo particular, un pensamiento abierto, flexible y crítico que le permitan, por un lado, interactuar y conectarse con su entorno y con otros seres y entidades, y por otro, armonizar relaciones y establecer nuevas conexiones.

Frente a esto, entender las relaciones, las conexiones y los enlaces requiere pensar de forma compleja y multidimensional. El pensamiento complejo busca integrar las formas simplificadoras de abordar las problemáticas, para ello, hacerlo desde lo monodisciplinar conduce a lo que Edgar Morin (2016), denomina inteligencia ciega:

[...] la inteligencia que no sabe hacer otra cosa que separar, rompe lo complejo del mundo en fragmentos disociados, fracciona los problemas, convierte lo multidimensional en unidimensional. Atrofia las posibilidades de comprensión y de reflexión, eliminando también las posibilidades de un juicio correctivo o de una visión a largo plazo. Su insuficiencia para tratar nuestros problemas más graves constituye uno de los problemas más graves que enfrentamos (...) una inteligencia incapaz de encarar el contexto y el complejo global se vuelve ciega, inconsciente e irresponsable (p. 14).

Sin duda alguna, las disciplinas proyectuales, entendidas como aquellas cuyo eje central es el proyecto como método de conocimiento, acción y transformación, comportan una estructura mental que bien pue-

4. El término multidimensional significa que tiene muchas dimensiones. Es importante considerar que el término dimensión, por su parte, es polisémico y multidisciplinar. Para los fines de este texto, dimensión se considera como las propiedades o factores interrelacionados.

den aportar haciéndole frente a las problemáticas que nos aquejan como humanidad.

Por su parte, el pensamiento de diseño, que se caracteriza por su naturaleza compleja, integradora y no lineal y que, a diferencia de enfoques estrictamente analíticos, el diseño implica una constante oscilación entre lo abstracto y lo concreto, entre la lógica y la intuición requieren de una visión multidimensional, compleja y de carácter sistémico.

Como señala Bryan Lawson (2005), “los diseñadores parecen utilizar tanto el razonamiento como la imaginación, la lógica y la intuición, de forma paralela e iterativa. Su proceso de pensamiento implica a menudo moverse rápidamente entre conceptos abstractos y representaciones concretas, combinando una estructura analítica con una exploración imaginativa” (p. 138). Tal es su pertinencia que con esta visión se propone abordar las etapas de investigación para el desarrollo de proyectos de diseño.

El pensamiento simple resuelve los problemas simples sin problemas de pensamiento. El pensamiento complejo no resuelve en sí mismo los problemas, pero constituye una ayuda para la estrategia que puede resolverlos (...). El pensamiento complejo no rechaza, de ninguna manera, a la claridad, el orden, el determinismo. Pero los sabe insuficientes; sabe que no puede programar el descubrimiento, el conocimiento, ni la acción. (Morin, 2001, p. 117-118).

La investigación se entiende como un proceso estructurado y meticuloso cuyo propósito es generar conocimiento nuevo o profundizar en la comprensión de un fenómeno específico. Es decir, puede ser considerada un acto de descubrimiento y un proceso sistematizado.

En el campo de la antropología, este proceso se enfoca en el análisis de las sociedades humanas, sus culturas, lenguas y características físicas. En el ámbito del diseño, la investigación cumple la función de sustentar y orientar el proceso creativo mediante una comprensión profunda de las necesidades, comportamientos y contextos de los grupos sociales.

Para fines de este texto, se entiende por investigación como un proceso sistematizado, una serie de pasos que nos llevan a un fin. Se puede entender que su origen está en la observación y el cuestionamiento, en la curiosidad y la búsqueda por descubrir o conocer algo. “Investigar está íntimamente relacionado con acciones de la vida cotidiana de los seres humanos: preguntarse, observar y experimentar” (Delgado et al., 2015, p. 13).

Es fundamental comprender que la investigación no es una actividad aislada, sino una práctica inherente a la experiencia humana. Investigar es una acción o una serie de acciones que forman parte de la vida cotidiana ya que, para entender nuestro contexto y conformar nuestra propia percepción del mundo, lo hacemos mediante la indagación, la curiosidad y la observación; acciones implícitas, de igual forma, en el acto de investigar.

Implica cuestionar nuestra realidad y todo lo que nos rodea, es la apertura a nuevas formas de comprender el mundo y al hacerlo, también lo estamos creando, para lograr este cometido la investigación será el camino para ello. Es importante entender a la investigación como un proceso continuo y recursivo de aprendizaje y descubrimiento, que se desarrolla en un plano de incertidumbre en el cual se buscan respuestas, se identifican patrones y se reconocen algunas certezas que de otra manera no se podrían entender.

Con base en lo anterior, podemos identificar diferentes maneras o formas de abordar las relaciones entre la investigación y el diseño: como parte del proceso de configuración de objetos de diseño, es decir, como parte del proceso de diseño; la investigación orientada a las relaciones que surgen entre los objetos de diseño y las personas; la investigación enfocada en estudio de la disciplina, sus procesos, sus productos y sus actores y, finalmente, la investigación con una forma de creación de conocimiento mediante la configuración de objetos de diseño.

El gran desafío de la investigación para diseño, como considera Buchanan, será “comprender cómo los dise-

ñadores pueden trasladarse a otros campos para realizar un trabajo productivo y luego regresar con resultados que se relacionan con los problemas de la práctica del diseño” (Buchanan, 2001, p. 17). Por lo tanto, se requiere una visión multidimensional comprendiendo las capas o niveles de intersección que surgen desde lo disciplinar, multidisciplinar e interdisciplinar.

La relación entre investigación y diseño se ha concebido como ámbitos separados, el primero orientado al conocimiento y el segundo a la acción, pero hoy los entendemos entrelazados y que se enriquecen mutuamente. Esta intersección se manifiesta a lo largo de todo el proceso proyectual del diseño: antes, como forma de indagación previa al desarrollo; durante, como investigación situada, emergente y reflexiva que guía la toma de decisiones; y después, como evaluación crítica y sistematizada que puede generar conocimiento nuevo desde la práctica, a través del planteamiento, desarrollo e implementación de proyectos de diseño

Se reconoce que el diseño no solo integra la investigación como parte de su proceso, sino que también constituye en sí mismo una forma de producción de conocimiento. En su texto *Research in Art and Design*, Christopher Frayling (1993) desarrolla una clasificación sobre las formas en que la investigación se interconecta con el diseño, y que es la más aceptada en la disciplina, y distingue tres enfoques fundamentales: investigación sobre, para y a través del diseño.

La investigación en diseño (*research into design*) hace referencia a aquellos estudios que analizan el diseño como objeto de estudio cultural o social. El diseño es observado desde otras disciplinas, utilizando métodos de la historia, la sociología o la teoría crítica. Como lo describe Frayling, esta forma de investigación está “centrada en la teoría, no en la práctica” (Frayling, 1993, p. 2).

Por otro lado, la investigación *a través* del diseño (*research through design*) propone que el diseño en sí mismo puede ser un medio de producción de conocimiento. A través de la práctica y proceso, la experi-

mentación y la reflexión, el diseñador genera saberes que no podrían ser alcanzados por otros métodos. Según Frayling, este enfoque considera que “la práctica proyectual —el hacer mismo— puede generar conocimiento que sea transferible, reflexivo y valioso” (Frayling, 1993, p. 3).

Finalmente, la investigación *para* el diseño (*research for design*) tiene un carácter aplicado y está orientada a recopilar información que alimente el proceso de diseño. Por ejemplo, estudios de grupos sociales en sus contextos, análisis de materiales, tendencias culturales, entre otras. Su función es proporcionar datos relevantes para que el diseñador tome decisiones más fundamentadas en sus procesos. Como menciona Frayling, es una investigación “dirigida a producir mejores objetos, servicios o entornos” (Frayling, 1993, p. 2).

Estos enfoques son particularmente significativos para las disciplinas proyectuales, ya que implica reconocer que diseñar es, también, una forma de investigar y conocer el mundo. Como afirma Nigel Cross (2006), “el diseño posee modos propios de pensamiento, acción y producción de conocimiento” (p. 6), lo cual es una forma de indagación distinta de las ciencias naturales o las ciencias sociales, pero igualmente rigurosa en su contexto, determinándolo como un área específica de conocimiento.

Desde esta perspectiva, el diseño puede entenderse como una práctica compleja en la que se articulan saberes teóricos, técnicos, tecnológicos y estéticos. En cada fase del proceso se despliegan diferentes relaciones entre conocimientos previos, habilidades proyectuales, marcos metodológicos y herramientas. Esta articulación se da, además, en una lógica no lineal, sino, recursiva e iterativa.

Autores como Donald Schön (1983) han enfatizado el papel del diseñador como practicante reflexivo, capaz de “pensar en la acción” y de tomar decisiones informadas por la práctica de la disciplina y por la experiencia y la intuición. Esta capacidad de reflexión a través y para el diseño transforma al proceso proyectual en

un espacio de construcción, de conocimiento situado y contextualizado.

Por su parte, Elizabeth Sanders y Pieter Stappers (2014) hablan del diseño como una práctica co-investigativa, donde el conocimiento se construye en colaboración con las personas y otros actores. Esta visión participativa y situada, coloca al diseño como una disciplina que no solo busca dar una respuesta a un encargo de un cliente específico, sino en una plataforma de diálogo que integra saberes diversos que convergen para plantear y crear escenarios posibles de intervención de diseño.

La intersección entre investigación y diseño no debe entenderse como una superposición, sino como una intersección del pensamiento y la acción, en donde el diseño es una práctica cognitiva que articula teoría y experiencia, así como reflexión y creación. Reconocer esta intersección permite enriquecer tanto la formación en diseño como la generación de conocimiento desde, con y a través del hacer proyectual.

La primera intersección hace referencia a la propia disciplina. Es decir, se toman en cuenta todos los conocimientos, habilidades y actitudes que se requieren para poder abordar un proyecto de diseño. Como menciona Fernando Martín Juez (2015) “[...] Las muchas agrupaciones del saber que hemos construido —en oficios y disciplinas— son núcleos de conocimientos útiles para discernir problemas y destacar soluciones por especialidades” (Martín, 2015, p. 128). Por lo tanto, cada disciplina tiene una especie de “núcleo duro”, que es en donde se encuentran saberes, prácticas, métodos, que lo determinan y que le permiten apropiarse de objetos de estudio específicos.

Es importante considerar que en muchas ocasiones este “núcleo duro” puede tomarse en extremo endogámico “escoge y atrapa” para sí objetos de estudio sobre los que su opinión es la “única” autorizada. “Cada disciplina, al apropiarse de un objeto de estudio lo desvincula de otros objetos y otros niveles de percepción de la Realidad.” (Martín, 2015, p. 29).

Será fundamental comprender que el diseño cuenta con fronteras poco definidas y porosas que permiten y propician intercambios y flujos. Es justo en estas fronteras, en donde el diseñador y, por lo tanto, la disciplina pueda abrir su visión a nuevos paradigmas, métodos y teorías para incorporarlos a las soluciones de los proyectos que aborda.

A la naturaleza dinámica y de cambio continuo, las disciplinas agregan un recorte más: desde la visión peculiar de la especialidad, cada campo de vinculación es dividido en sectores sobre los que se coloca la mirada. En estos fragmentos de algo que es más extenso, se realiza una praxis y elaboran reflexiones que atienden los cambios locales, desestimando causas y efectos más allá de la vecindad. (Martín, 2015, p. 29).

El segundo nivel de intersección entre el diseño y la investigación hace referencia al concepto de pluridisciplina, aborda las relaciones que el Diseño establece con otras disciplinas y todos aquellos objetos de estudio que surgen desde la perspectiva de varias disciplinas a la vez:

La investigación pluridisciplinaria en consecuencia, aporta un “más” a la disciplina en cuestión [...]pero ese “más” está al servicio exclusivo de esa misma disciplina. Dicho de otro modo, la gestión pluridisciplinaria sobrepasa las disciplinas, pero su finalidad queda inscrita en el marco de la investigación disciplinaria. (Martín, 2015, pp. 33-34).

Un ejemplo lo podemos ver en los proyectos de diseño en los que participan otras disciplinas, es el diseñador quien va a determinar el objetivo y el rumbo de la investigación. El resultado final será el objeto de diseño que se conceptualiza y materializa con los conocimientos y enfoques que las otras disciplinas puedan aportar, es decir, con aquellos fragmentos que serán articulados desde las perspectivas teóricas del propio Diseño. En este tipo de investigación, que es la más practicada en diseño, se corre el riesgo de continuar fragmentando los conocimientos y saberes, que no se logren integrar en una colaboración.

Finalmente, la tercera intersección es la que se establece desde la interdisciplina.

[...]la interdisciplinariedad nació de constatar que la aproximación al mundo a través de una disciplina particular era sesgada y generalmente demasiado limitada [...]cada vez más se admitió que, para estudiar una determinada cuestión de la vida cotidiana, son precisas múltiples aproximaciones. A eso se refiere el concepto de interdisciplinariedad. (Fourez, 1997, p. 98).

Nicolescu (1996) considera que la interdisciplinariedad tiene una mirada diferente. Conciene a la transferencia de métodos de una disciplina a otra. Es decir, es cuando para realizar un proyecto de diseño buscamos integrar conocimientos, paradigmas, métodos, procesos, etc., de otras disciplinas surgiendo así proyectos que traspasan la disciplina misma del diseño.

[...] la interdisciplinariedad sobrepasa las disciplinas, pero su finalidad queda inscrita en la investigación disciplinaria (en los productos o los servicios que de ella se derivan, en los modelos y metodologías nuevas que para su servicio surgen; en las nuevas disciplinas que crea) (Martín, 2014, p. 35).

Además, en la intersección interdisciplinaria de la investigación y el diseño, se pueden reconocer tres grados de relación: el primero es de aplicación, por ejemplo, metodologías etnográficas que permiten construir nuevos modelos para el análisis del conocimiento de las personas y sus interacciones, siendo este el que se desarrollará en adelante. El segundo es el grado epistemológico, por ejemplo, la visión semiótica para generar análisis de discursos visuales, y finalmente, el tercero, que es el grado de concepción de nuevas disciplinas, por ejemplo, la ergonomía (unión e integración de saberes de ciencias de la salud, física y diseño).

Es importante terminar con la dicotomía de práctica-teoría en el diseño. De igual manera, será fundamental buscar y enfatizar en las intersecciones que el diseño tiene con la investigación, no verlo como acciones y procesos separados, sino como una parte intrínseca

de la naturaleza misma del Diseño. Como lo hemos señalado, el diseño, como disciplina compleja e interconectada, debe trascender lo estético y lo formal para ahondar en las dimensiones inmateriales de la experiencia humana.

Investigación multidimensional para el diseño: Intersección de la etnografía con el diseño⁵

Nos interesa especialmente el primer grado de intersección de la investigación y el diseño, que es el de aplicación, donde interviene la investigación cualitativa que consideramos debe ser centrada en las personas. Esto significa que debemos tener un entendimiento profundo de las prácticas culturales, los comportamientos sociales y las interacciones humanas dentro de contextos específicos, para ello es fundamental echar mano de los métodos etnográficos.

Gracias a la etnografía, quien diseña puede develar los significados y valores que las personas le otorgan a sus propias vidas, a los objetos y los espacios, y pueden crear soluciones o escenarios no solo funcionales, pero que tengan un impacto social y cultural.

Actualmente, el término etnografía es mucho más amplio que el de *escribir* sobre los grupos sociales; se le relaciona con las tareas de observar, registrar y describir los aspectos culturales, sociales y simbólicos de los distintos grupos humanos. La etnografía tiene una triple acepción de enfoque, método y texto (Guber, 2011, p.5).

Como enfoque es una concepción y práctica de conocimiento que busca comprender los fenómenos sociales desde la perspectiva de sus miembros (Guber, 2011), y en ese proceso se recurre a la *descripción*.

5. En este apartado, cuando hablamos de etnografía y su relación con el diseño, damos prioridad a referencias de autores del sur global reconociendo sus aportaciones y buscando dar énfasis los conceptos de lo local y situado que se abordan en el texto.

Este sentido de “descripción” corresponde a lo que suele llamarse “interpretación”. Para Clifford Geertz, por ejemplo, la “descripción” [...] presenta los comportamientos como acciones físicas sin un sentido. La “interpretación” o “descripción densa” reconoce los “marcos de interpretación” dentro de los cuales los actores clasifican el comportamiento y le atribuyen el sentido. (Guber, 2011, p. 6).

La tercera acepción es la descripción textual, resultado del trabajo de campo (Guber, 2011), aunque en las etnografías contemporáneas también podemos encontramos con una descripción/ traducción/ interpretación visual o auditiva.

En términos de recolección de datos (segunda acepción, el método), para hacer etnografía se necesita que quien investigue pase tiempo en las vidas cotidianas de un grupo de personas por un periodo de tiempo extendido, observando qué sucede, escuchando qué se dice, haciendo preguntas a través de entrevistas ya sean formales o informales, recolectando documentos u objetos (Hammersley, M. y Atkinson, P., 2019).

Las metodologías etnográficas, como parte de la investigación cualitativa, buscan explicar los significados detrás de las conductas humanas, interpretando cómo y por qué las personas hacen, dicen, sienten y piensan de determinadas maneras. Más que recolectar datos, construye narrativas que nos permiten entender a los grupos sociales desde su complejidad.

Rosana Guber la ubica como una epistemología en sí misma, basada en la participación, la reflexividad, la implicación del cuerpo y la conciencia de la alteridad (2011). La autora nos recuerda que conocer a los otros no se da de una manera neutra ni objetiva, sino co-construida en condiciones específicas. Esta idea nos libera de la mirada funcional sobre el “usuario” y nos permite ver maneras más dialógicas de investigar, imaginar y crear.

Esta mirada resulta de gran potencial para el campo del diseño, sobre todo en aproximaciones contempo-

ráneas como el diseño participativo y el diseño centrado en las personas. Por ello creemos que la presencia de los métodos etnográficos en las escuelas de diseño es de enorme valor. Esta convicción ha sido enfatizada también por varios académicos en México, como Cortés-López (2020), López G.A. et al. (2019) y Bonilla y Martí (2020).

La etnografía es justo una intersección, un nodo donde convergen diversos enfoques que consideramos esenciales para una investigación en diseño que sea éticamente responsable y culturalmente significativa. Es un enfoque integral y multidimensional que pretende no solo comprender las realidades de las personas y sus contextos, sino también contribuir a su transformación desde el diseño. Para explicar la importancia de la etnografía en la investigación para el diseño, mencionaremos algunos factores que son relevantes.

Tanto el diseño como la investigación encuentran un mayor sentido cuando son locales, (multi)situados, sociales, participativos, dialógicos y de co-creación. En primer lugar, subrayamos la importancia de que nuestras investigaciones sean locales. Las metodologías del norte global pueden resultar limitantes pues no contemplan necesariamente los contextos latinoamericanos, con sus propias cosmovisiones, historias y necesidades. Escobar (2018) es uno de los principales exponentes en el ámbito del diseño desde una perspectiva decolonial, enfatizando la necesidad de alejarse de las hegemonías del norte global para adoptar saberes locales.

Realizar investigaciones locales resulta muy relevante sobre todo para quien diseña, pues como apunta Silvia Citro (2014), el modelo académico occidental desvalorizó los saberes indígenas y afroamericanos que consideraban a la corporalidad como una vía de conocimiento que involucra a todos los sentidos (gusto, olfato, tacto, cenestesia). Las y los diseñadores precisamente diseñamos para/con/en/entre/desde los cuerpos, por tanto, es vital conocer acerca de las experiencias que se gestan en ellos.

Cercano a la perspectiva local se encuentra la perspectiva situada. Citro (2023) la aborda desde una posición que entrelaza el cuerpo, las emociones y los sentidos como herramientas fundamentales para comprender las realidades culturales y sociales; esto expande la noción de perspectiva situada hacia un enfoque multisensorial:

[...]se reconoce la corporalidad como una dimensión activa y constituyente de nuestra comprensión del mundo, así como de las prácticas de subjetivación y de la construcción de nuestras posiciones identitarias. De ahí deriva entonces la importancia de reconstruir las propias experiencias corporales, geopolíticamente situadas, examinando el lugar que estas han ocupado en nuestras producciones académicas o artísticas. (Citro, 2014, p. 37).

Hacer una investigación situada presupone que el investigador *meta el cuerpo*, como se dice en antropología. Una investigación situada significa vincularla profundamente al cuerpo como centro de experiencia y conocimiento, además, es referirse a un cuerpo no como un objeto de estudio, sino como un agente activo en la producción de conocimiento, es reconocer que todo conocimiento está anclado en un contexto específico y en las experiencias vividas de quienes lo producen (Esteban, 2011).

Muchas veces esos contextos no se dan en un campo único, como señala García Canclini (2024), las culturas son híbridas y existen tensiones culturales entre lo global y lo local. George Marcus (1995), en su influyente ensayo "*Ethnography in/of the World System: The Emergence of Multi-Sited Ethnography*", propone una metodología que aborda las complejas redes sociales y culturales, fundamentada en la idea de que las dinámicas sociales y culturales no están contenidas en un solo lugar. El enfoque local y el enfoque situado se potencializan, es decir, propician la comprensión de los fenómenos sociales distribuidos en múltiples ubicaciones interconectadas. Así, la etnografía multisituada propone seguir elementos específicos –personas, objetos, narrativas, conflictos o procesos– a través de diversos escenarios.

La investigación tiende cada vez más a ser dialógica y participativa (Esteban, 2011); es decir, debe haber una relación entre quien investiga y los agentes (personas que conforman al grupo social a investigar). Este acercamiento alienta a los participantes a que se conviertan en colaboradores activos, lo cual es significativo en la investigación para el diseño, pues no solo mejora los procesos de diseño, sino también aborda contextos históricos y culturales marcados por inequidad. De poco sirve diseñar detrás de una computadora, alienados del grupo social con el que se va a diseñar y de los involucrados en la problemática de diseño si éstos no son partícipes activos del proceso.

La etnografía ha sido posicionada dentro del campo del diseño participativo no solo como un método de observación y/o recolección de datos, sino también como un acercamiento epistemológico y posicionamiento ético-político dentro del proceso de diseño (Blomberg, J. & Karasti, H., 2012).

Sería muy valioso aplicar el término de Blomberg y Karasti (2012) "etnografía con el diseño", donde la investigación etnográfica es integrada con las actividades de diseño participativo, influenciando decisiones en tiempo real y en colaboración con los participantes. Sin embargo, es difícil instrumentarlo en una materia de un semestre. Lo más utilizado es la "etnografía para el diseño", donde esta es utilizada como una herramienta para informar al diseño. Aun así, aplicándola de esta manera, insistimos, es una herramienta poderosa.

La etnografía requiere tiempo, es una actividad de largo aliento que puede tomar meses y frecuentemente años. Nos parece importante aclarar que no pretendemos que nuestro alumnado realice una etnografía, pero sí que aprenda y aplique metodologías etnográficas que son de alto valor para tener una forma de conocimiento mucho más situada y participativa. En nuestra institución nos enorgullecemos de contar con la materia de etnografía para el diseño y se pretende que lo aprendido se emplee también en los seminarios de investigación.

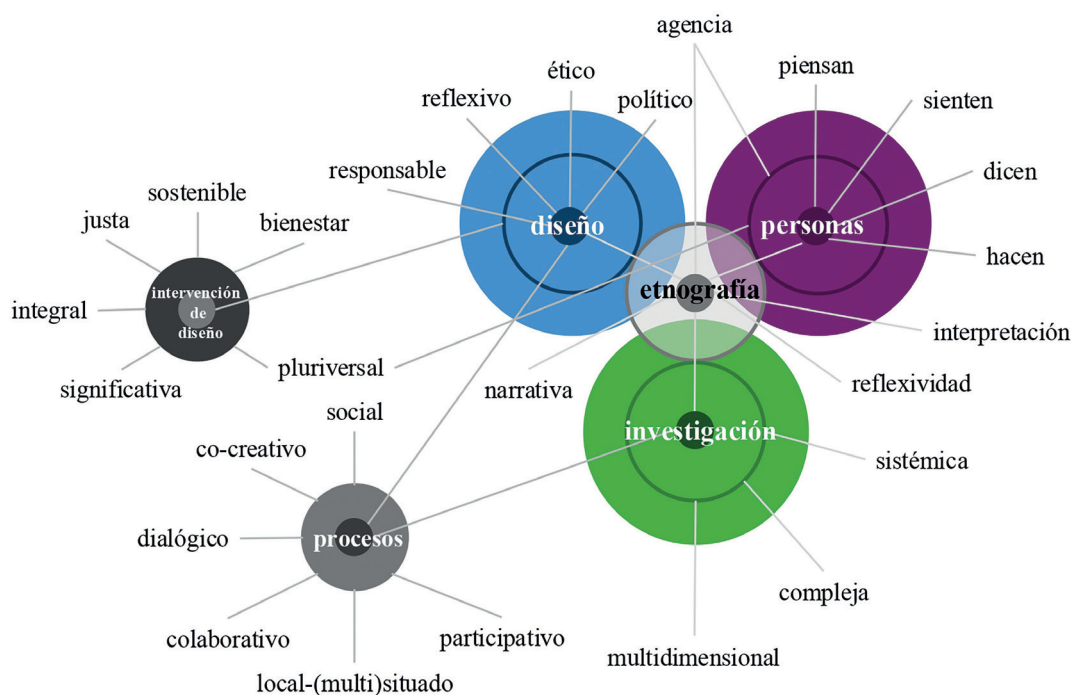


Figura 1. Intersecciones Diseño-Etnografía: Enfoque Multidimensional de Investigación para el Diseño.
Fuente: Ceja Bravo, (2024).

Los enfoques locales y situados dan pie para pensar en un diseño social, ya que este busca generar un impacto positivo en contextos sociales específicos, enfocándose en soluciones sostenibles a problemas de comunidades (Manzini, 2016). El diseño social se aleja de un enfoque puramente estético o funcional del diseño y propone procesos inclusivos donde las personas que integran los grupos sociales son agentes activos en la construcción de soluciones o escenarios. Además, el diseño social sugiere un diseño responsable, criticando la visión del diseño al servicio del consumo (Papanek, 2023).

Una metodología local, situada, multisituada, multisensorial, participativa y social permite acceder a formas de conocimiento que suelen quedar al margen en en-

foques tradicionales. Así mismo, dicha metodología tiene un compromiso ético y político que empodera a las comunidades, reconoce el valor de sus saberes locales, reconocidos dentro de su propio contexto.

Al no ser solo objeto de estudio, sino, reiteramos, agentes activos, se convierten en co-creadores de conocimiento. En un diseño co-creativo se pretende reformular problemáticas que no estén alienadas de las realidades locales, lo cual no solo permite escenarios de diseño innovadores y adaptados a los contextos específicos, sino también democratiza el proceso creativo. Quien diseña debe soltar la postura colonizadora o de “experto” para abrazar la de mediador/mediadora. En este sentido, nos parece estimulante evitar querer dar soluciones a problemas sino más bien reformularlos.

Para el logro de este propósito es pertinente revisar los procesos de aprendizaje del diseño, ya que es gracias a la formación de futuros diseñadores que es posible la conformación de posturas “diseñísticas” que se aproximen a la realidad imperante.

La aplicación de la investigación multidimensional en diseño

Los Seminarios de Investigación en Diseño I y II de la Facultad de Diseño de la Universidad Anáhuac México campus Norte son dos asignaturas que buscan integrar conocimientos y metodologías de diversas disciplinas para abordar problemáticas sociales desde el diseño. A partir de lo mencionado previamente, se propone abordar la investigación para el diseño con una visión integral y multidimensional.

A través de un enfoque local y multisituado, colaborativo y participativo, priorizando los procesos dialógicos, estos seminarios pretenden que el estudiantado de los cuatro diseños: industrial, gráfico, multimedia y moda e innovación investiguen para identificar problemáticas y oportunidades de desarrollo de proyectos en donde el diseño sugiera intervenciones que no solo aporten soluciones creativas, sino posibles escenarios que tengan un impacto positivo y tangible en nuestras comunidades.

Estos seminarios de investigación dan respuesta a la necesidad de proporcionar a los futuros diseñadores, metodologías y herramientas que enriquezcan sus perspectivas que les permitan desarrollar una visión integral disciplinar y multidisciplinaria a través de colaboraciones con el alumnado y profesionales de las otras licenciaturas en diseño de la Facultad y de otros campos de conocimiento.

A través de una visión integral y multidimensional, se pretende que el alumnado desarrolle intervenciones de diseño que aborden desafíos sociales de sus comunidades inmediatas, propiciando la innovación social a través de la búsqueda de interconectar a los diversos actores que faciliten el desarrollo y bienestar

social. Con ello se busca desarrollar en el estudiantado de diseño competencias valiosas en investigación, gestión de proyectos y trabajo en equipo, entre otras, esenciales para su formación profesional.

Estos seminarios de investigación en diseño tienen los siguientes objetivos: generar propuestas de diseño social integrales que respondan a las necesidades y problemas actuales de nuestra comunidad. Fomentar el trabajo colaborativo, co-creativo y multidisciplinario, reuniendo e interconectando a expertos de diversas áreas del conocimiento y estudiantes de distintas áreas del diseño y grupos sociales. Desarrollar habilidades de investigación aplicadas al diseño, promoviendo una práctica reflexiva, crítica y fundamentada.

El trabajo que se desarrolla en los seminarios de investigación en diseño I y II está planteado en un año de trabajo, dividido en dos semestres. Para fines de este texto, se presenta la forma de trabajo del primer semestre que tiene como pilares importantes: Definir una temática, local, situada y de interés de los estudiantes que se integre dentro de un marco de referencia conceptual y teórico que se plantea previamente. Investigar mediante fuentes de información documental que permita contextualizar el tema. Analizar y empatizar con grupos sociales mediante el uso de herramientas etnográficas. Analizar y sintetizar la información para, finalmente, problematizar e identificar escenarios de intervención del diseño. Posteriormente, se presentan de manera más breve el trabajo del segundo semestre mostrando algunas anotaciones de los aprendizajes obtenidos.

A continuación, se presenta el trabajo de uno de los equipos, conformado por Magaly Piñera Esquivel (Diseño Industrial), Itzel Lomas Villanueva (Diseño Multimedia), Dulce Valeria García García (Diseño Gráfico), María del Carmen Pérez Merino (Diseño de Moda e Innovación) y una alumna que permanecerá en el anonimato (Diseño de Moda e Innovación) realizado en el Seminario de Investigación en diseño I desarrollado de agosto a diciembre del 2024. Para fines de este texto, se presenta solamente este trabajo como ejemplo y

que ilustra lo que hacemos en los seminarios de investigación en diseño. Este proyecto tiene sus fortalezas y sus áreas de oportunidad.

Para el seminario se abordaron problemáticas relacionadas con el Objetivo de Desarrollo Sostenible 12, titulado “Producción y Consumo Responsables”. Es importante considerar que, desde el diseño, la aproximación a los objetivos de este ODS, se pueden abordar múltiples temáticas que no solamente contribuyen a la protección del medio ambiente, sino que buscan mejorar la calidad de vida de las personas.

Mediante el fomento de una economía más justa y equitativa, es decir, que integrando los principios de la sostenibilidad en todos los aspectos del diseño, se pueden crear sistemas que beneficien al planeta y a la sociedad.

Con esta visión amplia de las posibilidades de identificación de tópicos relacionados con el ODS 12, el equipo realizó una lluvia de ideas de diversas temáticas partiendo de su interés personal, a través de la observación de su entorno inmediato y en busca de entender aquello que les generaba curiosidad, se plantearon ideas identificando las posibles relaciones e intersecciones que esos temas podrían tener con otros ODS.

Finalmente, el equipo mostró interés en los métodos funerarios tradicionales, en el daño que causan a los ecosistemas, a la biodiversidad y su contribución al cambio climático, sobre todo en zonas urbanas densas. Partieron de la siguiente pregunta de investigación: ¿De qué manera las prácticas culturales y los ritos funerarios en la Ciudad de México influyen en la disposición de sus habitantes hacia métodos funerarios ecológicos y su aceptación de alternativas sostenibles?

En la primera etapa hicieron una recopilación documental para identificar el contexto, que por supuesto, era mucho más complejo de lo que imaginaban. Las alumnas posteriormente realizaron una investigación cualitativa aplicando metodologías etnográficas como la observación participante y las entrevistas a profundidad.

Ellas eligieron realizar esta investigación con un grupo social conformado de ocho personas, —a las que en adelante se llamarán agentes⁶— la elección no obedeció a un criterio en particular, simplemente eran de distintas edades y contextos socioeconómicos y culturales, argumentando que todos necesitamos enterrar a nuestros muertos. Querían conocer cuáles eran las diferencias y similitudes con respecto a esta problemática.

Implementaron los métodos etnográficos en los contextos de las personas del grupo social: en sus casas o sus trabajos. Se realizó una observación participante, esta permite acceder a aspectos del comportamiento, del entorno y de las interacciones que muchas veces no son verbalizados. A través de ella, las y los estudiantes pueden captar elementos clave del contexto en el que viven o actúan las personas: cómo se relacionan con otros, cómo se organizan los espacios, qué gestos o silencios acompañan sus palabras, y qué prácticas se repiten o se evitan.

Asimismo, cada alumna realizó tres entrevistas a profundidad con una duración promedio de treinta a cuarenta minutos a cada uno de sus dos agentes, en donde también se realizó una observación no participante. En ocasiones la o el entrevistado dice lo que piensa que el entrevistador quiere escuchar. Al observar directamente las situaciones, el estudiantado puede contrastar lo dicho con lo hecho, y notar patrones o tensiones que enriquecen la comprensión del fenómeno investigado. Lo observan y hacen un registro escrito del lenguaje no verbal.

Después de realizar la observación participante y las entrevistas a profundidad, el equipo hizo el análisis de acuerdo con cinco categorías de investigación: reli-

6. Se enfatizan los roles activos, situados y relacionales de las personas dentro de los procesos sociales y de diseño. El término usualmente tiende a reducir a los individuos a simples receptores pasivos de un sistema o producto, despojándolos de sus experiencias vividas, de sus agencias y de sus conocimientos contextuales. En contraste, el término agente resalta la capacidad de los individuos de actuar, decidir e influenciar sus ambientes, reconociendo sus subjetividades, sus bagajes culturales y de co-crear significados y cambio.

gión y cultura, cultura de la muerte, métodos funerarios ecológicos, accesibilidad económica y dimensión emocional en torno a los rituales funerarios. Esta última categoría de investigación (las emociones) surgió desde un primer momento en todas las entrevistas, y muy pronto las alumnas se dieron cuenta de que era un determinante para las personas a la hora de decidir cómo enterrar o incinerar a sus muertos, era una categoría que atravesaba lo cultural y lo social.

Para dicho análisis se da un proceso de reflexividad y de interpretación, no solo de lo visto y escuchado, sino de lo percibido con todos los sentidos. Es importante destacar que los procesos dialógicos conectan y sirven para empatizar de forma profunda y significativa con las personas. Se obtuvieron hallazgos de cada uno de los agentes, aquí solo se presentan de manera muy breve los principales de todo el grupo social, es decir, de las ocho personas, con base en esas categorías:

En el ámbito cultural, la muerte es un suceso de alto impacto en las familias. Hay una necesidad de tener una despedida para que el difunto pueda tener un descanso y llegue a mejor vida. Al ser el último acto hacia una persona querida, se busca cumplir con lo que quiso en vida. Dentro de las comunidades y grupos étnicos está muy marcado el proceso de rito de la muerte y es algo difícil de cambiar. Algunos agentes creen que existe una edad oportuna para platicar sobre los ritos funerarios y hay algunos que creen que nunca es oportuno. Varias creencias sobre la muerte están vinculadas con la idea de la vida eterna (idea católica).

Con respecto a la dimensión emocional, algunos agentes presentan la necesidad de tener un lugar y espacio tangibles para visitar a sus difuntos, mientras que otros sienten su presencia de maneras más espirituales. Prevalece un sentimiento inexplicable en donde los participantes sienten una conexión con sus seres queridos, aunque ya no se encuentren con ellos. Guillermo, uno de los agentes, después de la primera entrevista se mostró abierto a compartir el tema de la muerte con su hijo de 13 años, lo que muestra una actitud de apertura.

Los agentes relacionan a la naturaleza con un sentimiento de paz y tranquilidad. Para todos los agentes, sin importar su religión, es fundamental tener un acompañamiento por parte de la familia al momento de la muerte de alguien cercano, para sobrellevar el duelo en comunidad. El hecho de que exista un lugar físico a donde puedan ir a visitar a su fallecido les genera paz y conexión. Después de la muerte de un miembro de la familia, esta puede unirse más o, por el contrario, esa muerte puede separarla.

En la parte económica es importante reconocer que los familiares pagan altas cantidades por los servicios funerarios sin importar lo demás, ya que es el último acto de amor hacia su familiar, y las funerarias se aprovechan de eso. Otro de los agentes, Jesús, menciona que en las comunidades las personas frecuentemente adoptan prácticas por medio de incentivos, él cree que, ofreciéndolos para elegir una alternativa ecológica, podría ser el camino para más aceptación y apertura.

Por último, varios entrevistados no rechazan la opción de los métodos funerarios ecológicos, aunque no se abren tanto al tema. Sin embargo, se mostró mucho interés en el método del bosque⁷, tanto así que uno de los entrevistados lo habló con sus padres, quienes también quisieron conocer más.

En general, el análisis revela una combinación de arraigo en las tradiciones y apertura a cambios, todo mediado por la búsqueda de consuelo y la conexión emocional con los fallecidos.

A partir de los hallazgos identificados y para dar cuenta de cada uno de los agentes, las alumnas escribieron una *viñeta* de cada una de las personas entrevistadas.

El término *viñeta* es comúnmente utilizado en antropología y se refiere a una descripción breve que captura aspectos de la vida de una persona o situación, que se usan para ilustrar hallazgos etnográficos. Podríamos

7. El método del bosque consiste en una urna biodegradable que se entierra en la zona de las raíces de un árbol, que se convertirá en un monumento viviente a la persona fallecida y en un lugar a donde los seres queridos pueden regresar.

decir que es un retrato escrito de lo obtenido en las entrevistas y en la observación participante en forma de narrativa que le permite al estudiante realizar un proceso de análisis e interpretación de los hallazgos y comunicarlos.

Viñeta escrita por Magaly Piñera sobre Agustina:

En Huejutla, Hidalgo, nació Agustina, una mujer de 45 años cuya vida ha estado marcada por profundas conexiones y pérdidas familiares y un arraigado sentido de comunidad. Es una persona reservada, pero muy amable y siempre dispuesta a ayudar a los demás. Creció en un pequeño pueblo rural, rodeada de tradiciones y un estrecho vínculo con sus seres queridos. Sus padres, quienes solo hablaban náhuatl, le enseñaron desde pequeña a valorar la fe y la importancia de cuidar a los suyos.

Agustina tiene tres hermanos y dos hermanas, con quienes compartió una infancia llena de enseñanzas transmitidas de generación en generación, siempre marcadas por la religión católica y el amor por su tierra.

Hace diez años, migró a la Ciudad de México junto a su esposo y sus dos hijos en busca de una mejor vida y mayores oportunidades. Dejar su hogar y sobre todo a sus padres, fue una decisión difícil, ya que la distancia le trajo también una separación emocional.

A lo largo de su vida, Agustina ha vivido varias pérdidas que la han marcado profundamente. Cuando ella tenía sólo 17 años, su hermano menor murió en un accidente, y es un dolor que ella nunca superó. Más tarde, cuando fue madre, una de sus hijas gemelas falleció poco después de nacer, lo que le dejó una herida permanente hasta la fecha. Más recientemente, en los últimos años, ha enfrentado la pérdida de sus padres, lo que ha sido otro golpe fuerte para ella. Entre los hermanos surgieron culpas y tensiones, y tuvieron que cooperar para cubrir los gastos hospitalarios y funerarios, lo que también provocó distanciamiento entre ellos.

Toda su familia está enterrada en el campo santo de su comunidad, un lugar donde la conexión con

la tierra y la gente es profunda, pero después de haberse ido hace diez años, Agustina ya no se siente “bienvenida” en ese lugar. La comunidad, que antes la recibía con los brazos abiertos, ahora la ve de manera diferente.

A pesar de las tensiones familiares y el dolor que ha vivido, Agustina ha aprendido a hablar abiertamente sobre la muerte con sus hijos. Les ha dejado claro que, cuando llegue su momento, prefiere ser cremada. Ella cree que es una opción más sencilla, que evitaría que sus hijos se peleen o se enfrenten por temas complicados relacionados con el funeral. A través de todas sus experiencias, ha buscado encontrar paz, y ha hecho de la muerte un tema de conversación honesta y necesaria para que, al final, su familia no tenga que cargar con más sufrimiento.

Aunque Agustina no tenía conocimiento sobre las opciones ecológicas funerarias, recientemente ha mostrado interés en este tema y está



Figura 2. Formato Persona. Fuente: Diseño de Magaly Piñera Esquivel (2024)

dispuesta a considerar la posibilidad de aplicarlas en su propio caso. La idea de una alternativa más respetuosa con el medio ambiente le ha llamado la atención, y está abierta a explorar cómo podría incorporar estas opciones en el futuro, si la ocasión lo requiere.

Después de realizar la viñeta, se les pide que diseñen a la *persona*. Este término en diseño fue introducido por Alan Cooper (1999) como una herramienta para el diseño centrado en el usuario (*User-Centered Design*, *UCD*), para guiar las decisiones de diseño basadas en representaciones arquetípicas de los usuarios. Las *personas* se construyen a partir de observaciones etnográficas, entrevistas a profundidad, mapeo de comportamientos y análisis de datos.

Finalmente, con los hallazgos se desarrolló un trabajo de problematización con la mirada puesta en las intervenciones que el diseño puede hacer. Las alumnas profundizaron en la problemática ambiental que generan los métodos funerarios tradicionales y en la necesidad de transformarlos hacia alternativas más sostenibles. Este camino enfrenta desafíos culturales, emocionales y económicos. Identificaron que los métodos tradicionales tienen un impacto negativo en el medio ambiente.

Alternativas como ataúdes biodegradables, cementerios naturales y procesos más ecológicos ofrecen una solución viable, pero su adopción enfrenta obstáculos como la falta de información, los costos percibidos elevados y la resistencia cultural y religiosa. Esto llevó al

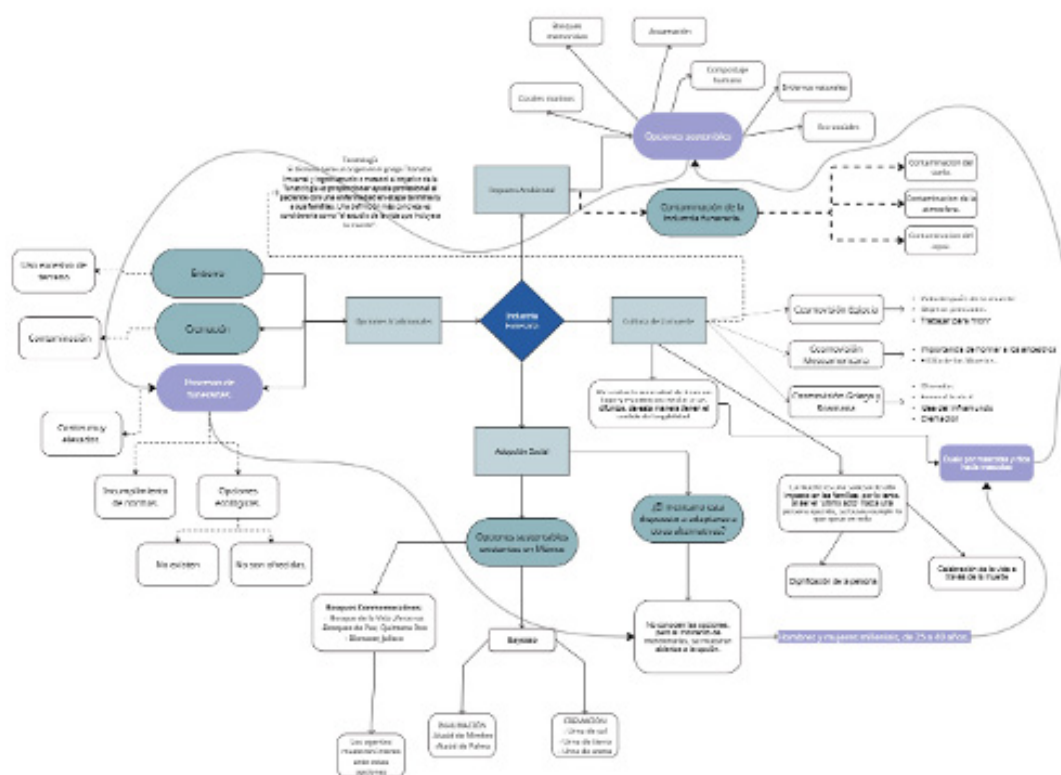


Figura 3. Mapa sistémico. Fuente: Diseño de Magaly Piñera Esquivel, I tzel Lomas Villanueva, Dulce Valeria García García y alumna anónima (2024).

equipo a reconocer la importancia, de concientizar y sensibilizar a la sociedad sobre estas opciones y diseñar estrategias inclusivas para facilitar su aceptación. Magaly, Itzel, Dulce y la alumna anónima concluyen que las prácticas funerarias pueden evolucionar hacia un modelo más sostenible sin perder su significado cultural y emocional.

Una vez obtenidos los hallazgos las alumnas realizaron un mapa sistémico, que les ayudó a entender la complejidad de la industria funeraria en México. Identificaron cómo las prácticas tradicionales, como el entierro y la cremación, generan contaminación ambiental, así como las cosmovisiones históricas han moldeado la necesidad de rituales tangibles para honrar a los difuntos.

Como ejercicio final, el equipo propuso escenarios posibles de intervención de diseño, para continuar en el seminario de investigación en diseño II, donde desarrollaron el proyecto final.

En seminario II, las alumnas se replantearon las propuestas que habían vislumbrado previamente. Ellas habían concluido el semestre anterior que necesitaban transformar a las opciones funerarias ya existentes hacia opciones más sostenibles. Pero los datos que habían recabado, sobre todo en la investigación cualitativa, les decían que las personas tenían muy arraigadas sus costumbres para enterrar a sus muertos, sería muy difícil cambiarlas. Por otro lado, existe una gran necesidad de compartir el duelo y de despedirse con algo tangible de sus seres queridos. La parte emocional, como ya se dijo, atravesaba todas las entrevistas.

Por ello idearon una estrategia de diseño integral que denominaron *Tangible*. Su objetivo general es: Crear una experiencia inmersiva y sensorial para acompañar el proceso del duelo en hombres y mujeres de 35 a 45 años en la Ciudad de México, informándolos a través de redes y *newsletters*. A través de ritos avalados por tanatólogos y un recorrido reflexivo, se pretende normalizar el hablar y abordar el tema de la muerte, ayudando a procesar la pérdida de un ser querido de manera abierta y natural.

Conclusiones de la aplicación de la investigación multidimensional para el diseño

Las alumnas trabajaron de manera colaborativa, dialógica y participativa en la primera parte del proceso de investigación (seminario I). El haberse acercado a los contextos de personas con bagajes socioculturales y económicos tan disímiles les permitió conocer otras realidades y ser más empáticas. Ellas partieron de supuestos muy diferentes a lo que se encontraron al hacer el proceso de investigación de campo, nos compartieron que después de realizar las entrevistas a profundidad fue cuando pudieron recabar datos importantes que de otra manera no hubieran obtenido.

Gracias a los métodos etnográficos las alumnas pudieron develar los significados y valores que las personas le otorgan a los objetos y los espacios, y pudieron imaginar escenarios no solo funcionales sino también de un alto impacto social y cultural, es decir, están abordando una visión multidimensional y sistémica dentro de sus investigaciones en las que todas y cada una de las acciones realizadas consideran el contexto, realidad y valores de las personas con las que se vincularon a través del diálogo.

En este sentido, diseñar es dialogar con las experiencias de las personas, reconocer sus historias, identidades y significados culturales. La investigación multidimensional para el diseño permite a los que diseñan observar, escuchar y comprender a profundidad, haciendo de su práctica un proceso ético, sensible y arraigado en la realidad. Ignorar estas dimensiones no solo limita el potencial del diseño, sino que también perpetúa prácticas que desvinculan a los objetos de las personas para las que están destinados. Por ello, integrar esta visión en el diseño no es solo una herramienta, sino un acto de responsabilidad profesional, política y social.

Para los fines de este texto y en busca de exponer la experiencia completa, a continuación se plantearán los desafíos a los que se enfrentaron nuestras alumnas en el desarrollo del proyecto en el seminario de investiga-

ción en diseño II y algunas de las oportunidades de mejora que se observan en el proceso y en la aplicación de esta propuesta.

Nuestro objetivo como docentes es que comprendan la posibilidad de diseñar de forma integral, situada, local, participativa y co-creativamente. Sin embargo, estos elementos no siempre estuvieron presentes en sus procesos de diseño, develando algunos retos para consolidar una práctica de diseño multidimensional y no solo orientada a la ejecución formal de entregables.

Se observó apertura y sensibilidad hacia las dimensiones emocionales de las personas, destacando la capacidad de las alumnas para identificar la relevancia de las emociones en los procesos de diseño centrado en las personas. Esto refleja una actitud empática aplicada al desarrollo del proyecto de diseño. Sin embargo, los procesos participativos y de co-creación no se logran implementar completamente, pero sienta las bases para que se integren en futuros proyectos.

Consideramos que esta falta de integración puede ser el resultado del tiempo que disponemos al semestre para realizar el trabajo con los grupos sociales. Lo que implica el reto para los docentes de desarrollar herramientas y dinámicas para propiciar que estos procesos se den de mejor manera.

Nos percatamos de la dificultad del estudiantado para articular saberes adquiridos a lo largo de su formación, lo que limita una comprensión integral del diseño. Será relevante que los docentes facilitemos procesos de reflexión que contribuyan a que el alumnado conecte conocimientos adquiridos previamente.

A pesar de los esfuerzos de las alumnas por trabajar de forma colaborativa, predomina una lógica de división de tareas. Aunque lograron una integración multidisciplinaria que se refleja en la propuesta estratégica de diseño, no se consiguió una verdadera articulación interdisciplinaria al momento de la ejecución de los prototipos. Ese es un reto que tenemos como docentes y que nos invita a plantearnos: ¿cómo involucrar

al estudiantado de distintos diseños para que trabajen conjuntamente? ¿Cómo lograr que trasciendan las fronteras que la misma disciplina y la institución educativa han impuesto?

Finalmente, se reafirma que investigar para el diseño implica transitar caminos no lineales, asumir decisiones con responsabilidad y cuestionar constantemente los supuestos. Este carácter recursivo y abierto del proceso investigativo debe ser enfatizado como una competencia clave en la formación de futuros diseñadores.

Intersecciones finales

En el presente texto, se expone un ejemplo de cómo el diseño puede integrarse con los métodos etnográficos y con una visión sistémica y compleja para generar investigación que permita el conocimiento profundo y verdaderamente empático de las personas con la finalidad de gestar escenarios de diseño más significativos y transformadores.

En este sentido, el potencial creador que se muestra con el presente trabajo es posible dimensionarlo al momento de destacar los siguientes puntos clave:

La relevancia de la investigación local y (multi)situada resulta fundamental en el diseño desde y para los contextos locales, como plantean Silvia Citro (2023) y Mari Luz Esteban (2011) quienes destacan la importancia de las subjetividades, las emociones y el involucramiento ético-político en los procesos que se dan en el campo.

Este enfoque garantiza que se responda a realidades sociales, culturales y económicas de grupos sociales para que se trabaje un diseño centrado en las personas. Las metodologías etnográficas posibilitan la comprensión profunda de ellas, ayudando al diseñador al entendimiento de lo que piensan, sienten, dicen y hacen, promoviendo así una práctica más ética y responsable.

En el caso del proyecto presentado en este texto, las alumnas expresaron la importancia de constatar las costumbres arraigadas que los agentes tienen en torno a la experiencia de los rituales funerarios, lo cual fue posible gracias a esta perspectiva local y (multi)situada.

Se destaca la importancia de la interdisciplinariedad como base del diseño contemporáneo. Esto se puede evidenciar no en la posibilidad que este ejemplo muestra al integrar el trabajo de los diversos diseños (industrial, gráfico, multimedia y moda) sino en la necesidad de propiciar las intersecciones entre disciplinas.

En este caso, de manera concreta, la relación que se establece entre la etnografía y el diseño y que amplían las posibilidades de trabajo del diseñador, despliega un abanico de oportunidades profesionales y que se pueden materializar en diseño e innovación social.

De esta intersección surge el enfoque de investigación multidimensional para el diseño y que facilita la creación de intervenciones de diseño integrales que dan respuesta a problemáticas complejas. El reto es trascender las fronteras disciplinares del diseño y propiciar condiciones para que las disciplinas se encuentren, dialoguen y se transformen mutuamente.

Este enfoque invita al que diseña a complejizar su práctica, es decir, a entender que el diseño no solamente da respuesta a necesidades funcionales o estéticas, sino, desde una postura más ética y transformadora a reformular problemáticas ya existentes y crear intervenciones multidimensionales y complejas que integren lo material, lo simbólico, lo afectivo y lo relacional. Es decir, se invita a que el que diseña visibilice dimensiones ocultas, tensiones estructurales o necesidades no explícitas de las personas o contextos.

Desde esta perspectiva, el diseño trasciende, se transforma y le permite a quien diseña a ser más crítico y a cuestionar supuestos, a plantear preguntas para generar intervenciones que actúan en múltiples niveles: simbólicos, materiales, emocionales, sociales, tecnológicos, políticos y ecológicos.

Como Arturo Escobar (2018) argumenta, el diseño debe ser decolonizado y reimaginado “como herramienta para la transición hacia el pluriverso”, donde múltiples maneras de conocer, ser y diseñar coexisten. Una vez más, este acercamiento es un llamado para el que diseña se convierta en un facilitador de la transformación.

La investigación no es solamente una parte del proceso de diseño, sino una forma de conocer el mundo y de ser y estar en él. Quien diseña no investiga únicamente para intervenir o resolver, sino para aprender a habitar el proceso, para *meter el cuerpo* (Esteban, 2011, Citro, 2009): escuchar, reflexionar, observar, experimentar con todos los sentidos para modificar su postura y su ser y estar en el mundo en función del encuentro con los otros.

La investigación no debe entenderse como una fase previa del proceso, sino como ya se ha mencionado anteriormente, desde una visión multidimensional, como una forma de conocer, de involucrarse y de habitar el mundo. Implica comprometer la subjetividad y la corporalidad en la construcción del conocimiento a través de la experiencia, la sensibilidad y la reflexividad de quien diseña. Este tipo de investigación no solo puede generar proyectos de diseño, sino que transforma al que investiga y diseña a partir del encuentro con otros saberes, cuerpos y realidades.

Esta propuesta fomenta una práctica reflexiva, que, a través de conectar al estudiantado con problemáticas reales, les permite desarrollar habilidades de investigación y colaboración en donde las personas se convierten en agentes activos del proceso de diseño. Esto permite que el estudiantado tenga acceso a espacios para generar propuestas más significativas, asumiéndose como agentes de cambio, contribuyendo a fomentar una transformación social.

Mediante el registro y documentación de estas experiencias es posible contribuir a la reflexión-formación en el que tanto los procesos de investigación como los de diseño, se orienten a la búsqueda de intervencio-

nes a problemas centrados en las personas, ya que éstas son quienes los viven y experimentan en sus propios cuerpos y que de manera directa las afectan y las confrontan.

Por ello, la acción social del diseño debe estar orientada a entablar diálogos respetuosos y contextualizados con los diversos grupos sociales, y es, justamente mediante este ejercicio de interpretación, reflexión y colaboración que la práctica del diseño se torna socialmente responsable, política y éticamente pertinente, en beneficio de las personas.

Referencias

- Buchanan, R. (2001). Design research and the new learning. *Design Issues*, 17(4), 3–23. <https://doi.org/10.1162/07479360152681056>
- Blomber, J. y Karasti, H. (2012). Ethnography: Positioning ethnography within participatory design. En J. Simonsen y Robertson (Eds.), *Routledge International Handbook of Participatory Design* (pp. 86-116). Routledge.
- Bonilla, E. y Martí, S.A. (2020). Etnografía aplicada al diseño industrial. *Actas de Diseño*. Vol. 31, 61-66.
- Citro, S. (2009). *Cuerpos significantes. Travesías de una etnografía dialéctica*. Biblos.
- Citro, S. (2011). *Cuerpos, emociones y sociedad. El cuerpo en las ciencias sociales latinoamericanas*. Ediciones del Signo.
- Citro, S. (2014). *Cuerpos significantes: Nuevas travesías dialécticas*. Corpo-grafías. Universidad Distrital Francisco José Caldas. <https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/44809>
- Citro, S. (2016). *Cuerpos en contacto: Etnografías desde América Latina*. Editorial Antropofagia.
- Citro, S. (2023). Cuerpos, emociones y sociabilidad en la investigación etnográfica: Abordaje desde el campo de la antropología de los sentidos y las emociones. *Papeles de Trabajo*, 48(1), 123-145.
- Cooper, A. (2004). *The inmates are running the asylum: Why high-tech products drive us crazy and how to restore the sanity* (2 a. Ed.). Sams Publishing.
- Cortés-López, E. M. (2020) La investigación etnográfica en diseño. *Revista Legado de Arquitectura y Diseño*, 15(28). Universidad Autónoma del Estado de México
- Cross, N. (2025). *Designrly ways of knowing and thinking* (segunda edición). Springer. <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&scope=site&db=nlebk&db=nlabk&AN=4074108>
- Frayling, C. (1993). *Research in art and design*. Royal College of Art.
- Delgado, C. T., Beltrán, E. M., Ballesteros, M. & Salcedo, J. P. (2015). La investigación-creación como escenario de convergencia entre modos de generación de conocimiento. *Iconofacto*, 11(17), 10–28. <https://doi.org/10.18566/iconofac.v11n17.a01>
- Escobar, A. (2018). *Designs for the pluriverse: Radical interdependence, autonomy, and the making of worlds*. Duke University Press.
- Espósito, G. (2021). Viñeta: Archivos y prácticas escriturarias como objetos de investigación etnográfica. Experiencias y reflexiones. En Cunill, C., Estruch, D. y Ramos M. A. (Eds.), *Actores, redes y prácticas dialógicas en la construcción y uso de los archivos en América Latina (Siglos XVI-XXI)* (47-52). Universidad Nacional Autónoma de México.
- Esteban, M.L. (2011). *Antropología del cuerpo: género, itinerarios corporales, identidad y cambio*. Ediciones Bellaterra.
- Fourez, G. (1994). *La construcción del conocimiento científico*. Narcea.
- García Canclini, N. (2024). *Culturas híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Paidós.
- Guber, R. (2011). *La etnografía: método, campo y flexividad*. Siglo XXI Editores.
- Hammersley, M. y Atkinson, P. (2019). *Ethnography: Principles in Practice* (4ª edición). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315146027>
- Juez, F. M (2015). Transdisciplina y complejidad en el diseño. [Manuscrito no publicado]. <https://fmj2016.files.wordpress.com/2016/10/guin-clase-transdisciplina-y-complejidad-en-el-diseo-junio-2015.pdf>
- Lawson, B. (2005). *How designers think: The design process demystified* (4ª edición). Architectural Press.
- López, G. A., López, R. y Mollenhauer, K. (2019). Etno-diseño. Modelo de diseño desde la perspectiva etnográfica y su aporte a la formación en diseño. *I + Diseño. Revista Internacional de Innovación, Investigación y Desarrollo en Diseño*, 15(2020), 23-40. <https://doi.org/10.24310/ldisenio.2020.v15i0.9574>

- Margolin, V. (2005). *Las políticas de lo artificial*. Editorial Designio.
- Manzini, E. (2016). *Cuando todos diseñan: Una introducción al diseño para la innovación social*. Experimenta libros.
- Marcus, G. E. (1995). Ethnography in/of the world system: The emergence of multi-sited ethnography. *Annual Review of Anthropology*, 24(1), 95–117. <https://doi.org/10.1146/annurev.an.24.100195.000523>
- Morin, E. (2015). *Introducción al pensamiento complejo* (12ª edición). Gedisa.
- Morin, E. (2001). *La cabeza bien puesta: Repensar la reforma-reformar el pensamiento*. Nueva Visión.
- Nicolescu, B. (1996). *La transdisciplinariedad: Manifiesto*. Multiversidad Mundo Real Edgar Morin, A.C.
- Papanek, V. (2023). *Diseñar para un mundo real: Ecología humana y cambio social*. Editorial Octaedro.
- Sánchez, C. (2016). *Diseño y sistemas: El diseño como estrategia para el desarrollo sostenible* [Tesis doctoral]. Universidad Complutense de Madrid. <https://docta.ucm.es/entities/publication/59996cd4-c0a0-40b8-86a0-816ac70a4a27>
- Sanders, E. B.-N., & Stappers, P. J. (2014). Probes, toolkits and prototypes: Three approaches to making in codesigning. *CoDesign*, 10(1), 5–14. <https://doi.org/10.1080/15710882.2014.888183>
- Schön, D. A., y Bayo, J. (1998). *El profesional reflexivo: cómo piensan los profesionales cuando actúan*. Paidós.
- Tassinari, V., y Manzini, E. (2021). *Design for social innovation: Building a framework for change*. MIT Press.

Planeación urbana y aptitud territorial mediante el Sistema Urbano de Cuenca (SUC) en la ZM de Villahermosa

Urban planning and territorial suitability through the Urban Basin System (SUC) in the Villahermosa Municipality

Dr. Leonardo Daniel Rodríguez Hernández

Universidad Veracruzana

leonarodriguez@uv.mx

ORCID: 0000-0001-9214-3225

Dr. Pedro Martínez Olivarez

Universidad Veracruzana

pemartinez@uv.mx

ORCID: 0000-0003-4629-4975

Mtro. Maximiliano Bautista Camacho

Mota-Engil México

argmaximilianobautista@gmail.com

Aceptado: 2/05/2025 **Publicado:** 27/09/2025

* Como citar este artículo / *How to cite this article:* Rodríguez H., L.; Martínez O., P.; Bautista C., M. (2025). Planeación urbana y aptitud territorial mediante el Sistema Urbano de Cuenca (SUC) en la ZM de Villahermosa. *un año de diseñarte, mm1*, (27) 128-143.

Resumen

La aplicación de modelos de planeación urbana relacionados con el uso y destino del suelo está generando impactos en las ciudades y en el territorio, sobre todo, porque en el caso de las ciudades asentadas en un Sistema Urbano de Cuenca (SUC), convendría transitar hacia la implementación de sistemas de planeación donde el uso del suelo para fines urbanos esté adecuado al sistema hídrico del sistema territorial. En este contexto, el presente texto identifica las zonas aptas y no aptas para el desarrollo urbano de la Zona Metropolitana de Villahermosa (ZMV) a partir del SUC como modelo no solo de escala municipal, sino regional de planeación. Con ello, es posible tipificar áreas de conservación natural y zonas para el desarrollo urbano de la ZMV dadas las condiciones de vulnerabilidad del sistema territorial por la presencia del sistema hídrico.

Palabras clave: Cuenca hidrológica, ciudades, desarrollo urbano, vulnerabilidad.

Introducción

Abstract

The application of urban planning models related to land use and destination is generating impacts on cities and the territory, especially because, in the case of cities located in an Urban Watershed System (SUC), it would be advisable to move toward the implementation of planning systems where land use for urban purposes is adapted to the territorial system's water system. In this context, this text identifies the suitable and unsuitable areas for urban development in the Villahermosa Metropolitan Area (ZMV), using the SUC as a planning model not only at the municipal level but also at the regional level. This makes it possible to classify natural conservation areas and zones for urban development in the ZMV, given the territorial system's vulnerability due to the presence of the water system.

Keywords: Hydrological Basin, Cities, Urban Development, Vulnerability.

Desde que los seres humanos decidieron vivir en conjunto fueron distribuyéndose y formando aglomeraciones humanas en diversos puntos geográficos, estos puntos conocidos en sus inicios como aldeas, y posteriormente como pueblos, villas, y ciudades, se desarrollaron en torno a las condiciones geográficas que el territorio les presentaba, así entonces, la geografía no solo determinó dónde se establecían los asentamientos, sino también la forma en que se organizaron y se construyeron, incluso cuando esta les era desfavorable. El resultado ha sido producto de la confluencia de diversos procesos que dan forma a un sistema que funciona de manera integral y en el cual están relacionados, entre otros aspectos, el medio físico natural, la economía, la tecnología y la organización social, dando como resultado un sistema que reconocemos como ciudad (Bautista Camacho, 2024; Unikel et al., 1978).

Como consecuencia de la conformación de este sistema que podríamos decir que es artificial de no ser porque en él se reproducen los asentamientos humanos, se desarrolla un proceso de constante urbanización que, al ir creciendo y sumando otros sistemas, es decir, ciudad más ciudad más otra ciudad, termina por constituir un modelo de agrupación denominado Zona Metropolitana (ZM), el cual, acoge personas en un área determinada y a sus actividades bajo un conjunto

de reglas y principios relacionados entre sí, (Sánchez García y Rocha Santos, 2011; Secretaría de Desarrollo Agrario Territorial y Urbano [SEDATU], 2018).

Al respecto, el ser humano se ha visto envuelto en un proceso de crecimiento demográfico, tecnológico y económico en estas ZM, lo que ha puesto de manifiesto el uso y consumo de energía y de recursos que se ha ido incrementando a lo largo del tiempo, llegando al punto de sobrepasar los límites ecológicos debido al aprovechamiento intensivo de esos recursos, siendo más evidente desde el siglo pasado, y cuyos efectos, se han sentido desestabilizando los diversos sistemas de soporte de la vida (Monroy-Ortiz, 2013; Olabe-Egaña, 2016; Zambrano, 2019).

De estos recursos, el suelo como atributo en el que se materializa el sistema es el que resulta en primera instancia regulable en el sentido urbano, de allí que a partir de su uso y destino se hayan concebido paradigmas de planeación donde el imperante a nivel municipal es el de la zonificación (Martínez, 2018). Infortunadamente, este modelo no garantiza la adecuación del sistema urbano al sistema territorial, sino que solo divide un área geográfica determinada para el desarrollo urbano en zonas de diferentes regulaciones en cuanto al uso y destino de un suelo que será edificable. Otro modelo a nivel estatal es el de ordenamiento del suelo con un enfoque ecológico regional, solo que en este caso, sus impactos se minimizan al tener el municipio facultades constitucionales para determinar lo que sucede en su territorio (Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos [Const.], 1917 art. 115).

En este sentido, el diseño de lo que será urbano ha tomado una postura determinista, donde el medio ambiente físico limita el comportamiento del ser humano (Rapoport, 1978), siendo que, hoy en día, la conformación de las ciudades en particular de las ZM debe de ser concebida como un sistema que ha de propiciar una gran cantidad de interrelaciones humanas donde el medio natural influya en la estructura y organización del espacio urbano pero sobre todo del territorio (Rangel Mora, 2009).

Así entonces, dada la degradación ambiental y la prevalencia de modelos de planeación de zonificación, los tres niveles de gobierno, federal, estatal y municipal, tienen una alta contribución en el debate sobre la forma en la que se ha materializado el sistema urbano donde, el sistema territorial y el sistema hídrico han sido separados en dos caminos totalmente divergentes (Bautista Camacho, 2024). Sobre el punto anterior, podemos decir que el accionar institucional y sus vacíos son un factor por tomarse en cuenta para lograr encaminar acciones orientadas al desarrollo de los sistemas urbanos desde la planeación territorial, de manera tal, que las ciudades y en especial las ZM se constituyan en un sistema urbano apto para el desarrollo humano (Bautista Camacho, 2024).

Para lograrlo, es necesario, entre otros aspectos, el desarrollo, consecución y aplicación correcta de políticas de planeación relacionadas no solo con el uso y destino del suelo, sino también con el ordenamiento territorial y su relación con el medio ambiente, esto, por ejemplo, para reducir la pérdida de servicios ambientales hidrológicos en las ciudades (Rodríguez-Hernández et al., 2020) o disminuir los niveles de riesgo, de exposición y de vulnerabilidad de las poblaciones ante fenómenos hidrometeorológicos por efecto del cambio climático (Pérez Palmeros et al., 2023; Rodríguez-Hernández et al., 2020, 2024).

Por consiguiente, es objeto de este manuscrito identificar las zonas aptas y no aptas para el desarrollo urbano de la Zona Metropolitana de Villahermosa (ZMV) a partir del Sistema Urbano de Cuenca y su dinámica hídrica como modelo regional de planeación en esta ZMV, con base en sus características físico-espaciales y ambientales, partiendo de la contextualización de la planeación y desarrollo del sistema urbano en México para transitar hacia un modelo más integral.

Se ha seleccionado la ZMV por ser es un referente geográfico en la Cuenca del río Grijalva debido a su ubicación en la parte baja de la misma, lo que la hace altamente vulnerable frente al sistema hídrico. Por otra parte, se selecciona al Sistema Urbano de Cuenca

como categoría al ser necesario referir geográficamente la suma de los sistemas urbanos agrupados y su influencia en la gestión de los recursos hídricos, es decir, no podría explicarse, comprenderse, ni buscar soluciones para un sistema aislado siendo que el territorio en una cuenca con sus fenómenos, sucesos y procesos recae en la agrupación y no en la unidad. Entonces, si las cuencas funcionan como una unidad territorial, los múltiples asentamientos humanos dispuestos en ella funcionan como un sistema, en este caso, la ZMV. En otras palabras, la ZMV más allá de un abordaje epistémico desde lo metropolitano, responde a un abordaje geográfico espacial.

Así entonces, esta investigación de carácter empírico y exploratoria, tomó como técnica principal el uso de Sistema de Información Geográfica para el análisis espacial y territorial tomando como base información de fuentes secundarias en escala geográfica, física e hídrica, así como de planes de ordenamiento vigentes en la ZMV hasta llegar a la definición y delimitación de las áreas aptas y no aptas para el desarrollo urbano de la ZMV bajo un modelo de aptitudes territoriales, lo anterior para fortalecer la planeación territorial de la ZMV que a nivel municipal, está fundamentada en la zonificación o de uso y destino del suelo y a nivel estatal en el ordenamiento del suelo desde la perspectiva ecológico regional. Posteriormente se incluye una descripción crítica sobre los hallazgos encontrados para finalmente hacer una reflexión final de lo presentado.

La planeación y desarrollo del sistema urbano en México

El sistema urbano, integrado por un conjunto de centros urbanos los cuales integran una región alrededor de un centro regional, tiene como base jerárquica una ciudad a partir del tamaño de la población, el área que cubre la zona urbana, así como la importancia política de ese centro, siendo entonces las ciudades el reflejo del desarrollo del país (Garrocho Rangel, 2012; Unikel et al., 1978). Al respecto, Garrocho Rangel (2012) menciona que:

Observar las ciudades de manera individual (fragmentada) es equivocado para diseñar políticas orientadas a definir la escala y la localización de bienes y servicios clave para el desarrollo. La perspectiva que se debe adoptar es una que permita observar de manera integral las redes de ciudades, porque esta perspectiva incluye la población vinculada funcionalmente con cada ciudad (p.170).

A la idea anterior, se suma la necesidad de modificar la dinámica de la estructura urbana para formar un sistema de redes, lo que permitirá encaminar el proceso de urbanización hacia un desarrollo urbano con énfasis en el manejo de las escalas regionales para un desarrollo más puntual e integral (Garrocho Rangel, 2012). En un sentido más disciplinario, el urbanismo se encarga de la organización del espacio físico construido y de sus habitantes asentados sobre el espacio natural geográfico, dándole una definición propia de la línea urbana (Bautista Camacho, 2024).

Por otra parte, Sánchez García y Rocha Santos (2011) explican que, bajo la visión del marco legal, el urbanismo consiste en la creación y aplicación de políticas de planeación orientadas a la ordenación de la ciudad donde éstas instruyen de qué forma, en qué tiempo y dónde, deben desarrollarse los asentamientos humanos siguiendo las técnicas e instrumentos establecidas para ello en el marco legal. De este modo, es que debe de incentivarse el desarrollo urbano en las ciudades sin olvidar que, para el caso el Estado mexicano, están bajo la regulación de los tres niveles de gobierno: federal, estatal y municipal (Bautista Camacho, 2024).

En este contexto y en consonancia con la idea de un sistema urbano a nivel regional, la planeación urbana en México ha recalado en cuanto al crecimiento urbano principalmente a nivel municipal al tener como soporte el artículo 115 constitucional que trata sobre el municipio libre, por lo que a nivel estatal y federal más que preocuparse por la dinámica de ocupación del suelo, aun cuando se trazan directrices de ordenamiento desde estos ámbitos, a nivel regional se privilegia el enfoque economicista.

De allí que durante décadas las políticas encaminadas a la planeación y el desarrollo urbano del país sean en gran parte muestra de la falta de coordinación entre los diferentes niveles de gobierno, siendo hasta principios del nuevo siglo que se inicia un proceso de replanteamiento del paradigma conceptual municipal en el cual se sustentan las políticas de desarrollo urbano en su concepción más amplia. Así, en 2003, la Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL), el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) y el Consejo Nacional de Población (CONAPO) (2004), se encargaron de formular una delimitación de Zonas Metropolitanas entre ellas, la ZMV, delimitación que hasta el día de hoy se sigue actualizando. Por lo tanto, tratándose de un proceso vigente, inmerso en un contexto socio natural muy cambiante, se plantearían nuevos retos y oportunidades para analizar la forma en que se realizaban las políticas de planeación urbana basadas no solo a escala municipal, sino metropolitana (Bautista Camacho, 2024).

Por ende, es de suma importancia revisar las condicionantes naturales para poder planificar la ocupación del territorio de una forma más integral. Así entonces, la visión holística del pensamiento urbano en las últimas décadas ha llevado a la reflexión sobre el proceso de urbanización y su relación con el territorio como una unidad compleja de subsistemas que interactúan entre sí (Rangel Mora, 2007). De ahí también la importancia de la incorporación de los ejes ambientales urbanos en la definición de las ciudades, sobre todo cuando estos pueden ser "linealidades naturales o naturalizadas que por sus características morfológicas pueden llegar a ser estructuras fundamentales de la ciudad" (Rangel Mora, 2007, p.2), siendo el caso del sistema urbano de cuenca en la planeación de la ZMV.

El sistema urbano de cuenca en la planeación de la ZMV

De acuerdo con Monroy-Ortiz (2013), el Sistema Urbano de Cuenca (SUC):

Es la mejor forma de delimitar territorialmente una escala de análisis e instrumentación y se

integra con la aglomeración humana total localizada dentro de cada cuenca, incluyendo áreas urbanas consolidadas, poblaciones de menores dimensiones y el territorio no urbano (agrícola y forestal); en otras palabras, se considera una sola unidad territorial campo-ciudad, pero bajo los límites ambientalmente funcionales de la cuenca (p.155).

Así, teniendo como elemento principal de la territorialidad el eje hidrográfico, articulado a una dimensión ecológica y social, es imperante que el estudio hídrico como variable estratégica de gestión y de integración se convierte en una escala de análisis que busca articular políticas que ayuden a contrarrestar los efectos negativos de la ocupación insostenible del territorio, siendo el estrés hídrico y la inundaciones dos de los efectos más significativos y representativos del SUC, conceptos ligados al manejo y gestión integrada de recursos hídricos (Bautista Camacho, 2024).

Al respecto, a nivel de cuencas, existen inundaciones por escurrimientos superficiales de agua (ríos) las cuales suelen ocurrir en zonas urbanas por dos formas, la primera es por la red de cauces que atraviesa la ciudad procedente de las zonas altas, y la segunda se da en el caso de las ciudades que se ubican en una planicie de inundación, con lo cual se comprueba que tanto a nivel nacional y mundial los daños ocasionados por las inundaciones siguen creciendo y que nuevos problemas aparecen a un ritmo superior, siendo no exclusivo de los países subdesarrollados (Campos Aranda, 2010; Panel Intergubernamental de Expertos en Cambio Climático [IPCC], 2014).

Ante esta situación, es totalmente justificado lo que se está haciendo desde las últimas décadas para evitar las inundaciones, es decir, considerar no sólo medidas estructurales sino también de gestión o manejo, las cuales, consisten básicamente en la regulación (prohibición y limitación) del uso del terreno en las zonas o áreas inundables, es decir, implementar medidas de adaptación (Bautista Camacho, 2014; IPCC, 2014).

Por consiguiente, con el análisis del SUC es posible construir una unidad territorial basada en la estructura

funcional de la cuenca hidrológica, permitiendo un desarrollo urbano acorde a las características medioambientales de las ciudades (Monroy-Ortiz, 2013). Para ello, se tiene una delimitación de cuencas en México que tiene, para el caso de los SUC un conjunto de centros urbanos que integran una región alrededor de un centro particular, las ZM como referentes geográficos, y donde, la ZMV es parte de esta cartografía hídrica (véase Figura 1). Dichos SUC, además, se encuentran

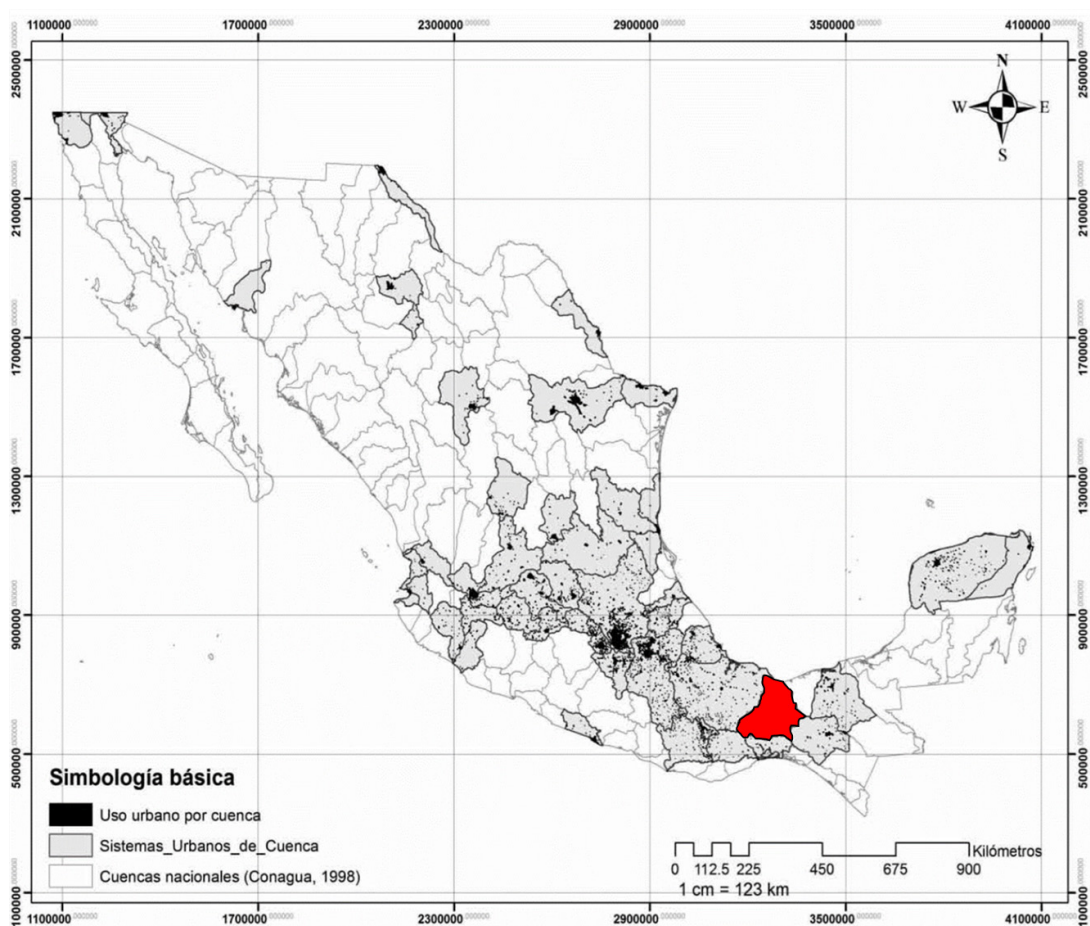


Figura 1. Sistemas urbanos de cuenca en México. Fuente: adaptado de Monroy-Ortiz, 2013 p. 160.

En color rojo se muestra el SUC del Río Grijalva-Villa Hermosa donde se ubica la ZMV

Componente	Factor	Indicadores
Hídrico	Ríos	Fragmentación
		Regulación de flujos
		Sedimentación
		Retención de nutrientes
	Humedales	Pérdida de humedales
	Escala de cuenca	Cambio de usos de suelo agrícola, urbano e industrial
Territorial	Aglomeraciones humanas	Áreas urbanas consolidadas
		Poblaciones de menores dimensiones
		Territorio no urbano (agrícola y comercial)

Tabla 1. Componentes, factores e indicadores del sistema urbano de cuenca
Fuente: elaboración propia a partir de Monroy-Ortiz, 2013.

integrados por factores que afectan tanto al sistema hídrico como al sistema territorial (véase Tabla 1), son finalmente estos factores los que, a partir de sus indicadores, se constituyen metodológicamente, en categorías de análisis espaciales.

Área de estudio

La Zona Metropolitana Villahermosa (ZMV) es la única Zona Metropolitana del estado de Tabasco, cuenta con una superficie de 2,253.10 kilómetros cuadrados (225,310 hectáreas). En ella se ubica el Municipio de Centro, que como su nombre lo indica, es el centro alrededor del cual se integran un conjunto de localidades tanto rurales como urbanas y que tienen en Villahermosa su centro regional, de allí que sea la capital del estado y cuyo crecimiento físico, ha desbordado

el límite municipal para expandirse sobre el municipio vecino de Nacajuca, son estos dos municipios, Centro y Nacajuca los que conforman la ZMV la cual cuenta con una población de 833,907 habitantes (Secretaría de Desarrollo Agrario Territorial y Urbano et al., 2024)

Por otra parte, la morfología de la ZMV, y en particular la de la ciudad de Villahermosa, como en toda urbe, se ha ido adaptando a las condiciones del medio natural solo que este tiene la particularidad de que en él existen ríos y cuerpos lagunares de alta preponderancia que han ido fragmentando el continuo urbano, siendo muchos de ellos sujetos a alteraciones antrópicas como el rellenado y, que ha configurado, una nueva dinámica del paisaje natural debido a la modificación del cauce natural de los escurrimientos y zonas húmedas a través de “los rompidos” (Bautista Camacho, 2024) (véase Figura 2).

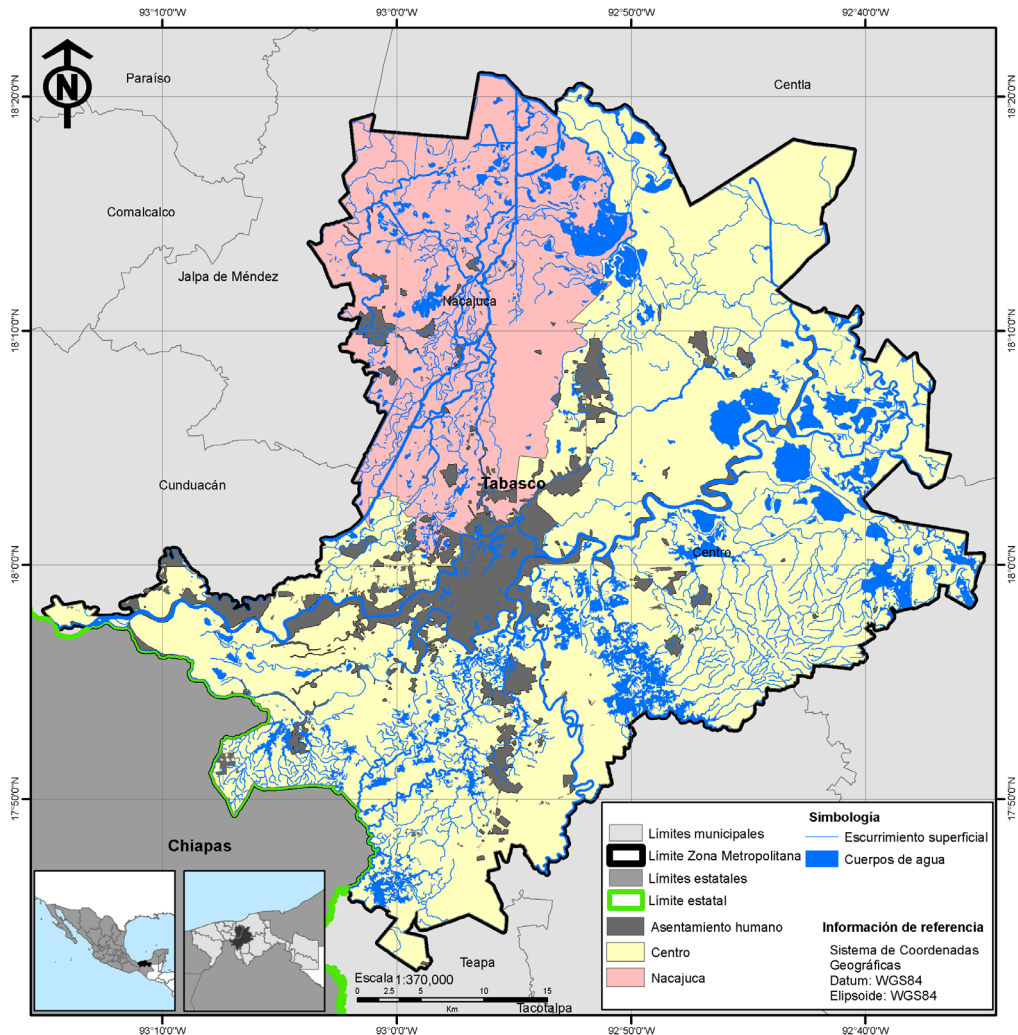


Figura 2. Ubicación de la Zona Metropolitana de Villahermosa. Fuente: Elaboración propia con ArcMap10.6 (Environmental Systems Research Institute, 2015).

Análisis espacial del Sistema Urbano de Cuenca de la Zona Metropolitana de Villahermosa

Para llevar a cabo la caracterización del SUC en la ZMV, como primer paso se realizó un análisis cartográfico del relieve y de los componentes y factores que condicionan la hidro geografía del sitio para la planeación desde la perspectiva del SUC. Posterior a ello, se analizó el marco institucional que regula el

desarrollo urbano en la ZMV con un alcance exploratorio-descriptivo, incluido un análisis de vulnerabilidad y riesgo por inundación. En esta segunda fase, fue posible identificar las políticas de planeación existentes para el SUC de la ZMV. Finalmente, se conjuntaron las dos perspectivas y con apoyo de ArcMap10.6 (ESRI, 2015) se obtuvo una caracterización cartográfica que permitió la tipificación de zonas aptas y no aptas para el desarrollo urbano en la ZMV y la definición de áreas de conservación natural (véase Figura 3).

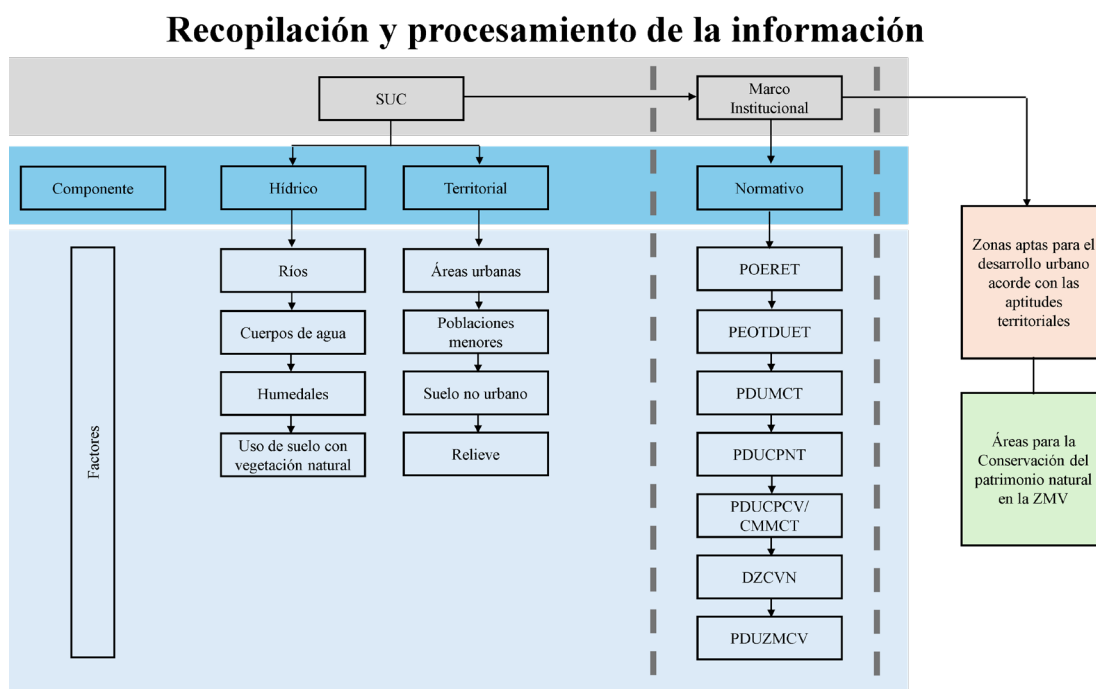


Figura 3. Recopilación y procesamiento de la información cartográfica. Fuente: Elaboración propia.

- **POERET.** Programa de Ordenamiento Ecológico Regional del estado de Tabasco
- **PEOTDUET.** Programa Estatal de Ordenamiento Territorial y Desarrollo Urbano del Estado de Tabasco
- **PDUMCT.** Programa de Desarrollo Urbano Municipal del municipio de Centro, Tabasco.
- **PDUCPNT.** Programa de Desarrollo Urbano del Centro de Población de Nacajuca, Tabasco
- **PDUCPCV/CMMCT.** Programa de Desarrollo Urbano del Centro de Población de la Ciudad de Villahermosa y Centros Metropolitanos del Municipio de Centro, Tabasco 2008- 2030
- **DZCVN.** Declaratoria Zona Conurbada Villahermosa-Nacajuca 2006
- **PDUZMCV.** Programa de Desarrollo Urbano de la Zona Metropolitana de la Ciudad de Villahermosa (ZMV)

Naturaleza hídrica de la ZMV

La cartografía resultante del análisis espacial a través de SIG, considerando el componente hídrico, territorial y normativo, indica que, de acuerdo con las condiciones ecológicas e hídricas de la ZMV, las zonas aptas para el desarrollo urbano en la región, sin contabilizar cuerpos de agua, se encuentran a partir de los 8.5 m.s.n.m, por lo que de las 227,480 hectáreas de superficie total, 64,126 hectáreas presentan atributos de aptitud para urbanización, lo que representa el 28.18% de la superficie total, en donde el municipio

de Centro cuenta con una superficie apta mayor para la urbanización que Nacajuca (33.88% y 10.04%, respectivamente), (véase Figura 4).

Tomando en cuenta lo anterior y el sistema de planeación urbano de la ciudad de Villahermosa en unidades territoriales denominadas Distritos, la ciudad presenta condiciones para el desarrollo urbano en solo el 39.78% de su superficie (10,154.10 ha). A pesar de lo anterior, existen asentamientos humanos que se encuentran en terrenos no aptos (véase Figura 5).

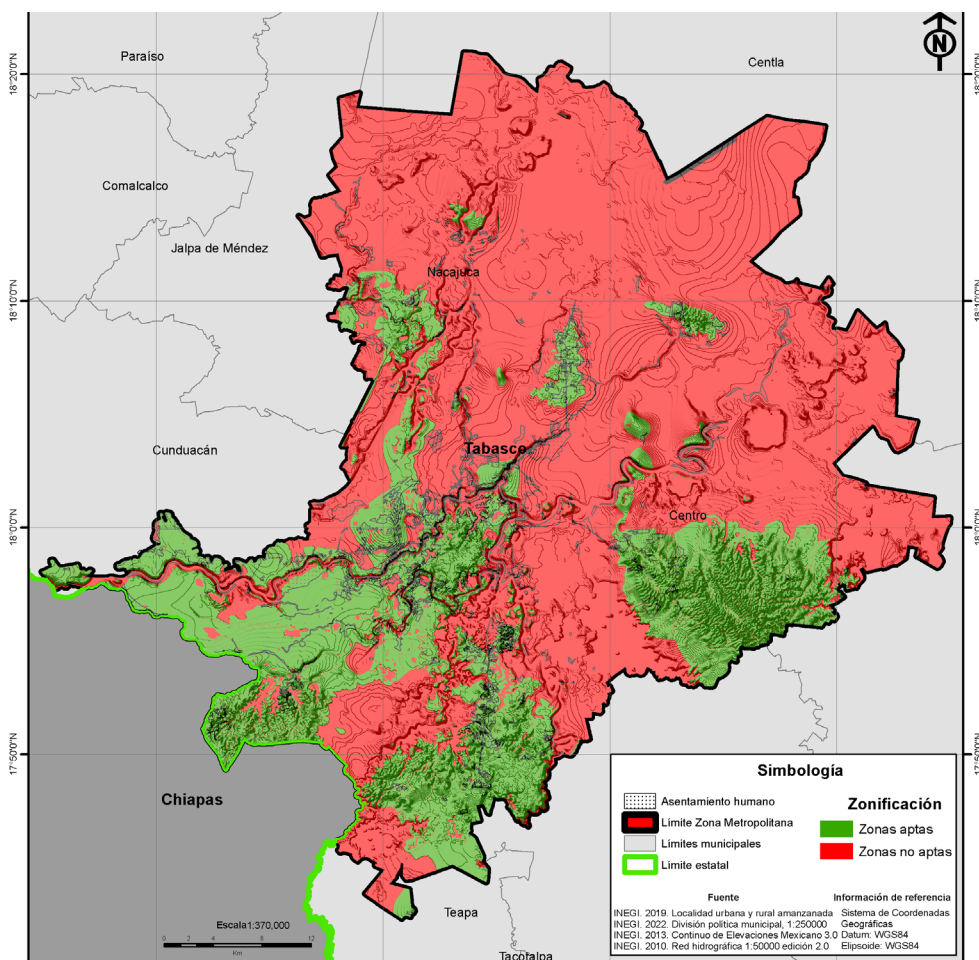


Figura 4. Zonificación para el desarrollo urbano de la ZMV. Fuente: Elaboración propia con ArcMap10.6 (ESRI, 2015).

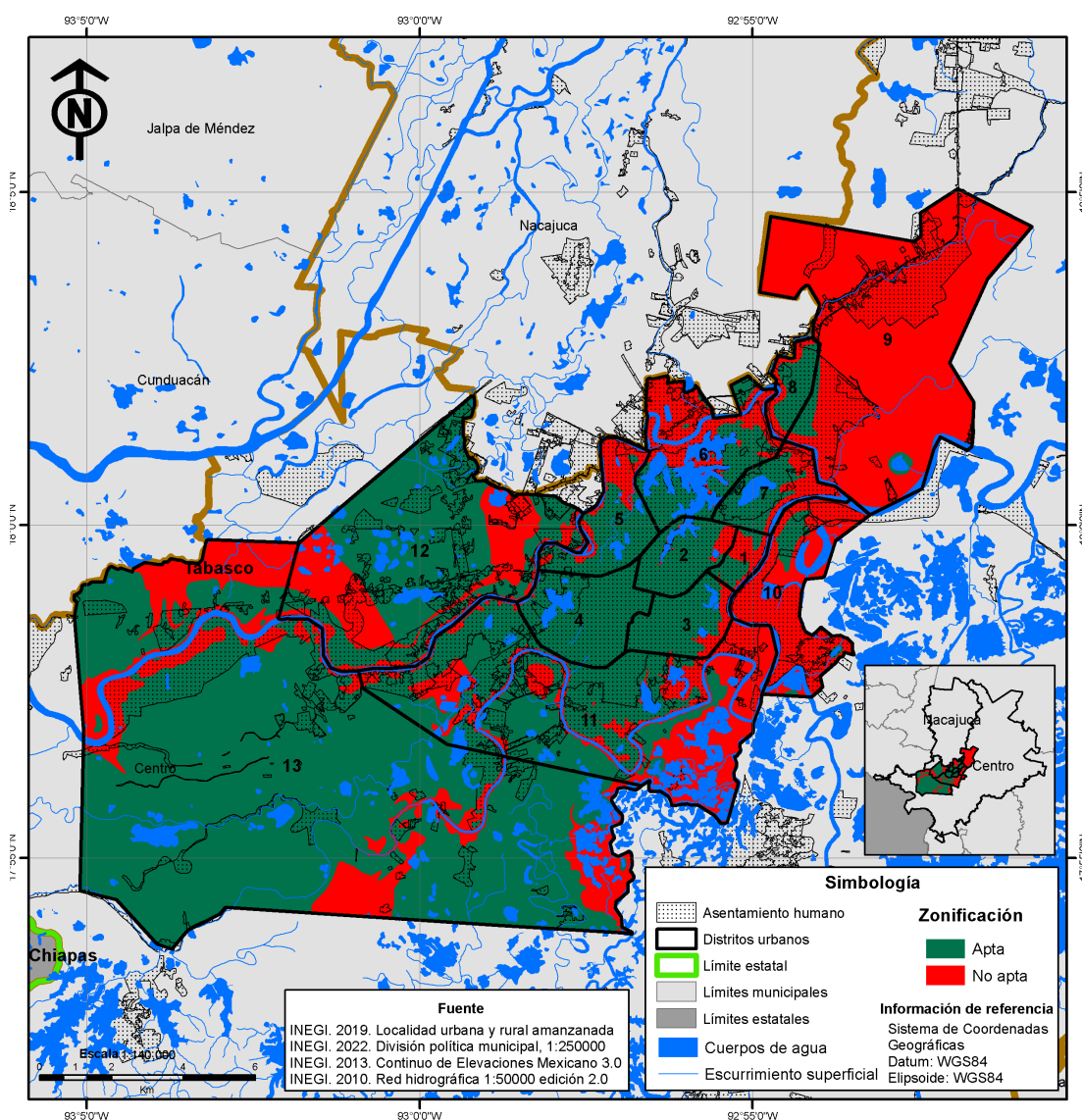


Figura 5. Zonificación para el desarrollo urbano en los distritos urbanos en la ciudad de Villahermosa, Tabasco. Fuente: Elaboración propia con ArcMap10.6 (ESRI, 2015).

Distritos urbanos: 1. Centro Urbano; 2. La Venta; 3. Ciudad Deportiva; 4. Atasta- Tamulté; 5. Tabasco 2000; 6. Laguna de las Ilusiones; 7. Casa Blanca; 8. Ciudad Industrial; 9. Zona Habitacional Cd Industrial; 10. Las Gaviotas; 11. Reserva Sur; 12. Loma de Caballo; 13. Cárdenas.

Por otro lado, considerando lo establecido en el artículo 3, fracción XLVII, de la Ley de Aguas Nacionales (Ley de Aguas Nacionales, 1992), el desarrollo urbano debe respetar la Ribera o Zona Federal, por lo que no es posible establecer ningún tipo de desarrollo sobre este margen. Adicionalmente, al tomar en cuenta las sub políticas establecidas en el POERET, la superficie territorial se reduce todavía más considerando las aptitudes sectoriales incompatibles en cada una de las Unidades de Gestión Ambiental (UGA's), dando como

resultado una superficie total de 64,126 ha. Sobre lo anterior, cabe destacar que la ZMV requiere del establecimiento de áreas de protección de los servicios ambientales, esto no solo por la presencia de ecosistemas relevantes para el sitio y su biodiversidad, sino porque es posible identificar áreas de riesgo máximo por inundación dada la red hidrológica, siendo necesario destinar una superficie de 114,714 ha para la conservación del patrimonio natural, esto es el 51% de la superficie territorial de la ZMV (Véase Figura 6).

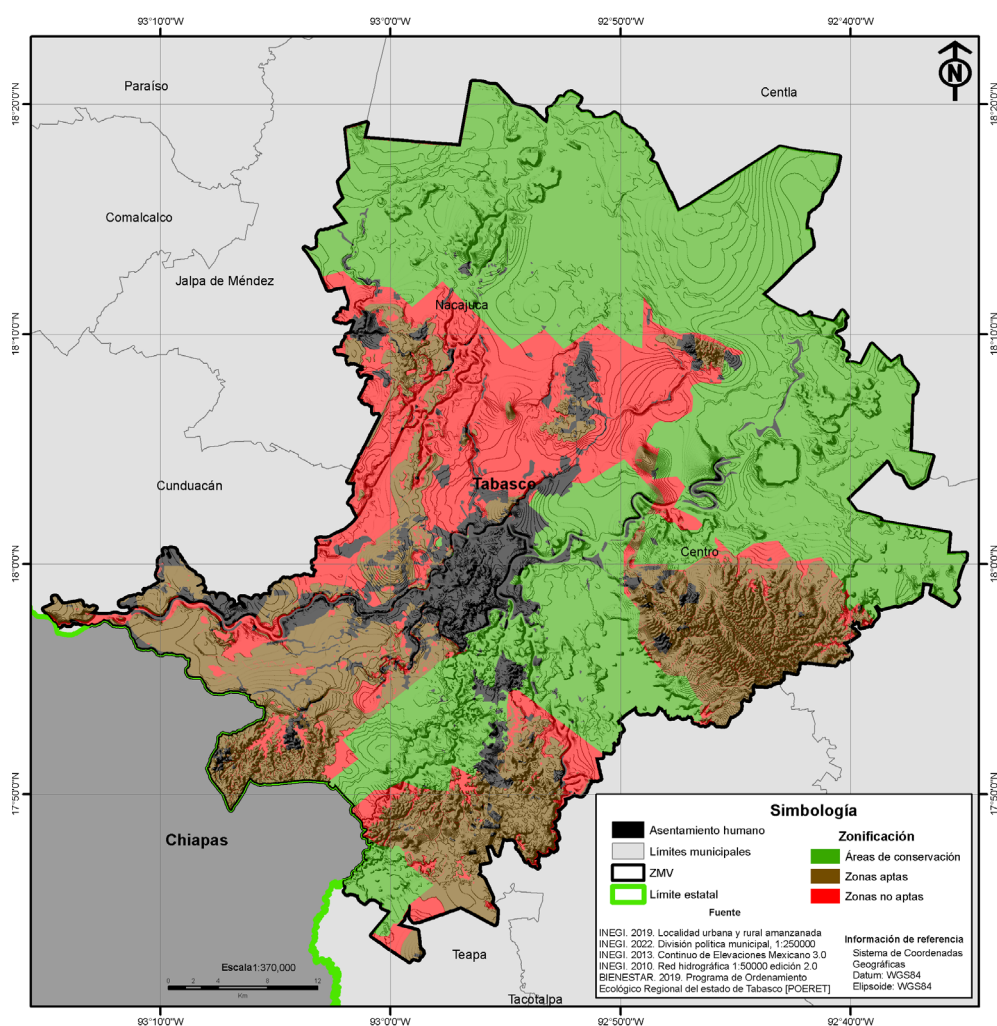


Figura 6. Zonas aptas para el desarrollo urbano y zonas de conservación del patrimonio natural en la ZMV.
Fuente: Elaboración propia con ArcMap10.6 (ESRI, 2015).

Hasta este punto, es posible observar cómo en la ZMV, y en particular en la ciudad de Villahermosa, se debe condicionar el proceso de urbanización a los distintos ordenamientos en materia territorial dadas las variantes naturales e hidrológicas, donde gran parte de los asentamientos se encuentran ubicados en zonas con efecto de crecidas de ríos como consecuencia directa por la presencia de lluvias frecuentes, invadiendo y habitando las partes bajas y los márgenes o zonas federales de los cuerpos lacustres, lo que provoca que la zona urbanizada esté propensa a desastres naturales ocasionados principalmente por inundaciones (Bautista Camacho, 2024). De hecho, de continuar con la tendencia de crecimiento vigente, se requerirán de bordos altos y costosos para proteger a la población asentada en estas áreas, incrementándose el riesgo de desastre.

Al respecto, es necesario considerar periodos de retorno de al menos 100 años para inundaciones, con el fin de identificar las áreas que sean aptas para los asentamientos humanos o bien para el diseño de estrategias de adaptación aplicables a las localidades que surjan como resultado un análisis más profundo (IPCC, 2014).

Aunado a lo anterior, es necesario que se establezcan las áreas de conservación que permitan, tal y como lo plantea el POERET (Secretaría de Bienestar Sustentabilidad y Cambio Climático [SBSCC], 2019):

La prestación de servicios ambientales de soporte, regulación, provisión, y culturales los cuales favorecen la disminución de riesgos a la población humana y su patrimonio ante fenómenos hidrometeorológicos y a los efectos del cambio climático, así como favorecer la recarga de acuíferos (p.82).

En lo que se refiere a la idea anterior, la planificación desde la Cuenca Urbana (CU), donde el elemento principal son los cuerpos de agua, debe considerar un análisis territorial que comprenda principalmente la geomorfología y la hidrología, sumado a las condiciones de vida de los asentamientos humanos y su nivel de vulnerabilidad, visto este como un estado presente en

cada población o comunidad (Rodríguez-Hernández et al., 2024), así como una ordenación del territorio muy de la mano con el marco normativo vigente.

En ese sentido, se denota la importancia de las instituciones públicas de planeación y su influencia, así como su significación en torno a la cotidianidad (vida humana). Es aquí donde la sociedad contemporánea estructurada en un modelo que se aterriza en tipos de reglas que norman y autorizan las conductas de cada individuo y su colectividad deben buscar dar coherencia y funcionalidad a los sistemas sociales en los que se desarrollan (Bautista Camacho, 2024).

Por ello, no deben de perderse de vista, en las rutas de atención de las demandas sociales en cuanto a la producción de espacio urbano, conceptos como el territorio y máxime si se trata de un territorio geográfico como lo es la cuenca, puesto que es allí en donde subyace la materialización de la ciudad, noción necesaria para entender la importancia de las instituciones de planeación urbana, siendo en este caso el gobierno municipal el ente más importante de la gestión del espacio (Bautista Camacho, 2024). Desde esta perspectiva, el municipio sigue siendo el mecanismo inmediato que, de acuerdo a un área delimitada, es la unidad básica de planeación urbana y territorial a nivel nacional (Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos., 1917).

Es entonces bajo el marco legal del municipio donde se originan la composición espacial de los asentamientos que clasificados de manera general en centro de población, zona metropolitana, zona conurbada y metrópolis, son unidades espaciales que ayudan a entender de una manera organizativa la labor de los institutos municipales de planeación, organismos cuya planeación estratégica del territorio debe estar enfocada a la realización de acciones que promuevan el desarrollo de los territorios (Bautista Camacho, 2024; Secretaría de Desarrollo Agrario Territorial y Urbano et al., 2024).

Y si bien en el caso mexicano la planeación de las ciudades tiene ya un largo camino normativo y de atención institucional, este no ha estado exento de

dislocación en cuanto a que se ha dejado de lado la planeación conjunta de las urbes con el territorio, sobre todo en aquellos mantos geográficos con particularidades como lo es el Sistema Urbano de Cuenca, al cual habría que sumarle la metropolización. En este contexto, Rivero Hernández y Aguilar Miranda (2009) mencionan que una característica común de los institutos de planeación, las instituciones estatales o incluso las federales, es que estos no tienen la suficiente capacidad y facultad para manejar la planeación a nivel metropolitano, quedando los alcances de la planeación regional restringidas a las leyes de cada territorio administrado por cada municipio o un estado, como es el caso del estado de Tabasco que, aunque compartan una dinámica hídrica regional con otros estados de la república, sobre todo si el sentido de la planeación es el SUC, ésta se hace únicamente en su demarcación territorial, lo que hace de las zonas metropolitanas, una paradoja que limita la eficiencia de las instituciones y por ende una mala gestión urbana, pero sobre todo una mala gestión del riesgo (Bautista Camacho, 2024).

En este punto se debe reflexionar sobre cómo la planeación municipal puede incidir en la organización territorial, realizando acciones de mayor impacto dentro del territorio y más si se trata de alcances regionales, no importando aun si estos están dentro una zona metropolitana o un Sistema Urbano de Cuenca, que como pudimos constatar, para el caso de la ZMV, la planeación urbana se reduce únicamente al 28.18% de la superficie total.

Un ejemplo de planificación y regionalización a nivel de cuenca es posible verlo en los Programas de Ordenamiento Ecológico del Territorio Estatal de Veracruz (Secretaría de Medio Ambiente, 2024) donde la unidad de planeación es la cuenca, sin embargo, este instrumento es, en cierta medida, desatendido por la planeación urbana municipal (Bautista Camacho, 2024).

Aun con lo mencionado hasta ahora, es importante aclarar que el complejo proceso de urbanización en el contexto de las ciudades mexicanas y sus diversas problemáticas han sido resultado de la falta de una vi-

sión integral de desarrollo que en su momento no se aplicó y trajo varias consecuencias, dando pauta para la reflexión sobre el papel que juega el contexto en cada etapa de la urbanización de las ciudades (Bautista Camacho, 2024).

Cabe reconocer que el proceso de urbanización en la ZMV ha provocado alteraciones sobre el comportamiento del sistema hidrológico de la región, recordemos los llamados “rompidos”, esta situación es particularmente delicada en el sector norte y noreste de la ciudad capital, debido a que la expansión urbana se ha realizado de manera tradicional, es decir producción inmobiliaria masiva, la cual ha aumentado los riesgos ambientales y sociales del medio físico sobre el cual se asienta (Bautista Camacho, 2024). El Programa de Desarrollo Urbano de la Zona Conurbada Villahermosa-Nacajuca 2012-2018, por su parte, reconoció que el modelo urbano implementado no había considerado de manera integral el comportamiento del sistema hidrológico y las características topográficas del sitio, de hecho, se ha visto que en la ZMV gran parte de las intervenciones territoriales han tenido impactos negativos los cuales han llegado a ser en algunos casos incluso catastróficos (Monroy-Ortiz, 2013).

Por ende, para responder al planteamiento sobre cómo se asocian las condicionantes naturales y qué influencias tienen de manera directa sobre el territorio y la aptitud que este tiene para ser utilizado, es necesario la determinación de zonas aptas y no aptas para el desarrollo urbano, zonas de conservación del patrimonio natural y de la biodiversidad y zonas de riesgo para la población que ocupa el territorio en entornos asociados a sistemas de cuencas en zonas metropolitanas, como es el caso de la ZMV.

Conclusiones

Es necesario observar, participar y exigir que los mecanismos de planeación sean más eficientes y transparentes, no importando desde qué área se desarrolla, sea un ciudadano cualquiera o un actor en el lado de la planeación de la ciudad; por el simple hecho de ser habitante la Ley otorga esa facultad, teniendo claro que

solo a través de una conciencia ciudadana es posible lograr una gestión urbana de calidad a través de las instituciones públicas.

En este contexto las instituciones de planeación municipal a través de sus direcciones o áreas de planeación cobran un papel relevante e importante en y para el desarrollo de las ciudades con acciones significativas como el uso y aplicación de nuevas tecnologías en la planeación, acercando a los ciudadanos a un proceso más participativo donde este adquiere un sentido de pertenencia debido a su inclusión al proceso de planeación de la ciudad y empoderamiento del ciudadano común.

Por otro lado, resulta necesario que se aplique el modelo de planeación de las ciudades bajo la mirada del SUC, dado que este permite y facilita la observación de múltiples elementos que suelen escaparse de la planeación de las ciudades y que son de suma importancia si se considera como un elemento integrador el recurso agua, tanto para garantizar la seguridad hídrica como para disminuir el riesgo por la incidencia de fenómenos perturbadores del tipo hidrológico.

Se deben entonces de fortalecer los mecanismos de planeación-acción de forma vertical, horizontal y transversal mediante el desarrollo de políticas e instrumentos con incidencia territorial desde el enfoque de sistema urbano de cuenca (SUC) y con la participación ciudadana, asumiendo los límites funcionales del sistema hídrico con el fin de evitar un tratamiento fragmentado de los problemas territoriales locales, dado que los sistemas no se comportan de manera aislada, sino por el contrario, están interactuando todo el tiempo con su interior y exterior.

Por último, considerando la visión del SUC, esta permitirá un incremento en la oferta de servicios ambientales hidrológicos en aquellas zonas donde por su naturaleza geográfica, el territorio se comporta bajo este sistema complejo, mantendrá e incrementará la conservación de los recursos naturales, pero también dará mayor posibilidad de aprovechamiento económico del territorio, reduciendo los costos por afectaciones y daños hidrológicos.

Referencias

- Bautista Camacho, M. (2024). El Sistema Urbano de Cuenca como enfoque de ordenamiento territorial y planeación urbana: caso de estudio de la zona metropolitana de Villahermosa. Universidad Veracruzana.
- Campos Aranda, D. F. (2010). Introducción a la Hidrología Urbana. Librería Universitaria Potosina
- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. (1917). Diario Oficial de la Federación. México.
- Environmental Systems Research Institute. (2015). ArcGIS Desktop Release 10.6. Environmental Systems Research Institute. <https://desktop.arcgis.com/>
- Garrocho Rangel, C. F. (2012). Estructura funcional de la red de ciudades de México. El Colegio Mexiquense, A.C..
- Ley de Aguas Nacionales. (1992). Diario Oficial de la Federación. México.
- Martínez Olivarez, P. (2018) La planificación como un múltiple término ideológico operativo. e-RUA, 10(19), 42-46.
- Monroy-Ortiz, R. (2013). Los sistemas urbanos de cuenca en México. Transitando a estrategias integrales de gestión hídrica. Economía, Sociedad y Territorio, 13(41), 151–179. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-84212013000100006&lng=es&tlng=es.
- Olabe-Egaña, A. (2016). Crisis Climática-Ambiental. La hora de la responsabilidad. Galaxia Gutenberg.
- Panel Intergubernamental de Expertos en Cambio Climático. (2014). Cambio climático 2014: Impactos, adaptación y vulnerabilidad – Resumen para responsables de políticas. In C. B. Field, V. R. Barros, D. J. Dokken, K. J. Mach, M. D. Mastrandrea, T. E. Bilir, M. Chatterjee, K. L. Ebi, Y. O. Estrada, R. C. Genova, B. Girma, E. S. Kissel, A. N. Levy, S. MacCracken, P. R. Mastrandrea, & L. L. White (Eds.), Contribución del Grupo de trabajo II al Quinto Informe de Evaluación del Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático. Organización Meteorológica Mundial.

- Pérez Palmeros, A., Rodríguez Hernández, L. D., y Martínez Olivarez, P. (2023). La construcción social del riesgo en el medio ambiente urbano: cambio climático y seguridad hídrica en las regiones metropolitanas de Veracruz. *e-RUA*, 15(03), 34-41. <https://doi.org/10.25009/e-rua.v15i03.191>
- Rangel Mora, M. A. (2007). Los ejes ambientales como estructuradores de una nueva visión de ordenamiento urbano. Congreso Venezolano de Ciudades, Reinventando La Ciudad Desde El Poder Municipal. <http://www.saber.ula.ve/handle/123456789/13464>
- Rangel Mora, M. A. (2009). Indicadores de la calidad de vida en los espacios públicos urbanos para la vida ciudadana en ciudades intermedias. 53 Congreso Internacional de Americanistas. https://observatorio.dadep.gov.co/sites/default/files/documentos/ar11_indicadores_de_calidad_de_espacios.pdf
- Rapoport, A. (1978). Aspectos humanos de la forma urbana: hacia una confrontación de las ciencias sociales con el diseño de la forma urbana. Gustavo Gil.
- Rivero Hernández, M., y Aguilar Miranda, A. (2009). Organizaciones gubernamentales para la planeación urbana en la Zona Metropolitana del Valle de México. *Espacios Públicos*, 12(26) 243-260.
- Rodríguez-Hernández, L. D., Acosta-Barradas, R. y Cortés-Sol, A. (2024). El estudio de la vulnerabilidad de los sistemas sociológicos: un abordaje teórico desde la complejidad. *Universita Ciencia*, 12(34), 37-52. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.12796008>
- Rodríguez-Hernández, L. D., Valdés-Rodríguez, O. A., Ellis, E. A. y Armenta-Montero, S. (2020). Analysis of vulnerability of the Río Misantla basin to extreme hydrometeorological phenomena. *Bio-ciencias*, 7,1-14. <https://doi.org/10.15741/rev-bio.07.e900>
- Sánchez García, V. y Rocha Santos, L. A. (2011). Introducción al derecho urbanístico en México. Trillas.
- Secretaría de Desarrollo Social [SEDESOL], Consejo Nacional de Población [CONAPO] e Instituto Nacional de Estadística Geografía e Información [INEGI]. (2004). Delimitación de zonas metropolitanas (p. 169) https://www.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/historicos/1329/702825010048/702825010048.pdf
- Secretaría de Bienestar Sustentabilidad y Cambio Climático. (2019). Programa de Ordenamiento Ecológico Regional del estado de Tabasco (p. 543). <https://tabasco.gob.mx/programa-de-ordenamiento-ecologico-regional-del-estado-de-tabasco>
- Secretaría de Desarrollo Agrario Territorial y Urbano. (2018). Delimitación de las Zonas Metropolitanas de México 2015 (p. 284). <https://www.gob.mx/conapo/documentos/delimitacion-de-las-zonas-metropolitanas-de-mexico-2015>
- Secretaría de Desarrollo Agrario Territorial y Urbano, Consejo Nacional de Población, & Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2024). *Metrópolis de México 2020* (p. 366).
- Secretaría de Medio Ambiente. (2024). Ordenamiento Ecológico del Territorio Estatal de Veracruz. Ordenamiento Ecológico Del Territorio Estatal. <http://www.veracruz.gob.mx/medioambiente/ordenamiento-ecologico-del-territorio-estatal/>
- Unikel, L., Ruiz Chiapetto, C. y Garza Villareal, G. (1978). El desarrollo urbano en México. *Diagnóstico e implicaciones futuras*. El Colegio de México A.C.
- Zambrano, L. (2019). *Planeta (in)sostenible*. Turner Noema/UNAM.

Desarrollo del pensamiento y habilidades creativas en el estudiantado durante su formación inicial en Diseño

*From development of thinking and creative skills
in students during their initial training in design*

Mtra. Bárbara Paulina Velarde Gutiérrez

Universidad Autónoma Metropolitana - Azcapotzalco
bpvg@azc.uam.mx

ORCID: 0009-0002-9912-5155

Aceptado: 24/02/2025 **Publicado:** 27/09/2025

* Como citar este artículo / *How to cite this article:*
Velarde G., B. (2025). Desarrollo del pensamiento y habilidades creativas en el estudiantado durante su formación inicial en Diseño *un año de diseñarte, mm1*, (27), 144-165.

Resumen

Este artículo explora la creatividad en la enseñanza inicial de las carreras de Diseño en la UAM Azcapotzalco. Más allá de una técnica, concebimos la creatividad como una actitud y un modo de ser que impulsa a los diseñadores a abordar la realidad de formas novedosas. Analizamos el concepto de creatividad, sus factores internos y externos, y cómo se manifiesta en el tronco común de asignaturas. Se presentan ejercicios de aula y se discuten áreas de oportunidad, concluyendo que la creatividad es una tarea compartida entre estudiantes y docentes, esencial para una formación integral en diseño.

Palabras clave: Creatividad, pensamiento creativo, aprendizaje del diseño, aula

Introducción

Abstract

*This article explores **creativity** in the foundational teaching of design programs at Universidad Autónoma Metropolitana, campus Azcapotzalco. Mexico City. Moving beyond a mere technique, we conceptualize creativity as an attitude and a way of being that empowers designers to approach reality in novel ways. We analyze the concept of creativity, its internal and external factors, and its manifestation within the common core curriculum. Classroom exercises are presented, and areas for improvement are discussed. We conclude that creativity is a shared endeavor between students and educators, essential for comprehensive design education.*

Keywords: Creativity, Creative Thinking, Design Learning, Classroom

Poner sobre la mesa la temática de la creatividad lleva a pensar y tratar de comprender sus mecanismos, a buscar y conocer técnicas para despertarla o fortalecerla, a investigar sobre conceptos asociados, —como inteligencia, fantasía, arte o ingenio—, entre otros. Asimismo, hay algo en el término “creatividad” que nos conduce sin duda, a sentir; pues la posibilidad de crear, como ese momento en que se enfrenta “la hoja en blanco”, siempre va acompañada de un conjunto de estados afectivos (emociones, sentimientos, estados de ánimo, actitudes, pasiones) que motivan y orientan la actividad creativa.

Esta posibilidad de abordar el tema desde perspectivas diferentes es justamente lo que permite que, navegar en el campo de la creatividad, pueda ser en sí mismo un viaje creativo -flexible, abierto, divergente-, más allá de si se concibe como una función espontánea, el descubrimiento del potencial interior (Bryan, M., Allen, C. y Cameron, J., 2000) o una habilidad construida (De Bono, 2002).

Lo cierto es que la creatividad no puede ubicarse dentro de un solo campo: el de lo racional o lo intuitivo, el de la locura o la pertinencia, en el hemisferio cerebral izquierdo o en el derecho, lo interno o lo externo, pues implica buscar simultáneamente en todos esos campos para encontrar, conectar y mezclar los “ingre-

dientes” necesarios y lograr el resultado más o menos esperado.

En razón de lo anterior, el presente trabajo constituye un análisis sobre el desarrollo de la creatividad en el estudiantado de primer nivel en licenciaturas de Diseño, sin pretender ser una investigación de carácter empírico, aunque en la parte final se expongan casos específicos con el propósito de evidenciar aspectos cualitativos sobre la temática abordada.

Por otra parte, la necesidad de fomentar la creatividad en los jóvenes que inician su formación en diseño se inscribe en una realidad que tiende a orillarnos a la pasividad y a reproducir patrones, a hacernos consumidores y no productores; donde, por tanto, el crear algo propio, único, diferente, a través del autoconocimiento, representa una puerta de salida para que, desde un sentido auténtico de identidad, resulte factible aportar a la colectividad.

Lograr una transformación productiva en el estudiantado no es un reto fácil, pero a través de las experiencias docentes resulta posible comprender las creencias y situaciones que llegan, en algunos casos, a coartar el flujo del quehacer creativo, así como explorar soluciones para responder a un mundo en constante transformación. La etapa inicial de la formación en diseño es, en ese sentido, el espacio para formar y modelar un tipo de profesionista, así como para impulsar un tipo de ciudadano y de ser humano que, desde luego, cuente con los conocimientos y destrezas propias de su campo, pero sobre todo que sea creativo -y por ende libre-, para cuestionar (y cuestionarse) y, con base en ello, actuar y transformar con la madurez y la conciencia de lo que ello requiere e implica.

La creatividad no es tan solo un conjunto de técnicas que puedan enseñarse, pero tampoco se reduce a un arte que ha de fluir espontáneamente, sino que también demanda una combinación de factores y procesos, internos y externos, que involucran diferentes dimensiones del ser humano (mente, cuerpo, espíritu y emociones) para llevarse a cabo.

Creatividad y proceso creativo

Las múltiples definiciones de “creatividad” que han propuesto los investigadores desde que se introdujo el término por Guilford (citado por Esquivias, 2004, p.4-5), nos permiten ver diversas posturas desde las que el concepto puede ser abordado. Algunas hablan de procesos (fases, conexiones), otras de resultados (que idealmente deben ser originales y útiles), algunas más ponen énfasis en aptitudes o habilidades, y otras en la disposición o voluntad que conlleva.

Para Parnes, por ejemplo, el acto creativo es la “capacidad para encontrar relaciones entre ideas antes no relacionadas, y que se manifiestan en forma de nuevos esquemas, experiencias o productos nuevos” (citado por Esquivias, 2004, p.5); para Sternberg, es “el proceso de dar a luz algo nuevo y útil” (Sternberg, 2005, p.113) o para Francisco Pérez Cortés (2014), es “el acto humano por excelencia”, un acto en potencia, un acontecimiento permanente que articula sentimientos, ideas, conceptos, fantasías e intuiciones que acompañan a las personas al forjar su singularidad (p.28).

Sea pues como habilidad, proceso o disposición, lo cierto es que, para el diseño, la creatividad implica un propósito, originalidad, valor y utilidad.

La interacción de ámbitos como la creatividad, la inteligencia, la memoria y la fantasía es innegable y resulta interesante en tanto que conforman el mecanismo para la construcción y expresión de ideas (véase Figura 1).

Como se aprecia en la figura, la creatividad se encuentra directamente relacionada con la imaginación, pues es a través de esta que es posible percibir (principalmente visualizar) imágenes y sensaciones, anticipada e internamente, tanto de lo que existe como de lo que no existe en la realidad, determinando los elementos que entran en juego y previendo posibles resultados. Por medio de la imaginación “no solo evocamos cosas que hemos experimentado en el pasado, sino también cosas que nunca hemos experimentado. Podemos hacer conjeturas, hipótesis, podemos especular y podemos suponer” (Robinson, 2012, p. 41). La rela-

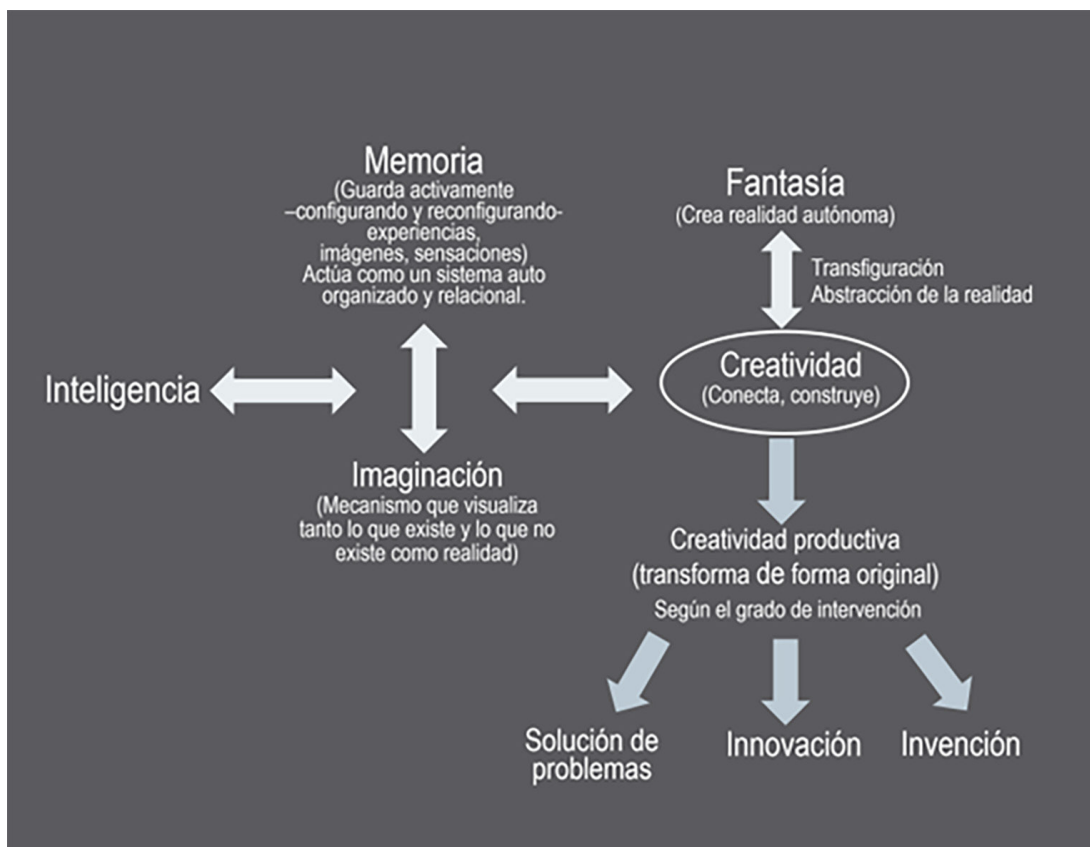


Figura 1. Proceso creativo y conceptos asociados. Fuente: Elaboración propia

ción entre memoria e imaginación está mediada por la creatividad.

“El pensamiento piensa, la imaginación ve” dice Bruno Munari en su texto sobre el papel de la fantasía en el proceso creativo (Munari, 2018, p. 21). Para él, la fantasía aparece como una derivación de la creatividad, en donde lo creado nada tiene que ver con lo existente, sino que forma una realidad autónoma, con sus propias reglas y significados. La fantasía es invención, pero contrariamente a la invención “útil” que proponen las definiciones pragmáticas del proceso creativo, esta suele tener un carácter más lúdico o artístico, en general.

La memoria, por su parte, juega asimismo un papel central, pues más allá de ser un repositorio, la memoria

inteligente, como la llama J.A. Marina, es un sistema dinámico. “No hay inteligencia por un lado y memoria por el otro, lo que existe es una memoria inteligente en la que habitamos y desde la que contemplamos la realidad” (Marina, 1993, p. 122). Se refiere al lugar en el que evocamos elementos para establecer las posibles relaciones y conexiones al crear algo nuevo, pues justamente actúa como un sistema auto organizado y relacional, que configura y reconfigura (a través de la imaginación) experiencias, imágenes y sensaciones (Sainz, Velarde & Delgado, 2022).

El componente de “lo útil”, derivado de las definiciones de “creatividad”, se ubica en el esquema como creatividad productiva, es decir, aquello que transforma con una finalidad previamente definida. Si bien Munari

habla del valor de utilidad de lo diseñado, aseverando que la creatividad es “un uso finalizado de la fantasía” (traducción libre. Munari, 1977, p. 22), De Bono, por su parte, agrega el ¿para qué?, argumentando que “uno de los principales objetivos de la utilización del pensamiento creativo consiste en descubrir mejores maneras de hacer las cosas” (De Bono, 2002, p.23). En ese curso de pensamiento, si bien la creatividad puede ser emprendida sin otro objetivo concreto que el de la propia exploración creativa, la vocación profesional del diseñador implica un propósito y conlleva la responsabilidad de crear de manera crítica, reflexiva y consciente del impacto social y ambiental que tendrá en un entorno ubicado en un cierto espacio-tiempo.

La conciencia social, o dimensión social de la creatividad, como la llama Goleman (2009), es un enfoque que antepone lo humano frente a otros valores, como el económico, y debe estar presente en los cursos de formación inicial como objetivo transversal, al preguntar continuamente: diseño para qué, para quién, qué implica, con qué fin, qué resuelve, qué aporta, etc.

Siguiendo el esquema, la creatividad, orientada a lo útil puede, según su grado de intervención, aportar a la solución de un problema (considerando que se hace de una forma diferente); innovar, cuando se realizan mejoras significativas a partir de algo ya hecho; o inventar, cuando se crea algo totalmente nuevo y original. “Hacerlo mejor no basta: hay que hacerlo de otro modo” (De Bono, 2002, p. 51).

Respecto de las fases del proceso creativo, como una serie de pasos subsecuentes para llegar a un resultado, llama la atención que el modelo de Graham Wallace, de 1926, continúe siendo vigente como uno de los más mencionados (por ejemplo en Goleman, 2009, 21-28 y en Marina, 2013, p.100) aunque hay otros más actuales, como el derivado de la revisión de la Taxonomía de Bloom que consta de solo tres fases: 1. Comprensión y generación de ideas (pensamiento divergente); 2. Planificación (pensamiento convergente), y 3. Ejecución y materialización (López, A. & Mendoza, L., 2016).

De acuerdo con Wallace, el proceso creativo se conforma, en cambio, de cuatro fases que son las siguientes: a) *Preparación*: periodo en que se detecta, identifica, analiza y acota el problema; b) *Incubación*: momento en que nos desconectamos voluntariamente del problema, creando un espacio para gestar en el inconsciente ideas y caminos posibles; c) *Iluminación*, momento en que se hacen conscientes las ideas de solución; d) *Verificación*, etapa en que se evalúa la idea con el fin de perfeccionarla (Wallace, citado por López, A. & Mendoza, L., 2016).

De acuerdo con Marina, la inteligencia creativa “no es solo un ingenioso sistema de respuestas, sino también un incansable sistema de preguntas”, donde toda la actividad creativa se organiza en torno a un proyecto, en el cual “crear es el proceso de seleccionar gradualmente entre una infinidad de posibilidades” (Marina, 2013, pp. 54-57).

De hecho, como asegura Santaella, la misma naturaleza humana es intrínsecamente creativa, pues el proceso de la vida “implica ambigüedad, inseguridad, incertidumbre, posibilidad, flexibilidad, originalidad, fluidez”, aspectos directamente relacionados con el proceso creativo (Santaella, 2006, p. 98).

Finalmente, es importante acotar que, aunque la mayor parte de los procesos planteados se observan como fases unidireccionales (aunque sean circulares), el proceso creativo pareciera ser más un mecanismo abierto, sistémico, simultáneo y no lineal, donde es necesario un ir y volver entre las diferentes fases -mejor llamadas dimensiones- para crear y recrear resultados.

Revisar los diferentes enfoques y definiciones sobre la creatividad y el proceso creativo, como las que se presentan, cobra relevancia en la medida en que se destacan aquellas aptitudes, actitudes que han de favorecer el desarrollo del futuro profesional del diseño. El proceso creativo constituye una de las fuentes principales para que el ciclo de la construcción del conocimiento se lleve a cabo.

Asimismo, destacar conceptos como flexibilidad, visión, crítica, imaginación, experimentación, utilidad, originalidad o productividad es significativo al considerar que el diseño tiene la finalidad de expresarse en la materialización de ideas creativas.

Creatividad: una propuesta conceptual y aspectos relevantes sobre su estudio contemporáneo

Todos los seres humanos tenemos capacidad creativa, pues desarrollarla es y ha sido una necesidad en función de la supervivencia; sin embargo, muchas veces se da por sentado que es relativa al talento artístico y por ello, un tanto fútil si lo que se busca es abordar el mundo real desde la coherencia, la inteligencia, la lógica y la racionalidad.

Entendemos a la creatividad como un proceso cognitivo complejo, cuya síntesis permite la solución de problemas en situaciones específicas, de forma novedosa; así como la construcción de visiones alternas sobre la configuración de la realidad que hacen posible el hallazgo y la generación de interpretaciones originales sobre la misma.

La creatividad es un objeto de estudio que permite una multiplicidad de abordajes teóricos. En este siglo XXI se han desarrollado aproximaciones desde campos muy diversos como los estudios sociales, la biología, la psicología o la tecnología.

Los estudios que inscriben la creatividad en lo social, como los realizados por Mihaly Csikszentmihalyi (1996), apuntan a subrayar la influencia de la cultura y el enfoque sistémico para generar caminos diversos en la manifestación de lo creativo. Desde el enfoque de la complejidad se ha propuesto a la creatividad como un objeto dinámico, flexible e imprevisible. En la perspectiva psicológica son importantes los trabajos de investigación de Howard Gardner (1993), Edward De Bono (2002) o Robert Sternberg (2003). Por su atención en la creatividad y los procesos educativos hay que nombrar a E. Paul Torrance (1974) y Mark Runco (2007 y 2014).

Las investigaciones neurocientíficas han explorado las funciones cerebrales relacionados con la creatividad, aportando a la comprensión de los procesos cognitivos de esta índole con una base fisiológica y orgánica. Destacan al respecto los trabajos de Jonah Lehrer (2006, 2009, 2012).

En un abordaje más cercano a la creatividad en el entorno laboral y aplicada en el diseño profesional destacan los trabajos de Teresa Amabile (2013) y David Kelley (2013).

En el campo del diseño la creatividad pareciera ser algo esperado, un talento y un deber ser de los estudiantes que, en muchas ocasiones, los docentes damos por hecho y simplemente esperamos detectarla para evaluar en los resultados. Pero el hecho es que, aunque los resultados sean originales, ingeniosos, atractivos y estéticos –por mencionar algunos parámetros empleados, o en su caso, sean todo lo contrario–, por lo general, ni los estudiantes ni los docentes sabemos lo que incidió en los procesos para que el resultado ocurriera de esa manera.

Si bien la creatividad se aborda de forma implícita a través de los diversos ejercicios propuestos en las aulas de diseño, poco o nada se trabaja con los jóvenes universitarios para fomentar un pensamiento metacognitivo orientado a la creatividad, donde se fortalezca y haga patente la capacidad de observar, analizar y evaluar los propios procesos creativos para implementar técnicas y herramientas para facilitarlos. No pocos docentes suponemos que reunir y analizar conocimientos sobre un tema, así como seguir una metodología de ejecución debería garantizar un trabajo creativo por parte de los estudiantes, pero evidentemente eso no necesariamente sucede así. Hacer explícita la capacidad metacognitiva, como objetivo transversal, permite que los estudiantes reflexionen sobre sí mismos y, por tanto, se responsabilicen de su quehacer.

La creatividad, al menos en las clases tipo taller de diseño, que son parte de la formación inicial, debiera ser pues, no solo un hecho que se da por sentado, sino una temática trabajada directamente, de forma teórica

y práctica con el grupo, además de ser transversal a la mayoría de los contenidos específicos de los programas de estudio.

Las diferencias en talentos, habilidades, recursos y experiencias entre los estudiantes de formación inicial se hacen presentes no solo en los resultados de los ejercicios de clase, sino evidentemente también en la forma de llegar a ellos. A través de un sencillo ejercicio donde se les solicita crear una composición a través de una línea continua sobre una hoja blanca, es fácil detectar, al inicio de los cursos de diseño del tronco común (formación inicial), las diferentes personalidades y estilos de abordar un “problema”, por ejemplo, de manera más deliberada o bien, más espontánea. Algunos estudiantes suelen “atacar” la hoja rápidamente —a veces antes de terminar de escuchar las instrucciones—, y crean líneas decididas que suelen desbordarse; otros dudan en iniciar el trazo y al hacerlo lo hacen de forma insegura y pausada (para quienes puede ser útil la sugerencia de crear unos primeros trazos en una hoja sucia para “calentar la mano”). Al concluir el ejercicio y ofrecerles una segunda oportunidad para repetirlo y “mejorarlo”, algunos suelen decidir rápidamente desecharlo y empezar otro nuevo, pero siempre hay otros que prefieren quedarse con el primer resultado. Finalmente, y tras aplicar la técnica del cuestionamiento y las alternativas, es decir, preguntando de manera

abierta si podrían existir otras maneras de hacer las cosas y cuáles podrían ser éstas, se les solicita un nuevo ejercicio donde la consigna es que el trazo sea radicalmente distinto. Es notorio cómo algunos son capaces de lograr una variación significativa, pero otros terminan siguiendo las mismas pautas que no les permiten cambiar el resultado.

Visibilizar en el aula estas diferentes formas de proceder ante un reto creativo es sumamente interesante, ya que permite destacar y analizar con el alumnado lo que sucede en el trayecto, reconociendo, por ejemplo, los posibles factores de motivación o de bloqueo que han incidido en las diferentes formas de resolver el “problema”. El papel del docente como quien incita a la observación y al autoconocimiento, y no solo como quien instruye y evalúa es determinante. “La creatividad comienza con la afinidad con algo. Es como enamorarse” comenta Goleman (2009, p.38), y en este sentido, reconocer las “inteligencias múltiples”, de acuerdo con Gardner (citado por Goleman, 2009, p.94) abre, por ejemplo, la posibilidad de generar equipos de trabajo más ricos e interesantes, donde cada estudiante se sienta valorado desde su singularidad.

Socializar los resultados en cada etapa del ejercicio permite exponer las similitudes y diferencias en el proceso. El cambio entre el primer resultado y el segundo,



Figura 2. Ejercicio que consiste en crear una composición con base en el trazo de una línea continua. Fotografía: Archivo personal



Figura 3. Ejercicio que consiste en crear una composición con base en el trazo de una línea continua.
Fotografía: Archivo personal



Figura 4. Socializar los resultados del proceso.
Fotografía: Archivo personal

posterior al análisis y observación es evidente, dejando ver cómo los estudiantes cobran mayor confianza para la exploración, consideran la posibilidad de abstracción y aprovechan mejor los recursos materiales, cognitivos y emocionales disponibles.

Sea cual sea el estilo creativo personal, el trabajo de diseño requiere, necesariamente, de dos tipos de capacidades complementarias que podríamos relacionar con lo divergente (pensamiento creativo) y lo convergente (pensamiento analítico). Por un lado, nos referimos a la capacidad de imaginar, fantasear, divagar, dejarse llevar por el impulso, por lo sensorial, por lo abstracto, y lo que algunos podrían considerar lo fuera de lugar, el sin sentido, tonterías o locuras. Por otra parte, hablamos de la capacidad de analizar, seleccionar, planear, conectar, concretar y dar forma a todas esas partes aparentemente inconexas.

Pero si bien, de acuerdo con lo anterior se consideran diversas habilidades de pensamiento, –tanto creativo/divergente como analítico/convergente–, que podríamos ubicar dentro de las categorías dadas en la taxonomía de Bloom, referentes a recordar, comprender, aplicar, analizar, evaluar y crear (García Aretio, 2020), es importante también señalar que la formación de un diseñador debería ir más allá del trabajo meramente cognitivo, integrando otro tipo de habilidades, como las de orden emocional, y las que tienen que ver con la sensibilidad, la pertinencia y la estética, que en conjunto logren una formación universitaria verdaderamente integral.

Para la evaluación de la creatividad pueden considerarse los siguientes aspectos: a) mediante la medición de la capacidad creativa desde la persona (que incluye considerar aspectos actitudinales y aptitudinales –rasgos, destrezas/habilidades– así como estados afectivos vinculados con memorias, saberes, experiencias e identidad); y b) a partir de la consideración del producto como tal, como algo tangible e independiente de la persona.

Si bien, la evaluación de la creatividad centrada en los resultados es adecuada en el caso del diseño –de

espacios, productos y/o mensajes–, cuando se trata de la formación universitaria y, más allá del desempeño profesional, evaluar el proceso a través de los parámetros de personalidad permite trabajar en áreas de oportunidad para mejorar esos resultados.

Esquivias (2004), señala que las cualidades personales relativas al desempeño creativo, según Torrance, serían: 1. La curiosidad; 2. La flexibilidad; 3. La redefinición; 4. La confianza en sí mismo; 5. La originalidad; 6. La capacidad de perfección, y; 7. La sensibilidad ante los problemas para la medición de la creatividad (p.13). Según Sternberg, otras cualidades interesantes han sido reconocidas posteriormente, como el gusto estético y la imaginación, la intuición y la perspicacia –como agudeza de percepción y comprensión– (en Esquivias 2004, p.13), además de otras más actuales que, desde un enfoque sistémico, consideran a la personalidad como parte de un cierto ambiente o entorno.

En el caso del criterio relativo a la “capacidad de perfección”, sería recomendable poner atención al reconocimiento del valor del proceso (además del resultado) y reivindicar el valor formativo del “error”; o en el caso de la “curiosidad”, incentivarla al permitir que cada estudiante aborde y explore el tema tratado conectándolo con sus propios intereses, para que de esa manera cobre un sentido significativo en su experiencia.

Factores que inciden en el pensamiento y proceso creativo

En esta sección del trabajo se abordan tres grupos de factores que tienen una influencia importante en el pensar de forma creativa y en el proceso creativo en general. Los factores que se revisan son los bloqueos a la creatividad, los estados afectivos (en lo interno) y los estímulos detonantes (en lo externo) y las cualidades del entorno físico. Esta revisión de factores que afectan a la creatividad no pretende ser exhaustiva, pero sí se busca identificar aspectos importantes para favorecer el pensamiento creativo mediante acciones al alcance de los docentes.

1. Bloqueos al proceso creativo

Hoy en día se recibe tanta información a través de los sentidos que es difícil distinguir lo que es un producto creativo –aquel que rompe paradigmas, aporta valor, propone nuevas significaciones, colabora y se incorpora a nuevas y mejores prácticas culturales, hábitos y costumbres–, de lo que simplemente reproduce las pautas de lo ya dado. El flujo de los estímulos es rápido, no hay tiempo y espacio para reflexionar y responder con una contrapropuesta a lo que dicha información nos ofrece, terminando por asumirla e incorporarla sin poder siquiera evaluar lo que nos comunica.

El proceso creativo, por el contrario, requiere tiempo y espacio, momentos de silencio y momentos de colaboración, ir a un ritmo propio sin presión ni prisa. Al quedar sólo como receptores y espectadores de lo que ya existe, se pierde la oportunidad de ser partícipes y cuestionar cómo podría ser de otra manera. De hecho, al parar, observar y gestionar inteligentemente toda esa información tan diversa, resulta que en sí es una oportunidad para crear nuevas y múltiples conexiones y configurarlas de forma distinta. Hoy, el que tanta gente únicamente espere recibir de afuera, representa en realidad un terreno fértil para los diseñadores que quieran proponer y hacer. Por este motivo, la gestión de la información es, desde esta perspectiva, otro importante objetivo transversal para la formación inicial de los estudiantes desde el inicio del curso.

La idea de que la creatividad se asocia sólo con el arte y destrezas manuales es uno de los bloqueos que impide que los estudiantes que ingresan a las carreras de diseño asuman su propia capacidad y tomen responsabilidad en el desarrollo de su formación. Al indagar el autoconcepto de los estudiantes respecto de su capacidad creativa, es interesante cómo se califican, juzgan, critican y censuran, quizá repitiendo aquellas frases y creencias limitantes que escucharon y recibieron de alguna persona considerada como autoridad. Las voces internas, como la del tirano o el rebelde, de las que habla el *Camino del artista* (Bryan, M., Allen, C. y Cameron, J., 2000), son un bloqueo importante que pocas veces se visibiliza.

Provenientes, en la gran mayoría de los casos, de una educación tradicional que castiga el error, los jóvenes no tienen confianza en sus propias facultades y, peor que eso, han perdido la capacidad de disfrutar del proceso más allá del resultado. Y es que, la creatividad, no solo tiene que ver con la acción y manifestación sino “con la receptividad y con saber escuchar[...] Cuando nos escuchamos a nosotros mismos, cuando prestamos atención al flujo interior de ideas oímos hablar a nuestra intuición. Entonces respondemos acertadamente a las circunstancias...” (Bryan, M., Allen, C. y Cameron, J., 2000, p.116).

Desde luego, el papel que juegue el o la docente en los cursos de formación inicial, -como guía que muestre, acompañe y apoye la exploración hacia otras posibles formas de ser y de hacer-, es crucial, pues sienta las bases que han de sostener todo el resto de la estructura a construir durante la carrera. Los docentes también deben formarse para no repetir los mismos patrones con los que fueron educados y asumir el compromiso de mantenerse atentos a cómo facilitan u obstaculizan las actitudes y procesos creativos de los estudiantes que, por su parte, asumen el reto.

En este sentido, la participación del docente debiera ser, por ejemplo, lo menos intrusiva posible para dar cabida a propuestas que provengan de los propios estudiantes, al establecer solo las instrucciones y reglas mínimas necesarias, evitando direccionar el trabajo hacia un único resultado, al cuidar y mantener un ambiente en que pueda darse la libre expresión sin temor a ser rechazados, donde el docente no premie o castigue con calificaciones, donde no anticipe observaciones que coarten el proceso, donde más cantidad de trabajo no signifique necesariamente mejor, y donde, por más demandante que sea, se procure trabajar a través de correcciones y retroalimentaciones continuas. Una posibilidad para trabajar la evaluación podría ser implementar parámetros claros que permitan la autoevaluación por parte de los estudiantes, así como ejercicios autocorrectivos, es decir, que en sí mismos hagan evidente el acierto o el “error”.

Creatividad es sinónimo de cambio, y la resistencia al cambio es otro de los obstáculos que, en el mejor de los casos, ralentiza el desarrollo del trabajo creativo. Una manera de demostrar la dificultad de generar cambios -ya no se diga significativos- se da a través de un ejercicio, trabajado con el alumnado en las primeras sesiones del curso, solicitando, en un momento de la clase, realizar una modificación en su persona. Llama la atención la superficialidad de los cambios que en un principio se logran, por ejemplo, quitarse un reloj, ponerse un suéter, modificarse el peinado, etc., en contraste con los cambios sorprendentes que se alcanzan tras generar una charla sobre lo que representa el esfuerzo creativo, la importancia de hacer cambios significativos, la posibilidad de aprovechar recursos del entorno y valorar el compartir ideas entre pares. Los estudiantes construyen elementos para generar nuevos atuendos, encuentran usos alternativos de sus prendas, intercambian objetos entre ellos y, en general, se muestran más involucrados y motivados para hacerlo mejor (véase Figura 5). Desde luego que, el juego y el sentido del humor en el aula, son factores básicos que aportan a la apertura y espontaneidad que la creatividad requiere.

2. Estados afectivos y estímulos detonantes

La sensación de libertad que se experimenta al ser o hacer de manera creativa, da cuenta de los múltiples caminos y posibilidades abiertas, en un ir y venir que no implica una linealidad forzada; disfrutar por el mero acto de crear, es un elemento indispensable que motiva el proceso más allá de la expectativa o el resultado; la satisfacción del logro; la resiliencia, la inspiración, la motivación, o en otro sentido, la frustración, la impaciencia, el miedo, el enojo, etc. son algunos estados afectivos que juegan un papel importante en la posibilidad de ser creativo y que hoy pueden ser observados y medidos a través de las neurociencias. Según Skvortsova, al detectar cómo, en el acto creativo, “se activan los circuitos de recompensa en donde la modulación de la dopamina es de particular importancia” (en Penagos-Corzo, 2018, p.36). Bien dice la famosa frase atribuida a Albert Einstein que “la creatividad es la inteligencia divirtiéndose”, dando crédito a la influencia del factor emocional en el proceso.

La motivación, con la emoción positiva que conlleva, es una habilidad personal que solo puede provenir del



Figura 5. Estudiantes de primer trimestre de Diseño (UAM- Azcapotzalco), explorando posibles cambios en su persona como dinámica de autoconocimiento y resistencia al cambio. Fotografía: Archivo personal.

interior del individuo, pero, que al igual que el caso de la creatividad, puede ser alimentada para que juegue a nuestro favor. Mantener la motivación, como impulso que empuja hacia la meta, presupone la posibilidad del éxito en el desafío, ya que mantiene el enfoque y la atención en esa búsqueda selectiva de todo aquello que, directa o indirectamente, puede ser útil.

Para ser creativos no hace falta volver a ser niños, como suele decirse al hablar de libertad creativa, sino asumir la responsabilidad de aprender a serlo. La creatividad implica libertad, expresión interior y particular de sí mismo y un sentido de poder de transformación. “La creatividad es la mayor disrupción que hay en la existencia”, comenta Osho (2006, p.7).

Construir un entorno emocionalmente seguro y estable, sustentado en reglas claras y consecuencias lógicas y previsible, apoyará sin duda el fortalecimiento de la confianza y apertura que se requiere en el ambiente de trabajo.

Al respecto, Rowe (2007),

Evidencias experimentales apuntan a que el estado de ánimo positivo abarca otras esferas de la cognición, como un incremento en las capacidades de asociación y atención, probablemente asociados a una reducción en el control inhibitorio durante la inducción emocional positiva (en Penagos-Corzo, 2018, p.40).

3. El entorno físico: el aula de diseño

Aunque el ambiente físico del aula, en el que normalmente se desarrolla el trabajo de diseño, no suele recibir mucha atención como un aspecto que incide en la creatividad de los estudiantes, son cada vez más abundantes las evidencias que demuestran lo contrario. La neuro arquitectura, como disciplina que estudia el impacto del ambiente en el ser humano a través de la observación y medición de patrones neuronales, ha realizado un sinnúmero de investigaciones sobre cómo las características de un lugar (forma, dimensiones, color,



Figura 6. Implementar retos colectivos en el aula propicia de manera natural, un estado de ánimo jovial y positivo que sin duda ayuda a resolverlo.

“La creatividad es la imaginación jugando con cosas que ama”
(Jung en Bryan, M., Allen, C. y Cameron, J., 2000). Fotografía: Archivo personal

temperatura, aroma, texturas, ventilación, iluminación, vistas, decoración, etc.) influyen en el estado de salud, sentir, pensar y hacer de las personas.

La creatividad se asocia con la flexibilidad, la fluidez, la apertura, la diversidad, la posibilidad de establecer relaciones de maneras alternativas, la divergencia, la emoción... aspectos todos que bien podrían manifestarse en el espacio de trabajo de forma coherente con el mensaje que el docente quiere dar. ¿Cómo es posible solicitar creatividad e innovación al alumnado cuando el espacio “silenciosamente” reitera la tradición alineada a un pensamiento convergente y lineal? Con relación a esta pregunta, Parra reflexiona sobre los aspectos implícitos en la configuración formal de los espacios y su significación social: “Las arquitecturas y los escenarios escolares son espacios con una fuerte carga simbólica, puesto que representan y reproducen una determinada concepción de la educación, unos determinados valores socioculturales, un modelo de orden social y unas determinadas relaciones de poder” (Parra, 2014, p.2). Estos aspectos simbólicos tienen incidencia en la forma en la que las personas utilizan el espacio y, por lo tanto, en las formas en las que desarrollan el proceso creativo.

De acuerdo con lo propuesto en la herramienta SCA-LE –*Support for Creativity in a Learning Environment* (Richardson & Mishra, 2018)–, creada y utilizada para orientar el diseño de entornos creativos de aprendizaje mediante la identificación y medición de aspectos relativos al entorno físico, al clima de aprendizaje y a la participación del alumno, se considera que el espacio físico debe promover los siguientes cuatro puntos: 1. Variedad de recursos/suministros disponibles y accesibles para los estudiantes; 2. Ejemplos de trabajos de los alumnos visibles en el espacio; 3. Variedad de estaciones de trabajo o áreas disponibles para los estudiantes; 4. Mobiliario que permita múltiples arreglos y configuraciones (Richardson & Mishra, P., 2018, p.5).

Por su parte, Warner & Myers (2010), consideran que las aulas no siguen siendo sino “almacenes educativos”, por lo que proponen dar atención a algunas variables para mejorar el desempeño creativo: garantizar iluminación natural, hacer uso adecuado del color, incorporar estímulos decorativos como los propios trabajos del alumnado, emplear mobiliario cómodo, estético y seguro, así como con ruedas para acomodarlo de acuerdo con las necesidades, ofrecer recursos para explorar la creatividad (como materiales diver-



Figura 7. Salón para clases de diseño, Edificio L. UAM-Azcapotzalco. Fotografía: Archivo personal

sos), mantener una temperatura y ventilación adecuadas, integrar música ambiental, procurar techos altos que comuniquen apertura, contar con espacio amplio para garantizar la libertad de movimiento, flexibilidad y movilidad, crear espacios para conversar y mantener un número de estudiantes que no sobrepase los 25, siendo el número de estudiantes directamente proporcional a factores de aprendizaje como es el comportamiento creativo.

Considerando la propuesta realizada por Anderson sobre la *Taxonomía revisada de Bloom 2001*, (como herramienta pedagógica que organiza los objetivos de aprendizaje de acuerdo con seis niveles cognitivos, en orden jerárquico, y donde cada nivel está construido sobre el nivel anterior) así como los conceptos de la versión 2007 –adaptada por Churches a la era digital–, es interesante observar cómo cada acción/actividad que el estudiante ha de realizar en cada uno de los niveles o categorías, requiere un tipo de espacio o cualidades espaciales determinadas. Agrupadas en dos conjuntos, las actividades/acciones de orden cognitivo inferior serían, por ejemplo, mostrar, explicar, exponer, realizar, ejemplificar, hacer búsquedas web, participar en redes sociales, mientras que las relativas a los procesos de orden cognitivo superior podrían ser, planear, organizar, hacer, construir, idear, diseñar, experimentar, producir, programar, publicar en internet, transmitir y crear, esta última como acción ubicada en la categoría más alta y por lo tanto, también definida como de orden supremo (Anderson y Churches citados en García, 2020).

A continuación, se exponen tres casos que muestran aulas empleadas para la docencia en diseño, con el propósito de evidenciar aspectos positivos y negativos que favorecen o dificultan el proceso creativo por parte del alumnado.

El modelo de salón destinado a las clases de Diseño en la UAM Azcapotzalco, como el que se observa en la Figura 7, permite reconocer las áreas de oportunidad que pudieran mejorar el desempeño creativo de los estudiantes. Las aproximadamente 30 mesas –tipo res-

tirador–, grandes y pesadas, dificultan ser reacomodadas; por lo que implementar ruedas podría mejorar el aspecto de su manejo. Los bancos, que no pueden ajustarse en altura, son en muchas ocasiones inadecuados para estudiantes que evidentemente presentan diferentes complexiones (considerando, además que, en promedio, deben permanecer sentados alrededor de 6 horas diarias); este aspecto podría mejorar si los bancos -o las mesas- permitieran variar su altura. La ventilación y la iluminación podrían ser aspectos regulables; por ejemplo, la temperatura de color y la potencia de las luminarias. Además, en algunas ocasiones, los grupos son demasiado grandes, lo que impide su óptimo manejo. Los aspectos anteriores son algunos en los que se podría generar mejoras para favorecer un entorno más comfortable que promueva el proceso creativo, mediante un entorno más relajante y flexible.

Entre los aspectos positivos se encuentran varios pizarrones orientados de diferente manera, pantallas como apoyo tecnológico; vistas hacia exteriores con abundantes elementos naturales que, de acuerdo con estudios sobre biofilia, aumentan la sensación de bienestar; uso de colores dinámicos y brillantes; así como “vitricas” que permiten la exhibición de trabajos del alumnado. Los aspectos físicos positivos favorecen, entre otras cosas, un ambiente más propicio para la exposición de ideas novedosas en cuanto a los problemas de diseño.

Un caso a destacar es la propuesta del *Laboratorio de Innovación Metropolitana*, realizado por Ferruzca & Ángeles (2020), el cual muestra cómo es posible transformar los espacios educativos de acuerdo con las necesidades actuales. Sin duda, el proyecto cambia el paradigma de lo que significa el salón de clase, pues propone un Aula de Aprendizaje Activo/Laboratorio de Aprendizaje, que permite “fomentar la creación, promover la colaboración, desarrollar habilidades de comunicación, aprender a aprender, fomentar la participación de diversos actores sociales, etc.” (Ferruzca & Ángeles, 2020, p.9), cuida la distribución funcional y flexible de las áreas, así como el confort a través de mobiliario, materiales, iluminación, ventilación, etc., e



Figura 8. Laboratorio de Innovación Metropolitana (LIM), CyAD, UAM-Azc.

Fuente: <https://lim.cyad.online/>

incorpora el uso intensivo de tecnologías que permiten un acceso a la información y comunicación máximos, áreas de trabajo individual y colectivo, así como áreas de descanso y resguardo de materiales. En este caso, hay un esfuerzo deliberado para configurar un entorno académico en el que se promueva el proceso creativo, mediante la síntesis del espacio físico, los factores ambientales, el mobiliario y la tecnología.

Otro ejemplo al respecto, es la llamada “Aula del Futuro”, desarrollada por el Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y de Formación del Profesorado de España (Ministerio de Educación y Formación Profesional y Deportes, 2020), con base en el *Future Classroom Lab* de la *European Shcoolnet* de Bruselas, que propone seis áreas de acción relativas a: investigar, desarrollar, interactuar, presentar, explorar y crear, incorporando tecnología, mobiliario para trabajo manual –por ejemplo para la construcción de prototipos– y espacios con mobiliario para la interacción social que permita la retroalimentación de ideas (*co-working*), todo en un mismo sitio, evitando que los estudiantes

tengan que postergar etapas en el proceso por no tener a la mano los espacios o recursos necesarios. Asimismo, el enfoque transdisciplinar que actualmente es tan importante y necesario para enriquecer las posibilidades de construcción creativa es acorde con este tipo de espacios. Esta propuesta, innovadora, tiene entre sus objetivos el favorecer el proceso creativo desde una perspectiva colaborativa.

Las diferentes propuestas antes referidas dan cuenta de la integración de espacios con la finalidad de constituir entornos favorecedores para la creatividad durante el proceso de enseñanza-aprendizaje. En el primer caso, se presenta el entorno académico que tiene el alumnado que inicia su formación en Diseño en la UAM Azcapotzalco. Esas aulas presentan ventajas pero también áreas de oportunidad para constituirse en espacios más adecuados ante la necesidad de promover el desarrollo de ideas creativas. Los dos casos restantes nos muestran alternativas sobre las que se puede aprender mucho en cuanto a sus efectos para promover la creatividad.



Figura 9. "Aula del Futuro", desarrollada por el Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y Formación del Profesorado de España. Fuente: <https://intef.es/Noticias/el-intef-pone-en-marcha-el-aula-del-futuro/>



Figura 10. "Aula del Futuro", desarrollada por el Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y Formación del Profesorado de España. Fuente: https://twitter.com/fcl_euschoolnet/status/1199970331307450369

En la tercera parte de este trabajo se comentan algunos casos de aplicación de ejercicios de diseño con una finalidad creativa.

C. Experiencias y técnicas para motivar la creatividad en el aula

Para De Bono, el pensamiento creativo es un sistema auto-organizado que, como un campo fértil, requiere ser “arado” para crear nuevas y divergentes pautas o rutas de pensamiento que se establezcan como un hábito (De Bono, 2002, 35-44). Justamente esta dinámica neuronal que permite modelar el aprendizaje, y que hoy se explica por la neuro plasticidad, hace posible que, desde una visión metacognitiva, podamos implementar técnicas y herramientas, como las que ha desarrollado el propio De Bono (2002) y otros autores como Munari (2018) en el caso del diseño, Pricken (2004) en el caso de la publicidad o Rodari (1983) en el caso de la escritura.

El uso de técnicas que introducen la provocación para la detonación de ideas en el salón de clase, ya sea que se manejen de forma integrada o no a los contenidos académicos específicos de cada asignatura, no sólo fortalecen el tipo de pensamiento divergente, sino que aportan a la creación de un ambiente de trabajo mu-

cho más abierto y flexible, propicio para la expresión y la exploración individual y colectiva. Algunas de las técnicas más conocidas y aplicables a la formación en diseño son, por ejemplo, el pensamiento a través de formas retóricas, recontextualizar el problema, asignar roles para generar posturas diversas, analizar a partir de matrices, asociaciones a través del azar, generar preguntas hipotéticas, etc. En el campo del arte, cabe recordar las técnicas empleadas por grupos como los “surrealistas” o “dadaístas” como la llamada “cadáver exquisito”, la técnica onírica, o el dibujo o escritura automática. Ejercicios de diseño que requieran explorar conceptos y valores tales como deconstrucción y construcción de la forma, síntesis, expresión simbólica o innovación, pueden ser directamente beneficiados por este tipo de pensamiento creativo, activo y sistemático.

Ejemplos de ejercicios realizados en el aula

Los siguientes ejercicios realizados en el Aula de Lenguaje Básico y Aula de Sistemas de Diseño del Tronco General de Asignaturas (tronco común inicial en la UAM Azcapotzalco), dan cuenta de cómo la creatividad se ha trabajado en ellos como objetivo transversal a las diferentes temáticas del Programa de Estudios.



Figura 11. Ejercicios del Aula de Lenguaje Básico: “Deconstrucción del módulo”. En los que se observa el trazo preliminar de un módulo a partir del cual se “extraen” partes que resultan interesantes para recontextualizarse en una nueva composición. Fuente: Archivo propio.

En cada uno se explica el proceso creativo para el logro de resultados. Cada caso presenta conceptos cuya función es enfocar la temática de trabajo y servir como mecanismo para detonar o motivar la generación de ideas y el proceso creativo. Se describen las actividades realizadas por el alumnado y se muestran algunos de los resultados logrados, con la finalidad de evidenciar su diversidad y originalidad, así como su función como soluciones satisfactorias del problema planteado. Los aspectos de la creatividad a los que se dio mayor atención fueron dos: la generación de alternativas de solución novedosas y bien acotadas a la problemática planteada y la divergencia en el proceso de pensamiento creativo que dio origen a las configuraciones propuestas.

Ejercicio 1. Deconstrucción del módulo (Aula de Lenguaje Básico)

Este ejercicio trabaja con el concepto de deconstrucción, donde a través de ejemplos de arte y diseño se analiza cómo un elemento puede ser fragmentado de

diferentes maneras para, posteriormente, reorganizarlo atendiendo a nuevos principios y propósitos. De Bono señala que “en el análisis nos interesa *lo que es*. En el diseño nos interesa lo que *podría ser...*”

Es como un juego de construcción: uno separa las piezas, en el análisis, y después las junta para formar lo que quiere. Pero el diseño no solo consiste en juntar elementos, tiene que haber conceptos, y estos conceptos no surgen simplemente de la síntesis de los elementos separados” (De Bono, 2002, p.110)

Los participantes deben crear un módulo basado en una retícula para “extraer” formas a partir de las intersecciones, garantizando la coherencia interna. Las piezas resultantes se reconfiguran sobre una retícula que las ordena en el nuevo espacio, creando una composición completamente nueva.

Ejercicio 2. Mosaico mediante módulos enlazados (Aula de Lenguaje Básico)

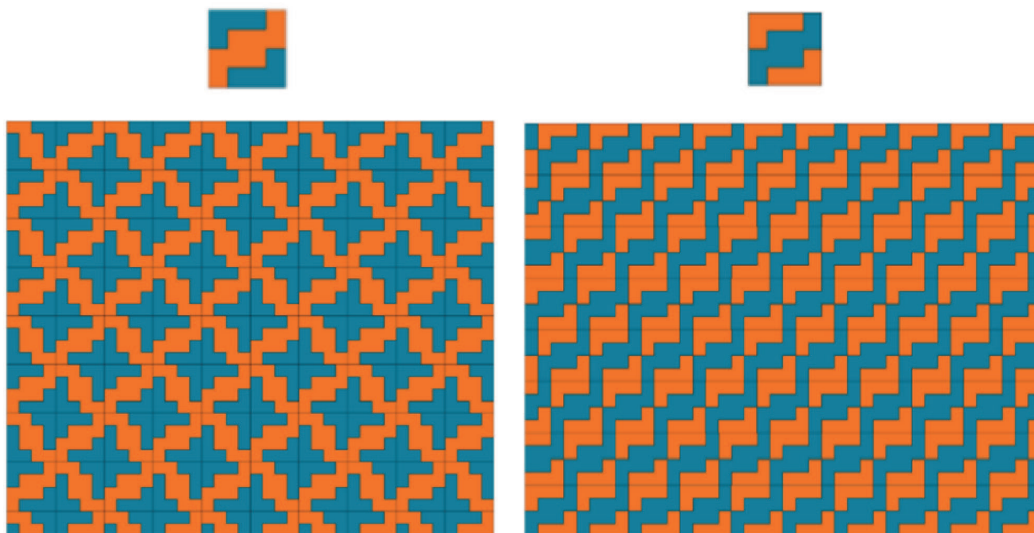


Figura 12. Ejercicios del Aula de Lenguaje Básico. Ejemplo de mosaicos mediante módulos enlazados.
Autor: Iker Martínez. Fuente: Archivo personal.

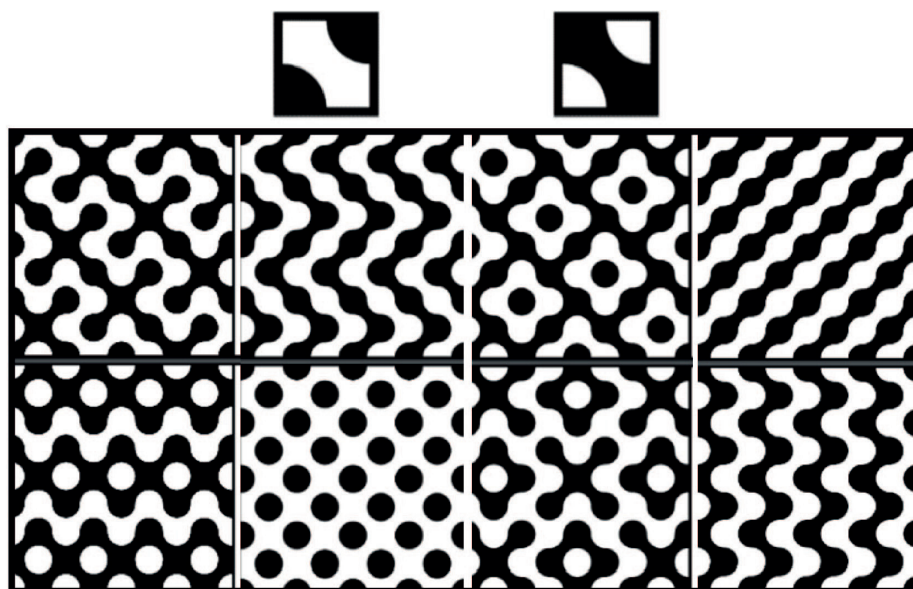


Figura 13. Ejercicios del Aula de Lenguaje Básico. Ejemplo de mosaicos mediante módulos enlazados.
Autor: Brian Islas. Fuente: Archivo personal.

Para la realización de este ejercicio se solicita al estudiante que, tomando como base una retícula regular que tesele el plano (cuadrangular, triangular o hexagonal), diseñe máximo tres mosaicos (módulos) que tengan tal relación entre sí, que al conectarse de diversas maneras permitan configuraciones distintas. Para el momento de este ejercicio, el estudiante ya ha conocido, practicado y diseñado, teniendo como eje de reflexión y de acción conceptos como módulo, patrón, sistema, supermódulo, teselaciones y retículas, figura-fondo, color, entre otros. La exploración formal demandada en este ejercicio implica, además del bocetaje previo de ideas, que el estudiante realice el corte de las piezas para observar qué sucede cuando literalmente les “da la vuelta”. La necesidad de movimiento para probar diferentes opciones imprime dinamismo a la exploración al involucrar otros canales sensoriales.

Ejercicio 3. Árbol fantástico (Aula de Sistemas de Diseño)

Las temáticas trabajadas mediante este ejercicio son, entre otras, sólidos de revolución, síntesis, color, for-

ma y equilibrio; sin embargo, buscando ir más allá de estos aspectos estético-formales, se añade el componente de la *fantasía* para animar la exploración conceptual. El ejercicio comienza con la lectura en voz alta de un texto que guía al alumnado a recorrer, desde lo sensorial y cognitivo, todos los aspectos de un árbol común. Posteriormente, mediante el mismo texto se invita a los estudiantes a personalizar el árbol y recontextualizarlo en un mundo fantástico donde puede cobrar cualidades especiales, usos alternativos o volverse un personaje de ciencia ficción. Como punto de partida al bocetaje se procede a explorar conceptos abstractos que al conectarse con el elemento “árbol” orienten su forma y función.

Conclusión

El concepto de la creatividad refiere a un fenómeno complejo que puede ser entendido por la naturaleza de sus procesos o por las características de los resultados alcanzados. La reflexión sobre la creatividad implica el trabajo en ambos aspectos, como parte de la formación inicial del alumnado de diseño.

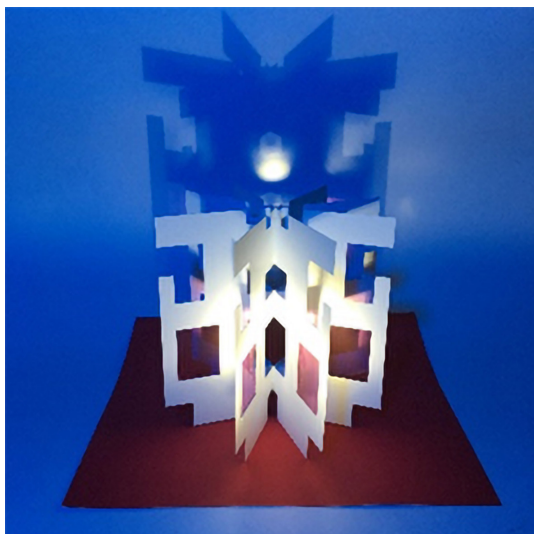


Figura 14. Ejercicio de Aula de Sistemas de Diseño.
Árbol-edificio. "Imaginé cómo podría ser un árbol si los hombres lo construyeran con materiales constructivos de hoy, con base en el funcionalismo".
Autor: Aldrin Hernández. Fuente: Archivo personal.



Figura 15. Ejercicio de Aula de Sistemas de Diseño.
Árbol-mariposa "Imaginé cómo sería un árbol que fuera el hogar de las mariposas".
Autor: Mónica Pacheco. Fuente: Archivo personal.

La creatividad implica tanto la solución de problemas prácticos como la configuración de realidades alternativas. El dominio de la creatividad ocurre en diversos niveles de abstracción y este dominio constituye parte fundamental del objeto de trabajo del diseño.

Si bien los procesos creativos implican una función cognitiva, otros factores como lo sensible y emocional inciden en su desarrollo y han de considerarse de manera integral en la experiencia del aprendizaje. Pero no solamente se trata de motivar respuestas creativas, se trata, también, de fortalecer un pensamiento creativo y esto implica favorecer la metacognición sobre la creatividad y la evaluación de la creatividad.

Para lograr estos propósitos el docente requiere una atención a una diversidad de factores. Aquí nos hemos referido a tres ámbitos: 1) los bloqueos al proceso creativo que pueden ser internos o externos a las personas, 2) el estado afectivo y su relación con los factores motivantes y potencializadores del proceso creativo y 3) el ambiente físico y su relación con la creatividad como factor facilitador u obstaculizador. En buena medida, la gestión de estos aspectos está al alcance del docente.

Un cuarto aspecto abordado en este trabajo fue la muestra de ejercicios específicos para resolver problemas de exploración y configuración formal mediante la creatividad.

En síntesis, en este trabajo se ha mostrado una aproximación al proceso creativo considerando diversas posturas y definiciones del concepto de creatividad, factores determinantes del mismo como es el estado emocional, los aspectos motivantes y los factores críticos que desde lo externo pueden favorecer o entorpecer el proceso, así como recursos didácticos de lo que nos valemos los y las docentes para orientar la formación del alumnado.

Que el alumnado que inicia la formación básica en Diseño comprenda qué es la creatividad, asuma su capacidad creativa y sea capaz de desarrollar su potencial, no sólo le permitirá aportar soluciones útiles e

innovadoras en un mundo demandante y en continua transformación, sino habituarse a percibir, entender y abordar la realidad de maneras divergentes y convergentes, a perfilar su identidad como diseñadores y afrontar los desafíos.

Aunque la incorporación de nuevas tecnologías al campo del diseño dé paso a un debate importante para el futuro de la profesión, estas herramientas no suplen la intervención de un diseñador suficientemente creativo que sepa cómo utilizarlas a su favor, adaptarse a nuevos entornos y resolver propositivamente los problemas y demandas que se le presenten.

Formar al estudiantado bajo este enfoque implica, para el docente, el compromiso de mantenerse en formación continua, compartir e implementar en su labor todo aquello que detone el proceso creativo, así como coadyuvar a construir un entorno adecuado en donde cada estudiante pueda explorar y desplegar su máxima capacidad.

Referencias

- Amabile, T. (2013). *Creativity and innovation in organizations*. Harvard Business Review Press.
- Bryan, M., Allen, C. y Cameron, J. (2000). *El camino del artista en acción*. Estaciones.
- Csikszentmihalyi, M. (1996). *Creativity: Flow and the psychology of discovery and invention*. Harper Collins.
- De Bono, E. (2002). *El pensamiento creativo*. Paidós.
- Esquivias, M. T. (2004). Creatividad: Definiciones, antecedentes y aportaciones. *Revista Digital Universitaria*, 5(1). Recuperado de <http://www.revista.unam.mx/vol.5/num1/art4/art4.htm>
- Ferruzca, M., & Cañedo, A. (2020). La revolución educativa empieza por lo material: Acabemos con las aulas tradicionales. En O. Hernández & R. Silva (Coords.), *Innovación educativa en educación superior* (pp. 267-290). Universidad Autónoma Metropolitana-Lerma. https://www.researchgate.net/publication/358146054_LA_REVOLUCION_EDUCATIVA_EMPIEZA_POR_LO_MATERIAL_ACABEMOS_CON_LAS_AULAS_TRADICIONALES_DISENO_DEL_LABORATORIO_DE_INNOVACION_METROPOLITANA_DE_LA_UAM-AZCAPOTZALCO
- García Aretio, L. (2020). Unas taxonomías de Bloom más actualizadas. *Contextos Universitarios Mediados*. http://e-spacio.uned.es/fez/eserv/bibliuned:UNESCO-contextosuniversitariosmediados-20-56/lgaretio_taxonomia_actualizada.pdf
- Gardner, H. (1993). *Creativity: Discovering the realities and the opportunities*. Basic Books.
- Goleman, D., Kaufman, P., & Ray, M. (2009). *El espíritu creativo*. Zeta.
- Kelley, D. (2013). *Creative confidence: Unleashing the creative potential within us all*. Currency.
- Lehrer, J. (2006). *Proust was a neuroscientist*. Houghton Mifflin Harcourt.
- Lehrer, J. (2009). *How we decide*. Houghton Mifflin Harcourt.
- Lehrer, J. (2012). *Imagine: How creativity works*. Houghton Mifflin Harcourt.

- López, A., & Mendoza, L. (2016). Taxonomías sobre creatividad. *Revista de Psicología*, 34(1). <http://dx.doi.org/10.18800/psico.201601.006>
- Marina, J. A. (1993). *Teoría de la inteligencia creadora*. Anagrama.
- Marina, J. A. (2013). *El aprendizaje de la creatividad*. Ariel.
- Ministerio de Educación y Formación Profesional y Deportes. Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y de Formación del Profesorado. (2020). *¿Qué es el Aula del Futuro?* <https://aula-delfuturo.intef.es/que-es-el-aula-del-futuro/>
- Munari, B. (1977). *Fantasia. Invenzione, creatività e immaginazione nelle comunicazione visive*. Gius, Laterza & Figli Spa.
- Munari, B. (2018). *Fantasia*. Gustavo Gili.
- Osho. (2006). *Creatividad: Liberando las fuerzas internas*. Grijalbo.
- Parra, D. (2014). *La educación silenciosa. Espacios escolares, discursos de poder e imaginarios colectivos*. VIII Coloquio Internacional de Geocrítica. El control del espacio y los espacios de control, Universidad de Barcelona. <http://www.ub.edu/geocrit/coloquio2014/David%20Parra%20Montserrat.pdf>
- Penagos-Corzo, J. (2018). Psicobiología de la creatividad, emociones y actitud creativa. *Revista Internacional de Educación para la Justicia Social*, 7(2), 33-46. <https://doi.org/10.15366/riejs2018.7.2.002>
- Pérez Cortés, F. (2014). *Acto y proceso creativo*. CyAD, UAM-Xochimilco. <https://publicaciones.xoc.uam.mx/>
- Pricken, M. (2004). *Publicidad creativa*. Gustavo Gili.
- Richardson, C., & Mishra, P. (2018). Learning environments that support student creativity: Developing the SCALE. *Thinking Skills and Creativity*, 27, 45-54. <https://www.punyamishra.com/wp-content/uploads/2018/02/SCALE-Evaluating-Creative-Learning-Environments-2017.pdf>
- Robinson, K. (2012). *El elemento*. Conecta. <https://www.afav.org/wp-content/uploads/2020/03/El-Elemento-Ken-Robinson.pdf>
- Rodari, G. (1983). *Gramática de la fantasía*. Argos Vergara.
- Runco, M. (2007). *Creativity: Theories and themes*. Academic Press.
- Runco, M. (2014). *Creativity and development*. Academic Press.
- Sainz, M. I., Velarde, B., & Delgado, A. (2022). Fantasía y ciencia ficción: Recursos para el pensamiento en el proceso de diseño. *Diseños de lo Intangible y lo Tangible*, 7(53-79). UAM-Azcapotzalco.
- Santaella, M. (2006). La evaluación de la creatividad. *Sapiens, Revista Universitaria de Investigación*, 7(2), 89-106.
- Sternberg, R. J. (2003). *Wisdom, intelligence, and creativity synthesized*. Cambridge University Press.
- Sternberg, R. J., & O'Hara, L. (2005). Creatividad e inteligencia. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, (10), 113-149. <https://www.re-dalyc.org/pdf/935/93501006.pdf>
- Torrance, E. P. (1974). *Guiding creative talent*. Prentice-Hall.
- Warner, S., & Myers, K. (2010). The creative classroom: The role of space and place toward facilitating creativity. *Technology Teacher*, 69. https://www.researchgate.net/publication/234560419_The_Creative_Classroom_The_Role_of_Space_and_Place_toward_Facilitating_Creativity

Desafíos comunicativos del diseñador industrial en Pymes manufactureras: habilidades persuasivas y modelos de valoración en la práctica profesional

Communicative challenges for industrial designers in manufacturing SMEs: persuasive skills and valuation models in professional practice

Mtro. Francisco Javier Gutiérrez Ruiz
Universidad Autónoma Metropolitana, Azcapotzalco
guru.disenio.16@gmail.com
ORCID: 0000-0001-6804-0920

Aceptado: 24/02/2025 **Publicado:** 27/09/2025

* Como citar este artículo / *How to cite this article:*
Gutiérrez R., F.J. (2025). Desafíos comunicativos del diseñador industrial en Pymes manufactureras: habilidades persuasivas y modelos de valoración en la práctica profesional. *un año de diseñarte, mm1*, (27), 166-181.

Resumen

En lo profesional, el flujo de comunicación entre el diseñador industrial y las partes interesadas en el proyecto o *stakeholders* constituye un proceso clave para el éxito proyectual. En el aula, importa visualizar este proceso por el efecto colateral que produce el aprender a diseñar a través de la simulación *in-vitro* de la actividad proyectual, ya que en los ejercicios proyectuales se atenúan obstáculos, exigencias y presiones normales del ámbito profesional, como lo es, el hacer valer las razones y resultados del diseño ante los *stakeholders*, cuyos marcos referenciales de valoración difieren de forma notable del sentido del diseño.

Palabras clave: práctica profesional del diseñador, PyMEs manufactureras, comunicación con *stakeholders*, modelos de valoración, habilidades persuasivas.

Introducción

Entorno empresarial: PYME de manufactura con una política orientada al producto

En el ámbito laboral, la transformación del mundo contemporáneo se percibe hoy, en general, como un proceso acelerado e irreversible que está modificando de raíz la dinámica habitual para practicar oficios y profesiones. Asimilar la transformación y corregir el rumbo según las repercusiones del cambio al ejercicio de las disciplinas, implica asumir posturas críticas orientadas a detectar la complejidad subyacente, así como de habilidades estratégicas para formular nuevas opciones y salir bien librados del fenómeno. Si bien hoy, el discurso del diseño tiende hacia nuevas rutas como el diseño de experiencias y de servicios, el diseño de nuevos productos es una especialidad que perdurará en la empresa ante la inherente complejidad que implica su resolución.

En un país tan diverso como México¹, el sentido que adquiere la expresión, “ejercicio profesional del diseño industrial”, es en realidad un crisol de modalidades y variantes sobre la forma en que, idealmente, se realiza el diseño del producto manufacturado. Su complejidad

Abstract

Professionally, the flow of communication between the industrial designer and the parties interested in the project or stakeholders constitutes a key process of projective activity success. In the classroom, it is important to visualize this process due to the collateral effect produced by learning to design through in-vitro simulation of project exercise, since in project exercises, normal obstacles, demands and pressures of the professional field are attenuated, as it is, asserting the reasons and results of the design before the stakeholders, whose reference frameworks of assessment differ significantly from the meaning of the design.

Keywords: Professional Practice of the Designer, Manufacturing SMEs, Communication with Stakeholders, Valuation Models, Persuasive Skills

1. Esta diversidad ocurre también a nivel organizacional: el tamaño y nivel de especialización funcional, tecnológica, operativa y financiera, entre las ramas, sectores manufactureros y empresas en México, es sumamente diverso

deriva de una mezcla de factores que definen, en cada caso, un proyecto diferente de diseño, entre otros: sector productivo, tipo de organización (pública, privada o de la sociedad civil),² tamaño de la empresa (PyME o gran industria), especialización de la estructura organizacional de la empresa, contenido tecnológico del producto, nivel de comercialización y tipo de mercado.

Este escrito busca mostrar un panorama general sobre obstáculos comunes de la comunicación entre el diseñador y los *stakeholders*³ del proyecto, cuyo enfoque se alimenta del conocimiento empírico adquirido durante dos décadas de ejercicio profesional⁴. Por supuesto, se toca aquí un tema fundamental en la intersección entre la práctica profesional del diseño y el ámbito académico: la dificultad de legitimar el conocimiento empírico y experiencial en contextos académicos dominados por metodologías formales y cuantitativas.

2. Jean Cohen y Andrew Arato (1994), definen sociedad civil como: "Es una esfera de instituciones, organizaciones y relaciones situadas entre la familia, el sistema económico y el Estado. Aunque está compuesta por una pluralidad de formas asociativas, su característica central es la autonomía respecto al Estado y el mercado." (p.85)

3. Edward Freeman (1984) llama stakeholders a: "cualquier grupo o individuo que puede afectar o ser afectado por la consecución de los objetivos empresariales" (p. 24). Stakeholders del proyecto son, entonces las partes interesadas en el proyecto de diseño: propietarios, inversionistas, directivos de producción, comercialización, finanzas, recursos, empleados, clientes, aliados estratégicos, proveedores, sindicatos, consumidores, comunidad local. En este escrito se usarán indistintamente los términos: partes interesadas, grupo de interés o stakeholders del proyecto.

4. El conocimiento empírico referido sobre las complejidades inherentes a la comunicación entre el diseñador industrial y los stakeholders en proyectos desarrollados dentro de PyMEs mexicanas del sector manufacturero proviene, en gran medida, de experiencias profesionales acumuladas y del intercambio continuo con una red informal de colegas que se desempeñan en distintos ámbitos del diseño. Esta base empírica responde a la escasez de estudios sistemáticos y publicados que documenten de manera amplia, rigurosa y sostenida este fenómeno. La literatura disponible es limitada, generalmente fragmentaria, de alcance temporal reducido y derivada, en muchos casos, de esfuerzos individuales no consolidados institucionalmente. Aunque el tema ha sido discutido en foros profesionales y académicos, estas discusiones no han generado evidencia documental accesible o perdurable. Además, parte de la información compartida de manera informal entre profesionales no puede ser divulgada públicamente debido a restricciones de confidencialidad empresarial.

Por ello, importa aclarar que, el saber que se quiere hacer valer aquí es de tipo tácito y práctico-profesional, conceptos fundamentados por autores como, Donald Schön (1983), en su concepto de "profesional reflexivo", y por Michael Polanyi (1966), con su noción de "conocimiento tácito", entre otros autores reconocidos que estudian la práctica basada en la evidencia y que integran la experiencia profesional en procesos investigativos. De forma que, el enfoque asumido aquí no es el de una investigación tradicional, lo cual fue descrito con acierto por un revisor de este artículo de la siguiente manera: No se trata de una investigación empírica tradicional con hipótesis, instrumentos y análisis de datos, sino más bien de una indagación conceptual argumentativa, cuya finalidad es aportar a la comprensión de un fenómeno complejo: la comunicación entre el diseñador industrial y los stakeholders.

Así, el tratamiento del tema se ubica en un entorno local común para el diseñador industrial: la empresa mediana de manufactura,⁵ dirigida bajo una política orientada al producto y donde, el proyecto de diseño forma parte de un conjunto de proyectos paralelos (comunmente, uno de comercialización y otro de I+D), que conforman un plan estratégico de la empresa. El caso contempla al diseñador como líder del proyecto,⁶ teniendo a cargo la gestión de los *stakeholders* y del equipo de diseño que dirige. En este contexto, un factor primordial de éxito radica en las competencias técnicas, es decir, en la capacidad del equipo de diseño para dominar con maestría el cuerpo de saberes teóricos y técnicos de la disciplina y la capacidad de adecuarlos a la situación particular mencionada; pero también, en la capacidad de gestión del líder para conducir el proyecto hacia la concreción de un producto competitivo. Sin embargo, en este trance proyectual

5. Según la Unión Europea (2002), se considera como PyME a una empresa que cuenta con menos de 250 empleados y más de 10.

6. La gran mayoría de PyME de manufactura en México, no tienen un departamento interno en diseño industrial, por lo que, con frecuencia, delega la tarea a otros departamentos de la empresa como son el de ingeniería del producto, mercadotecnia o de arte. En ocasiones, las PyME contratan los servicios de agencias externas o a un diseñadores independientes para ello.

que culmina en la definición total del producto, resulta inevitable que el líder enfrente severos obstáculos, cuestionamientos y objeciones de los *stakeholders*, derivados de las diferencias de enfoque respecto del trabajo habitual del diseñador⁷.

La extensión limitada del escrito, obliga al tratamiento sintético de las situaciones más comunes generadas por barreras de la comunicación, pero se indican fuentes especializadas para profundizar al respecto. Para contrastar tales diferencias de enfoque a lo largo del proyecto profesional de diseño, se optó por caracterizar aquí como NO-diseñador a todo especialista o *stakeholder*⁸ que carece de una educación formal en diseño; ello permitirá contrastar elementos del discurso del diseño industrial con el sentido, principios y valores propios de los marcos de referencia disciplinarios de otros especialistas. Y es que, en el contexto empresarial descrito, son los NO-diseñadores (*stakeholders* relevantes), quienes autorizan los avances y resultados del proyecto, a partir de una valoración que trasciende al diseño, que se centra en la viabilidad y rentabilidad de negocio de la nueva mercancía que desarrolla el equipo de diseño industrial.

Desarrollo

Un factor clave de éxito en el desempeño de un líder de proyecto, radica en su capacidad de gestión de los *stakeholders*, quienes se definen como, todas las partes interesadas (con niveles de interés y poder diferentes), que pueden verse afectadas de forma directa o indirecta por el proyecto, sean organizaciones o personas. Los *stakeholders* relevantes⁹ son, en general, es-

7. La frase, "el trabajo del diseñador", comprende aquí las actividades intelectuales más representativas al ejercer esta profesión, como son: razonar, sustentar, evaluar, opinar, argumentar, salvar objeciones, lanzar ideas, generar opciones de solución, bocetar, experimentar, presentar avances y resultados, etc.

8. En el management, se les conoce como las partes interesadas en el proyecto de diseño industrial; estos pueden ser: director de la empresa, gerentes de las áreas, comercial, finanzas, marketing, ingeniería, manufactura, líder de proyecto y proveedores.

9. Freeman (1984, p. 24) hace la distinción entre relevantes y secundarios, siendo los últimos los que, en la práctica real, tienen un

pecialistas¹⁰ altamente experimentados en negocios, dirección, comercialización o finanzas; con una cultura empresarial desarrollada, ocupan cargos de alto nivel en la empresa o tienen un grado alto de influencia a nivel directivo con ella (accionistas, fabricantes, socios, líder del proyecto, clientes, usuarios finales y proveedores); y lo principal, tienen poder de decisión directa sobre el proyecto de diseño industrial.

El grupo de interés en el proyecto (los *stakeholders* en conjunto), está presente en el juego de hacer diseño bajo las reglas de un contexto empresarial concreto; en general, representan grupos de interés (sea económico, de poder, político, vecinal, etc.), e interactúan en el campo de juego por iniciativa propia buscando algún tipo de beneficio. Los *stakeholders* secundarios, son aquellos que no tienen una participación activa en la toma de decisiones del proyecto, pero cuyas expectativas importa cumplir porque de verse afectadas, pueden llegar a bloquear, retrasar o incluso abortar el proyecto. Ellos son: empleados, competidores, autoridades reguladoras y la comunidad en general¹¹.

Por ello, la metodología del *PMBok*¹² recomienda que, al inicio de todo proyecto profesional, el equipo de diseño identifique lo más pronto posible al total de los *stakeholders* secundarios del proyecto, detecte correctamente cuál es su interés en él, así como las necesidades y expectativas en el mismo, qué conocimiento e información pueden aportar y cuáles son sus

voto de mayor peso y una representación directa en negociaciones y presentaciones del proyecto.

10. Con mucho menor frecuencia, los directivos de una empresa tienen formación en algún tipo de ingeniería.

11. En un entorno de creciente conciencia ambiental y empoderamiento ciudadano, la comunidad en general juega hoy un rol importante, sobre todo por los movimientos ambientalistas o la comunidades impactadas.

12. Project Management Body of Knowledge (cuerpo de conocimientos de la gestión de proyectos), que es el conjunto de manuales publicados por el Project Management Institute, organismo que establece procesos, prácticas recomendadas, terminologías y directrices que se acepta como estándar dentro del sector de la gestión de proyectos.

requerimientos. Debido a la particular postura de interés y a la responsabilidad que tienen en el proyecto, los *stakeholders* llegan a ejercer una función peculiar: ser excelentes generadores de obstáculos y objeciones al diseño industrial.

En este contexto, la empresa que demanda un proyecto de diseño¹³ buscará ejercer el control y seguimiento estricto del mismo, porque, al contratar este servicio tiene derecho de cuestionar, sin miramientos, todo aquello que concierne con los avances y resultados. De forma que, los directivos garantizarán la alineación de objetivos entre el proyecto y la organización, en especial entre los estratégicos de negocio, de comercialización y de I+D (si existe tal especialidad en la empresa).¹⁴ En este marco, es que se define la estrategia de diseño, los objetivos del proyecto, así como la planeación, supervisión, control y cierre del mismo, para cubrir las exigencias tecnológicas, productivas y comerciales de la empresa. Un líder del proyecto de diseño tiene la responsabilidad de gestionar que las cosas sucedan conforme lo planeado, con una actitud práctica, previsor, flexible y orientada a cumplir las metas. Por gestión del proyecto de diseño se entiende aquí:

Aquella actividad que se practica a través de un proceso, tanto al interior como al exterior de la organización, cuyas funciones esenciales son, por un lado, la conducción integral de los procesos y de los actores que posibilitan las acciones de innovación y creación de valor con diseño y, por otro, las acciones de administración de recursos que hace posible la concreción de actividades operativas del equipo de diseño con los demás departamentos de la empresa. Es decir, gestionar el proyecto es una acción que crea un vínculo, en ambos sentidos, entre el equipo de diseño y su medio, para posibilitar iniciativas de cambio en los productos y servicios en la empresa (Gutiérrez, 2012, p. 183).

13. Sea al equipo de diseño interno o a un bufete externo, si la empresa lo considera pertinente.

14. Con frecuencia, un proyecto de diseño industrial en la PyME forma parte de programa estratégico (un conjunto de proyectos interrelacionados), o de un portafolio de proyectos que en su conjunto, apuntan al logro del mismo objetivo estratégico.

Por supuesto, el diseñador líder del proyecto¹⁵ es parte del grupo de *stakeholders* y entre sus funciones básicas están, planear, administrar, prever, comunicar y resolver situaciones, pero sobre todo, lograr integrar, a través de la mediación de intereses, tanto el conocimiento como la experiencia de los stakeholders en una nueva solución. Esta sinergia de diseño abierta a la colaboración y experiencia de los otros, es lo que William Lidwell (2018) define como “diseño por comité” (p. 74).

La comunicación durante los ejercicios proyectuales en el aula

A partir de tres décadas de experiencia docente en el área de diseño, se observa con frecuencia que los estudiantes presentan sus proyectos de forma desordenada y poco persuasiva, especialmente cuando se enfrentan a la necesidad de comunicar sus ideas a los *stakeholders*. Esta tendencia ha sido documentada en múltiples ocasiones a través de observaciones cualitativas, y aunque no se han realizado estudios empíricos formales sobre este fenómeno, la repetición de este patrón sugiere que la comunicación efectiva sigue siendo un desafío importante en el ámbito educativo. Al parecer, esto se deriva de una práctica cotidiana donde se dirige la comunicación siempre a sus colegas del aula y, ante un público de colegas, siempre resultará fácil comprender las ideas, razones y argumentos que se presentan sobre un proyecto, aun si son expresadas de forma incompleta, con desorden o usando un lenguaje coloquial impreciso; pero tal simplificación de la comunicación falsea la realidad profesional, pues las objeciones planteadas al proyecto por parte de colegas, siempre irán en el mismo sentido que el marco conceptual del diseño.

Aprender a diseñar a través de la simulación *in-vitro*¹⁶

15. El líder de proyecto puede ser el gerente de diseño si hay un equipo de diseño interno, o un diseñador experimentado de la agencia externa que presta los servicios.

16. Respecto al proyecto didáctico y su hipótesis formativa universitaria en un ambiente de protección y ayuda, Medardo Chiapponi (1999) usa la metáfora “Diseño in Vitro” para cuestionar el efecto que este modelo genera en la formación del diseñador: “se presupone

de la actividad proyectual, con el fin de potenciar la capacidad de generar soluciones idóneas al problema que se aborda, produce una idea errónea acerca de los obstáculos, a veces fulminantes, que se enfrentan en lo profesional, los cuales, por supuesto, resultan invisibles para aquel profesor del taller de diseño que carece de experiencia profesional.¹⁷ Tal entorno de confort comunicativo no establece las condiciones idóneas para que el estudiante desarrolle la capacidad de contrarrestar con solidez y agilidad mental, los difíciles cuestionamientos que las partes interesadas le plantean al diseñador industrial en lo profesional. Puesto que en el aula no se puede entablar una comunicación con los *stakeholders* de los proyectos,¹⁸ la comunicación entre las partes se limita a las asesorías del profesor quien, buscando mejorar los resultados, cuestiona con base en su experiencia profesional¹⁹ las decisiones que el estudiante toma, para hacerle ver el efecto y las posibilidades que tiene al tomar otras decisiones.

La solidez de la argumentación del diseñador industrial durante el proyecto

Resulta cada vez más frecuente escuchar argumentaciones débiles en el aula a la hora de sustentar aspectos importantes del proyecto de diseño, rebatir objeciones a las decisiones tomadas o explicar los be-

ne que, a través de la simulación in-vitro de la actividad proyectual se puedan madurar capacidades y competencias necesarias y suficientes para poder ejercer a continuación la profesión de diseñador industrial" (p. 132).

17. Este tema se ha discutido suficientemente en foros y artículos de diseño industrial, concluyendo que los grados académicos no suplen la experiencia profesional. El taller de diseño requiere de profesores experimentados en la práctica de la profesión, mientras que, en las materias teóricas y metodológicas, es muy valiosa la participación de académicos con estudios de maestría y doctorado.

18 Lo cual podría ser atenuado, si cada taller de diseño se planteara como un estudio de caso, en el que se proporcione previamente al alumno, requisitos y condiciones específicas planteadas por stakeholders reales.

19. Justo por ello, el valor de la experiencia profesional del profesor del taller de diseño es clave al formar diseñadores; porque conoce de forma directa la situación tecnológica, financiera y comercial de una PyME de manufactura.

neficios del nuevo producto. Al parecer, tal tendencia es reflejo del clima intelectual de nuestra época,²⁰ en la que florecen discursos de débil fundamento²¹ para explicar fenómenos complejos en distintas áreas del saber del ámbito universitario.

En el aula de diseño industrial, un problema importante radica en la creencia de que tanto opiniones, conjeturas, como *slogans*²² pueden ser usados como argumentos para fundamentar el diseño; por supuesto, tal proceder no se sostiene si tuviera que exponerse al escrutinio de un consejo directivo en la empresa. El reconocido filósofo italiano Giovanni Sartori (2015), advierte a los jóvenes de la sociedad contemporánea sobre la actual degradación que sufren los lenguajes especializados por la primacía de lo visual (la imagen), lo que reduce la capacidad para usar términos precisos y por ende, la habilidad para formular argumentaciones sólidas que neutralicen objeciones surgidas desde enfoques parciales, que tienden a demeritar, en el caso aquí planteado, el sentido integral con que el diseño resuelve el nuevo producto. Otro factor que contribuye en la debilidad de argumentación, consiste en confundir el uso de los términos: dato, información y conocimiento, cuya fuerte relación no los convierte en sinónimos; por sus importantes diferencias, es que adquieren un peso específico muy distinto al utilizarse como argumentos.²³

20. El término alemán *zeitgeist* (el clima intelectual de la época), es muy preciso en este sentido.

21. Fenómeno analizado con solidez en publicaciones como; El pensamiento débil, de Gianni Vattimo (2007); El hombre light, del filósofo Enrique Rojas (2000) y; Razón débil y educación light, de Enrique Gervilla (1994).

22. Entre los slogans frecuentemente usados como argumento están, el diseño industrial: mejora la calidad vida; humaniza los entornos; humaniza la tecnología; genera experiencias significativas; crea innovaciones; mejora la competitividad del producto; reduce el impacto ambiental. La debilidad de las aseveraciones anteriores radica en que, ellas omiten el hecho de que el diseño industrial es solamente un co-productor de las situaciones en las que se involucra y, por tanto, en los beneficios que promete.

23. El concepto de "pirámide informacional" aclara con bastante precisión tan importantes diferencias. Véase la publicación Inteligencia de José González (2012).

Un aspecto útil para apuntalar la argumentación ante los stakeholders del proyecto, sobre las razones y posibilidades del diseño industrial, es que el novel diseñador puede apoyarse en experiencias globales de éxito donde el diseño ha logrado incidir positivamente en los procesos de mejora de las empresas. En el site del *British Design Council*,²⁴ se encuentran al acceso casos de estudio reales sobre, cómo el diseño industrial genera beneficios a los negocios en el Reino Unido, que desglosan indicadores específicos útiles como argumentos si se ajustan a nuestro contexto.

Comunicar de forma precisa y ágil las razones y resultados del diseño

Para mejorar de forma significativa las habilidades de comunicación del estudiante con los *stakeholders* del proyecto, es necesario integrar prácticas decantadas de la experiencia profesional, lo cual exige como fundamental factor de aprendizaje en el aula del taller de diseño, un nivel aceptable de experiencia profesional del profesor, así como un alto compromiso por fomentar una comunicación eficaz dirigida a los NO-diseñadores. Al estar presentes los *stakeholders* a lo largo de todo el proyecto profesional, el sentido de la comunicación entre las partes interesadas mantiene en esencia la misma lógica²⁵ pero orientada, en distintos momentos del proyecto, a los fines particulares de cada fase.

En lo profesional, una vez autorizado el proyecto a realizar, el proceso de diseño industrial implica²⁶ un trabajo sistematizado orientado, según el caso y la naturaleza del proyecto, a formular un sistema de elementos que sirvan de base para alcanzar las metas de

cada fase (véase Figura 1). **Fase A:** captar la realidad del problema de diseño en su real complejidad (diagnóstico), para definir el proyecto, los requerimientos operativos y limitantes productivas, culturales y medio ambientales del producto y, condensar esto en el *brief* de diseño; **Fase B:** explorar y elegir un concepto de solución viable y madurar su estructura funcional-expresiva²⁷ con atributos que otorgen al producto un valor superior en el mercado y, además, afinar con modelos de estudio la eficiencia de las dimensiones tecnológicas clave; y, **Fase C:** diseñar los detalles tecnológicos y productivos para su fabricación y elaborar las instrucciones precisas de manufactura (planos de producción), renders del producto que cubran el factor emocional de la comunicación, así como los llamados entregables sobre especificaciones técnicas, productivas y de costos, y todo, dentro de requisitos del negocio y la normatividad correspondiente.

En este proceso, en general, la comunicación del diseñador industrial con las partes interesadas es un acto intelectual en distintos sentidos, que implica: argumentar, salvar objeciones, mediar intereses, explicar bocetos, deliberar, negociar, persuadir y tomar decisiones. Según las exigencias de cada entorno empresarial y de cada caso, las juntas del proyecto resultan ser momentos clave para deliberar, negociar, consensuar acuerdos y tomar decisiones entre las partes interesadas (véase Figura 1).

Por supuesto, el contenido y tipo de cuestionamiento y las objeciones que se plantean al diseñador en cada fase, caso y situación difieren, sin embargo, se mantiene como factor determinante, el comunicar con un orden lógico (de lo general a lo particular), de forma concisa y directa, con ideas claras, y responder las objeciones con precisión, agilidad y seguridad, para evitar errores de entendimiento entre las partes que puede ocasionar que un proyecto en marcha se salga de control.

24. Ver: www.designcouncil.org.uk.

25. Para entrar en los detalles especializados del proceso de comunicación, como son los entregables del proyecto, se recomienda consultar los manuales PMI Book, del Management Institute, que muestran los formatos recomendados para elaborar los "entregables" del proyecto.

26. Otros enfoques del diseño como es el "desarrollo de nuevos productos", contemplan fases adicionales de su proceso. Sin embargo, este escrito se centra estrictamente en el proceso de diseño de productos.

27. Se entiende aquí por "funciones del producto", el concepto aportado por Gros (1983), que consiste en resolver, en un primer momento, las dos funciones más básicas del producto: instrumental y expresiva (o del lenguaje del producto).

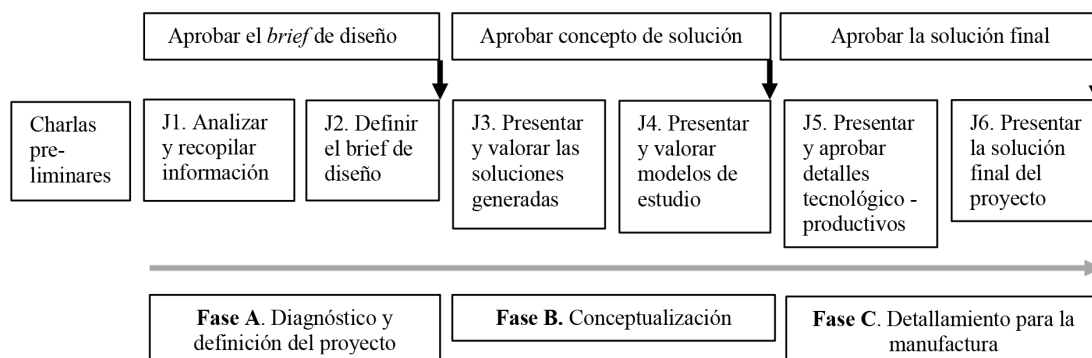


Figura 1. Esquemización lineal del proceso profesional de diseño industrial.

Se indican con la letra “J” las juntas formales de trabajo que son momentos de comunicación determinantes para el proyecto.

La sinergia²⁸ que resulta del enfoque interdisciplinario al proyecto de diseño genera productos significativos para el usuario, competitivos y coherentes con el entorno. En ella, el diseño industrial promueve un enfoque crítico al problema abordado y una solución integral centrada en el usuario, aportes disciplinarios esenciales en la construcción de futuros deseables en la sociedad. En contraste, la función esencial de los *stakeholders* apunta en un sentido estricto del negocio y la manufacturabilidad: concretar una mercancía competitiva, rentable, manufacturable, que cubra las oportunidades del mercado con base en las ventajas competitivas de la empresa.

Conviene señalar aquí que, para un diseñador experimentado en lo profesional, es evidente que la tendencia actual de la empresa es maximizar el lucro a costa de los demás factores, lo cual se constata en estudios²⁹ que analizan prácticas empresariales orientadas, por ejemplo, a esquivar normativas medio-ambientales o laborales que afecten su rentabilidad. Importa referir aquí posturas emergentes del diseño que plantean en-

foques sistémicos y transdisciplinarios, mas cercanos con los actores del proyecto. Enzo Manzini (2015), es un autor destacado que ha trabajado extensamente en el cruce entre: diseño estratégico, innovación social e investigación etnográfica. Su trabajo plantea una atención de la comunicación desde conceptos como: diseño difuso y diseño experto; co-diseño y participación; proyectos abiertos y colaborativos; y sostenibilidad social, otorgando al diseñador una postura más de mediador, facilitador y activador de procesos colaborativos. Estudiar y adecuar estas posturas al contexto de las PyMEs en México, es un reto en la comunicación del diseñador.

La cultura organizacional: un entorno ríspido para innovar y diseñar

En la literatura del diseño y disciplinas afines, las últimas décadas se han mostrado como un campo fértil de discursos y modelos conceptuales de “vanguardia”,³⁰ desde las posturas de sustentabilidad, co-creación, economía circular, experiencias del usuario y otros

28. Sinergia (RAE): Acción de dos o más causas cuyo efecto es superior a la suma de los efectos individuales.

29. Entre los estudios prestigiosos que demuestran tales prácticas, están: Naomi Klein (2001), John Perkins (2004), Noam Chomsky (1999) y Miguel Pajares (2022).

30. Ejemplo de tales posturas son: el diseño social, el diseño centrado en el usuario y el enfoque interdisciplinario del diseño, que son principios centrales del Modelo General del Proceso de Diseño, en la UAM-A (véase, Enrique Dussel, Fernando Danel, Felipe Pardini et al) (1992).

temas más. Una peculiaridad común en estos modelos ha sido que, de forma tácita, ubican al diseño en el lugar central de la toma de decisiones al más alto nivel organizacional, lo cual contrasta significativamente con la realidad. Incluso en las economías más desarrolladas, tales modelos de vanguardia rara vez han permeado la realidad empresarial por una mezcla compleja de factores, entre otros: complejidad de implantación, riesgos e inercia institucional (Hamel y Prahalad, 1994). De forma que, el diseño rara vez ocupa el centro de la toma de decisiones al más alto nivel organizacional; para constatarlo, basta revisar lo que sucede en el grueso de las empresas de manufactura a nivel global.

Así, el entorno empresarial real de las PyMEs de manufactura donde se busca innovar y diseñar nuevos productos es, en general, un entorno que plantea grandes retos para el diseñador industrial: un sistema de estructuras funcionales interrelacionadas que operan bajo el poder vertical, para maximizar: productividad, ventas y por ende, rentabilidad. Desde esta lógica, se explica en parte, el porque en general, estas empresas tienden hoy a usar a las disciplinas como el diseño industrial, como simples técnicas “orientadas a conocer de cerca al consumidor, con el único móvil de incrementar las ventas”³¹ (Gutiérrez y Rodríguez, 2021, p. 37).

Cuando la experiencia profesional como diseñador industrial es pobre, se suele pensar que la colaboración y el acuerdo fluidos entre especialistas es algo normal en un proyecto profesional de diseño, pero esto no siempre es así. En teoría, los procesos de comunicación parecen simples: solo basta expresarse con claridad para lograr entendimiento y colaboración; pero en la práctica, además de los obstáculos que derivan de la diferencias de los marcos de valoración ya mencionados, surgen barreras frecuentes derivadas de la cultura organizacional que prevalece (Ogliastri, 1999), y de la poca o nula experiencia de la propia empresa

para innovar y diseñar productos,³² en los que importa poner atención y energía.

En la literatura especializada, autores como Ulrich y Eppinger (2016) plantean de manera integral, cómo las diferentes áreas funcionales de una empresa participan en el proceso de diseño y desarrollo de productos; sin embargo, importa advertir en el aula del diseño, que en la práctica cotidiana de una PyME en México las diferencias son importantes, porque su estructura organizacional es limitada y por ello, es común que los profesionistas realicen funciones que exceden a sus disciplinas; por ejemplo, es frecuente que el propietario sea a vez el director y lleve las finanzas de la empresa, o que el diseñador realice a la vez, funciones de ventas o de producción.

Lograr un dominio aceptable de las capacidades y habilidades de comunicación que se abordan en este trabajo, requiere no solo de cualificaciones especializadas, sino también, de comprender el origen de cierta resistencia común en los entornos empresariales. En este sentido, el reconocido especialista en creatividad Edward de Bono (1992), sugiere que las ideas nuevas suelen generar incomodidad o desconfianza, especialmente entre los grupos de interés del proyecto. Esto puede interpretarse en el sentido de que las propuestas innovadoras generan incertidumbre, porque confrontan el pensamiento establecido y pueden amenazar las estructuras mentales y organizativas ya consolidadas. Como resultado, quienes deben autorizar dichas propuestas enfrentan altos niveles de estrés, en particular cuando implican inversiones significativas, y esto se acentúa aun más, en disciplinas basadas en principios y valores de certidumbre, como: finanzas, ingenierías, tecnología, contaduría.

La siempre acertada sabiduría popular es muy clara en esto: “Los argumentos contra las ideas nuevas pasan en general por tres fases distintas: de “No es cierto” a “Bien, quizá sea cierto, pero no es importante”, y finalmente “Es cierto y es importante, pero no es nuevo,

31. La misma tendencia se observa en disciplinas como: etnografía, psicología y sociología, cuya aportación integral en la gran empresa se reduce cada vez más, al de una técnica eficaz para generar productos seductores.

32. Ello porque, en general, la PyME de manufactura en México carece de un departamento interno de diseño.

siempre lo hemos sabido" (Barrow, 2007, p. 17). Por su parte, el diseñador alemán Horst W. Rittel (1981), advierte, en su interesante artículo *El razonamiento de los diseñadores*, que nuestro tipo de pensar no resulta precisamente afín con el racionalismo³³ riguroso y herméutico que caracteriza el pensar de ingenieros, financieros, contadores y especialistas en costos.

De forma que, aunque diagnósticos y resultados, parciales o finales del proyecto se construyen desde el acuerdo entre *stakeholders*, las frecuentes divergencias de parecer entre especialistas son comunes, porque los modelos conceptuales que subyacen a cada enfoque asumido ante el diseño, ponen en la mira sólo los elementos que importan a una particular disciplina y desechan otros; lo cual, puede generar objeciones, deliberaciones y negociaciones ríspidas en juntas formales del proyecto o durante las presentaciones de los avances del mismo.

Un ejemplo de esto ocurre al validar la estética del producto: si bien el uso de formas orgánicas y geometrías alabeadas resultan más caras de manufacturar,³⁴ su valor radica en el impacto comercial que el concepto de diseño (sutil simbolismo derivado de la síntesis natural entre funcionalidad y belleza), tiene en el posicionamiento de la marca y en la diferenciación del producto, que son hoy razones decisivas para el consumidor³⁵ en los mercados altamente competitivos. De forma que, el habitual discurso académico del diseño, en el que se aluden entornos empresariales fértiles para la tecnología, la innovación y el diseño, es en realidad favorable sólo en las grandes empre-

sas que buscan estar a la vanguardia, con una cultura organizacional orientada al cambio y la innovación.

Mientras que, en la mediana empresa, en general, prevalece cierto entorno de desconfianza y precaución hacia la innovación y el cambio,³⁶ que se refleja finalmente, en cuestionamientos y objeciones a las razones y soluciones del diseño industrial. Responder con eficacia y agilidad tales exigencias, para hacer valer las ventajas del enfoque integral con que el diseño aborda los problemas y la aportación funcional-expresiva que otorga valor a sus soluciones, requiere de un entrenamiento especial para formular con objetividad³⁷ y agilidad mental, argumentos clave que pocas veces son exigidos en un proyecto académico; es decir, agilidad mental para argumentar con solidez a partir de la natural divergencia de enfoques y de la información³⁸ detectada en la investigación del problema que se aborda. Sólo así, se es capaz de neutralizar las frecuentes valoraciones parciales del NO-diseñador fincadas en datos duros, que tienden a inhibir la aportación expresiva y funcional del diseño hacia el sesgo racionalista de la rentabilidad.³⁹

Aspectos que dificultan la comunicación eficaz con las partes interesadas en el proyecto

En la Figura 2, se esquematizan cinco de los obstáculos de comunicación que con frecuencia surgen en las juntas de trabajo de un proyecto profesional, y que

33. Según la RAE, el racionalismo en el ámbito de la arquitectura es, "el movimiento de la vanguardia europea que utiliza las formas funcionales de la industria para atender las necesidades sociales del urbanismo moderno".

34. Bajo los análisis productivistas, datos como los costes del proceso, del herramental (por geometrías complejas de los moldes) y tiempos y movimientos de maquinado, hacen que las razones del diseño parezcan inconvenientes o caprichosas.

35. Una breve encuesta de opinión con los usuarios del producto, con base en un render del mismo, bien puede fundamentar este hecho de manera objetiva.

36. Véase Rodríguez (2001).

37. Importa apuntalar tales argumentos con ejemplos de otros casos donde se ha estudiado la mejora de competitividad por diseño. El portal de *Design Council* (designcouncil.org.uk), presenta casos concretos que pueden servir de referencia en una junta de trabajo, adecuándose al particular contexto en el que se trabaja.

38. En ocasiones, datos técnicos, productivos, de usabilidad, pero también, criterios sobre los estilos de vida, medio familiar o laboral, así como factores estéticos y simbólicos. Por ello, importa entender que un buen diseñador es una persona culta.

39. Desde una postura técnica, siempre resultará más barato cubrir un mecanismo poco estético con una "cajita" tipo carcasa

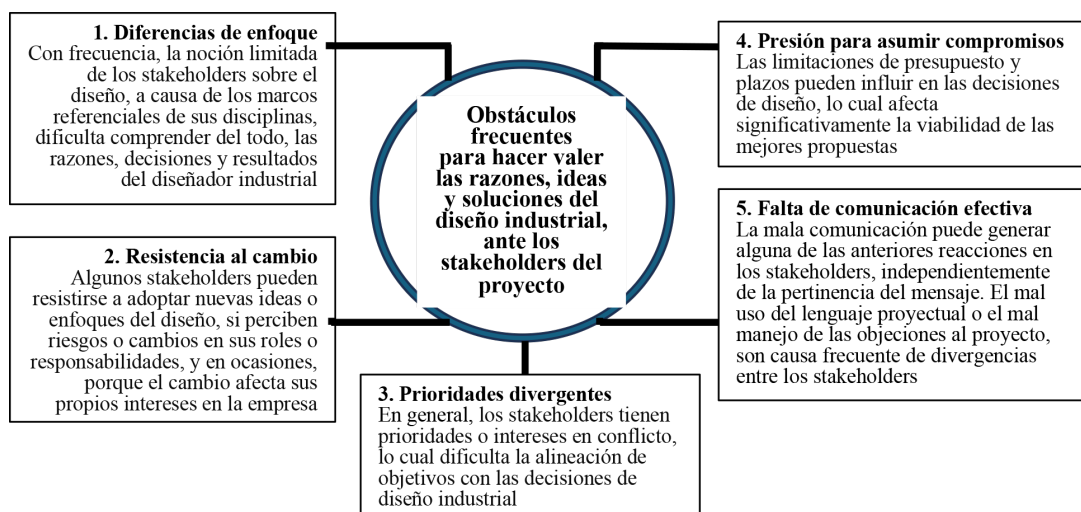


Figura 2. Obstáculos frecuentes al hacer valer las razones del diseño industrial y sus soluciones, a los *stakeholders* del proyecto.

importa aprender a manejar en el aula para hacer valer las razones de diseño industrial ante un grupo de interés.

Para lo cual, conviene introducir en el aula ejercicios que simulen situaciones típicas en la empresa, que exijan al estudiante el ampliar su perspectiva sobre el tema y lo enfrenten a formular con agilidad mental argumentos útiles para rebatir objeciones complejas. Por ejemplo, según el caso particular que se trate, un líder de proyecto y su equipo de trabajo se deben mantener informados sobre el argot⁴⁰ disciplinario que implica la interdisciplina,⁴¹ pues lo común es que las *partes interesadas* ignoren el bagaje conceptual teórico-práctico del diseño y sus términos disciplinarios especializados, necesarios para significar sin distorsión las razones y aportaciones del diseño industrial.

40. Siempre importa consultar glosarios especializados sobre las disciplinas participarán en un proyecto.

41. La RAE define argot como el lenguaje especial entre personas de un mismo oficio o actividad. Esta barrera de comunicación entre los *stakeholders* permanece a lo largo del proyecto en aspectos concretos y específicos involucrados en el diseño.

Es por ello que, en especial en las Fases A y primera parte de la B del proyecto (véase Figura 1), en general, les resulta difícil a los *stakeholders* comprender con precisión los argumentos, principios e ideas, que el diseñador sólo puede esbozar en ese momento con palabras, esquemas y bocetos. Si todo sale bien, los modelos de estudio del producto en desarrollo vienen a disipar las fuertes dudas que antes de estos tienen los *stakeholders* sobre las ideas y decisiones planteadas por el diseñador. Por último, además de los obstáculos de comunicación que derivan de las diferencias de enfoque y lenguajes, resistencia al cambio e ineficaz manejo de objeciones, también influye la falta de apoyo de la dirección debido a la incertidumbre que generan los riesgos a la inversión. Sin duda, en lo profesional, los recursos destinados para realizar un proyecto de diseño siempre serán un tema de negociación, en especial porque una premisa inalterable en la praxis es, como ya se comentó, “apretar los presupuestos”; y no siempre por falta de ellos, sino más bien por el inmutable principio de los negocios de maximizar el lucro.⁴²

42. Algunos estudios reconocidos que muestran dichas prácticas

Así las cosas, el estudiante debe tener claro, por ejemplo, que el precio del proyecto no es algo que pueda ponerse a regateo porque, no se trata de un producto comercial que pueda venderse más barato en función del volumen de compra, sino del servicio profesional especializado que sin los recursos adecuados puede demeritarse notablemente la calidad de sus resultados

El sentido con que los stakeholders del proyecto valoran el diseño

La idea de que la mente humana construye modelos del mundo que le rodea es muy antigua y la ciencia ha demostrado fehacientemente⁴³ que las representaciones internas que hacemos de los fenómenos, no nos proporcionan una visión exacta de cómo son estos en realidad, sino solo una burda representación (Moreno y Sastre, 2010). De forma similar, las representaciones que elaboran los *stakeholders* sobre el diseño y por ende, el sentido de sus valoraciones y prejuicios hacia su proceder y resultados, derivan de sus marcos referenciales de análisis. En otras palabras, las representaciones que hacemos ante un mismo problema y ante su solución, estarán sesgadas inevitablemente por la *deformación profesional*, que desvía el entendimiento tanto del problema, de aquello que resulta viable o no como solución y del peso de los factores en la toma de decisiones, entre otros aspectos.

En los negocios, por obvias razones (como evitar riesgos a la inversión y maximizar el rendimiento), los especialistas que conforman el grupo de interés en el proyecto de diseño industrial, pretenden objetividad y veracidad en sus decisiones; por ello, tienden a utilizar marcos referenciales de racionalidad, certidumbre, pragmatismo⁴⁴ y preferencia por lo conocido sustentado en datos duros. Las grandes empresas hacen un

uso intensivo de técnicas respaldadas en el manejo y análisis de grandes volúmenes de datos (*Big Data*), buscando con ello salvar la dificultad conceptual implicada en la interdisciplina; más sin embargo, en el fondo, los retos permanecen, porque cada disciplina maneja sus propios instrumentos y teorías para enfrentar la realidad, lo cual dificulta la integración final para tomar decisiones. En contraparte, sólo un porcentaje muy bajo de PyMES de manufactura tienen acceso económico a los sistemas *Big Data* pues, si bien este sector productivo conforma más del 99% de las empresas en su conjunto y genera un mayor arrastre económico que la gran industria nacional, sólo el 2% ellas son empresas tecnificadas (OECD, 2000).

Al diseñador industrial experimentado en el sector de la mediana empresa de manufactura, le queda muy claro que algunos de las objeciones más frecuentes planteadas por directivos y stakeholders en las charlas preliminares para obtener un proyecto de diseño industrial giran, en general, en torno a las siguientes ideas: “gastar en diseño es excesivo; se puede resolver el problema copiando un idea (un producto comercial) y deformarla para evitar demandas”; “diseñar un nuevo producto implica procesos complejos y tardados, que conllevan riesgos de difícil manejo; será más fácil para nuestra empresa importar un producto chino que cumpla los requisitos del mercado local”; “en vez de invertir en diseño, podemos invertir más en publicitar nuestros productos actuales, esto incrementa las ventas rápido y sin riesgos”; “podemos diseñar nuestros productos por cuenta propia, sin necesidad de gastar en un diseñador; en nuestro mercado, los consumidores no distinguen las sutilezas del diseño”.

Refutar con eficacia tales reduccionismos sobre el diseño industrial, requiere de cierta cualificación especializada orientada a comprender, cómo es que los NO-diseñadores significan nuestro proceder y sus resultados. Por ello, importa caracterizar el sentido de las objeciones al diseño, a través de detectar con precisión el tipo de relación que entablan los *stakeholders* con el proyecto; en este sentido, las siguientes preguntas son de vital importancia: ¿cuál es su aspecto de

son: Naomi Klein (2001), John Perkins (2004), Noam Chomsky (1999) y Miguel Pajares (2022).

43. Ver, Cereijido y Martínez (2023).

44. Pragmatismo. 1. Se entiende aquí como la doctrina que define lo verdadero, como aquello que causa el efecto deseado en la realidad. 2. La RAE los define como la preferencia por lo práctico o lo útil.

interés en el proyecto de diseño?, ¿cuáles son sus expectativas?, ¿cuál es el rol con el que participarán en el proyecto?, ¿qué nivel de involucramiento tendrán?, ¿qué grado de influencia tendrán?, ¿qué conocimiento e información relevante disponen?. Los sentidos de valoración al diseño apuntan, en general, hacia temas de: negocio, management, marketing, comercialización, tecnología, producción, experiencia del usuario y medio ambiente

Por último, conviene advertir al novel diseñador, sobre los factores subyacentes de la comunicación que importa detectar entre líneas a lo largo del proyecto de diseño, porque inciden significativamente en la interpretación del mensaje; algunos que aquí se consideran clave son:

1. Factor generacional: un diseñador experimentado en la profesión sabe bien que, en general, los directivos más jóvenes en la empresa tienen una postura de mayor disposición y apertura al diseño industrial, que los directivos veteranos.
2. Distinguir convencimiento de persuasión. Persuadir con la comunicación implica superar el nivel de convencimiento lógico logrado con el razonamiento, utilizando complementos del mensaje que seducen las emociones de los stakeholders. Por supuesto, lograr niveles de persuasión con la comunicación requiere de experiencia en la lectura de, quiénes son los *stakeholders* para lograr naturalidad en el mensaje.
3. Manejo de la inteligencia emocional. Esta juega un rol crucial en el ejercicio profesional del diseño industrial, por la empatía requerida para comprender de fondo a los actores del proyecto, pero también, permite mantener la diplomacia en los momentos álgidos del proceso, sean presentaciones del proyecto, negociaciones y deliberaciones sobre los conflictos que se presenten.

Conclusiones

Queda claro que las diferencias de apreciación sobre el diseño industrial en la praxis profesional, derivan de los puntos de vista con que los *stakeholders* interpretan su proceso y resultados. El comprender de fondo el porqué de los distintos sentidos con que se significa al diseño industrial en la empresa, define pautas para formular argumentaciones convincentes y persuasivas hacia los *stakeholders* del proyecto. La capacidad de formular argumentos sólidos y de responder con agilidad aquellos cuestionamientos y objeciones complejas sobre el proceder y resultados del diseño, es una forma de pensar que requiere de un entrenamiento consistente, orientado a lograr la interconexión fluida de las facultades racionales, emocionales y del dominio, con maestría, del oficio del diseño industrial (véase Figura 3).

El impulsar una mejora significativa de las habilidades de comunicación en el aula, implica una acción comprometida de profesores del taller de diseño industrial que tengan un nivel aceptable de experiencia profesional, y sean capaces de focalizar situaciones de manera progresiva y conforme se avanza en los estudios, donde el estudiante esté obligado a salvar complejos cuestionamientos divergentes y a manejar objeciones técnicas planteadas desde las diversas áreas del grupo de interés⁴⁵ del proyecto, formular con agilidad argumentos sólidos articulando datos detectados en la investigación del proyecto (detalles tecnológicos, productivos y comerciales), y en general, a fundamentar convincentemente las razones del diseño, su proceder y soluciones.

Tal capacidad exige del estudiante un alto dominio de los lenguajes oral y visual, facultad que al parecer, esta decayendo por los hábitos tecnológicos emergentes en la sociedad: la deficientes prácticas de lectura del estudiante, la tendencia a reducir el extenso bagaje de términos que dispone el idioma para expresarse, así como la preferencia por bocetar a través del or-

45. Que a su vez requiere la capacidad de gestionar asesorías con especialistas sobre detalles del proyecto.

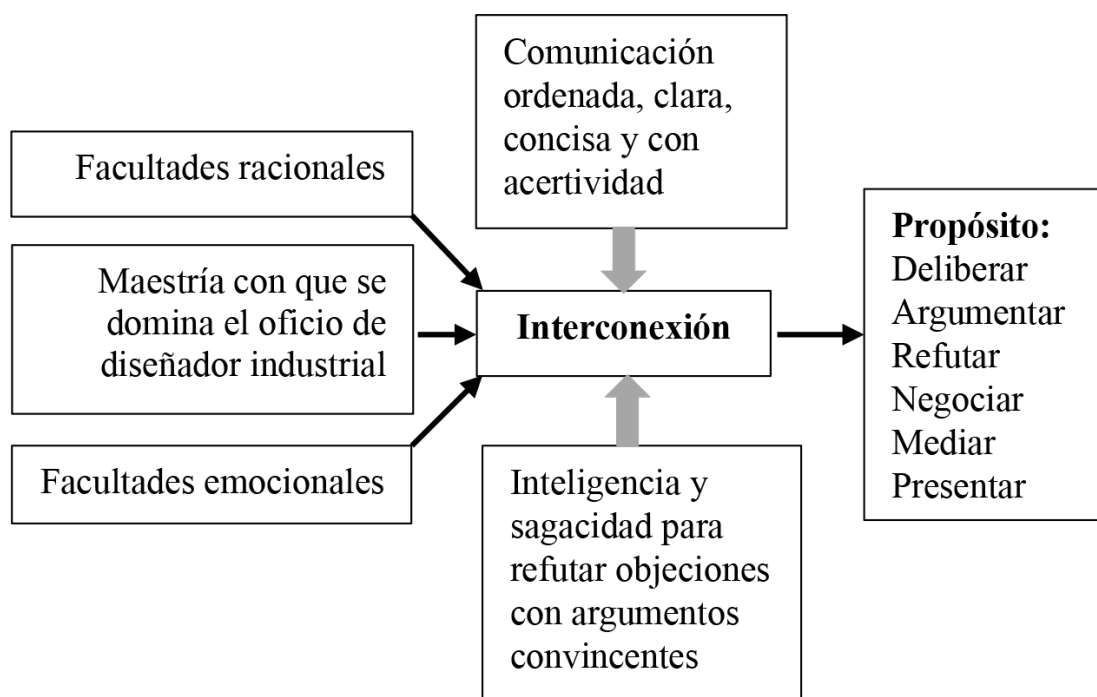


Figura 3. Integración de elementos bajo la inteligencia comunicacional

denador. Al respecto, el aforismo del filósofo Ludwig Wittgenstein (1918, p. 7), permanece vigente porque sintetiza el valor del lenguaje en la profesión del diseño: “Los límites de mi lenguaje son los límites de mi mundo. Todo lo que sé es aquello para lo que tengo palabras”.

Entre las prácticas de comunicación que importa inocular en el estudiante de diseño industrial para mejorar significativamente su desempeño profesional se encuentran: trabajar en equipo; manejar conflictos; escuchar activamente; facilitar reuniones; negociar intereses en contra; sintetizar información y saber apoyarse en expertos. Dada la complejidad de una argumentación orientada al cambio de mentalidad del grupo de interés en el proyecto de diseño, se puede asegurar que, el diseñador del producto que a futuro espere un desarrollo exitoso en su profesión, debiera tener claro desde el inicio de su formación, la necesidad de estudiar a profundidad el tema; en otras palabras, todo as-

pirante a diseñador industrial que desee tener un desarrollo profesional pleno, debiera asumir que durante su formación, tendrá que alcanzar el nivel de experto en el cambio de mentalidad de los NO-diseñadores.

Finalmente, importa repetir que, en la ciencia, se sabe bien que lo que percibimos no lo hacemos de forma neutra, sino a través de interpretaciones distorsionadas por nuestras propias ideas. Ver las cosas de otra manera, saber ver al cambiar de perspectiva, permite extender el espacio de posibilidades de lo que originalmente se considera sin solución; y es ésta la postura sobre la que importa formar al futuro diseñador industrial a nivel de comunicación: potenciar sus capacidades y agilidad para formular descripciones graduales, comprensibles y convincentes de aquello que implique el diseño industrial durante el proyecto profesional, sea en relación al fabricante, consumidor, usuario, inversionista, director o medio ambiente.

Referencias

- Barrow, J.(2007), *El universo como obra de arte*. Crítica Drakontos.
- Boroditsky, L. (2020), *Relatividad lingüística*. Massachusetts Institute of Technology.
- Burstein, D. y Stasiowski, F. (2002), *Project Management for the design professional*. Gustavo Gili.
- Celaschi, F. (2016). "Design de los procesos y modelos de relación: proyecto de las culturas en la era de intermediación digital". En F. Gutiérrez, y J. Rodríguez (Eds.) *Modelos clave para el diseñador ante los escenarios de cambio* (101-116). UAM-A.
- Cereijido, M. y Martínez, J. (2023). *Interpretar la realidad. Cómo células, organismos y personas han comprendido su entorno para sobrevivir*. Siglo XXI.
- Chiapponi, M. (1999). *Cultura social del producto. Nuevas fronteras para el diseño industrial*. Ediciones Infinito.
- Chomsky, N. (1999), *Profit Over People: Neoliberalism and Global Order*. Seven Stories Press.
- Cohen, J. L., & Arato, A. (1994). *Civil Society and Political Theory*. MIT Press.
- Cukier, K., Mayer-Schönberger, V. y de Véricourt, F. (2021). *Framers. La virtud humana en la era digital*. Turner
- de Bono, E. (2016), *El pensamiento creativo: el poder del pensamiento lateral para la creación de nuevas ideas*. (O. Castillo, Trad.) Paidós. (Obra original publicada en 1992)
- De Luca, R. y Lazzati, S. (2018). *Gestión estratégica. En los distintos niveles de la organización*. Granica.
- Design Council. *Design Economy and The Design Value framework*. <https://www.designcouncil.org.uk/>
- European Commission (2002). *The Observatory of European SMEs-2002: Business Demography in Europe*. Luxembourg European Commission.
- Fiske, J.(1984). *Introducción al estudio de la comunicación*. Norma.
- Freeman, R. E., & McVea, J. F. (2001). A stakeholder approach to strategic management. *SSRN Electronic Journal*. SSRN ID 263511 <https://doi.org/10.2139/ssrn.263511>
- Gardner, H. (2009). *Mentes flexibles. El arte y la ciencia de saber cambiar nuestra opinión y la de los demás*. Paidós.
- Gervilla, E. (1994). Razón débil y educación light. *Teoría de la educación. Revista Interuniversitaria*. 6, 149-160. Universidad de Salamanca
- Gros, J. (1983). Einführung. *Grundlagen einer Theorie der Produktsprache*. Heft (1) 88-122. Offenbach am Main: Hochschule für Gestaltung.
- Guinsberg, E. (2000), Lo light, lo domesticado y lo bizantino en nuestro mundo PSI. *Revista: Subjetividad y cultura*. 14, 7-28. .
- Gutiérrez, F.(2001). *Diseño industrial: herramienta de competitividad para la Pequeña y Mediana Empresa*. UAM.
- Gutiérrez, F. y Rodríguez, J. (2021). *Dos mundos del diseño. Formarse en diseño y ganarse la vida diseñando*. UAM.
- Gutiérrez, L.; Dussel, E.; De Antuñano, J.; Danel, F; Pardinas, F.; Ochoa, M.; Prieto, D. Elizondo, I; Alonso, V; Kaspé, V; Sánchez, M; Ríos Zertuche, P; Santos, F; de Lassé, L; Shultz, F. (1992), *Contra un diseño dependiente. Un modelo para la autodeterminación nacional*. UAM-A.
- Hamel, G. y Prahalad C. (1994). Competing for the Future. *Harvard Business Review*. 72, (4) (July-August), pp. 122–128.
- Horst, R.(1988). *The reasoning of designers*. University of California, Berkeley.
- Kerzner, H. (2009). *Project management. A system approach to planning, scheduling, and controlling*. John Wiley& Sons.
- Klein, N. (2001). *No logo. El poder de las marcas*. Paidós.
- Lidwell, W., Hoden, K. y Butler, J. (2018). *Principios universales de diseño*. Blume.
- Manzini, Enzo (2015), *Design. When Everybody Designs: An Introduction to Design for Social Innovation*. MIT Press.

- Marina, J. (2012). *La inteligencia ejecutiva*. Ariel.
- OECD (2000). *Small and Medium Enterprise Outlook: 2000 Edition*. OECD.
- Ogliastri, E.; Mc Millen, C; Arias, M; de Bustamante, C; Dávila, C; Dorfman, P; Ferreira, M; Fimmen, C; Ickis, J; Martinez, S. (1999). Cultura y liderazgo organizacional en 10 países de América Latina. El estudio Globe. *Academia. Revista Latinoamericana de Administración*. 22 (1) 29-57.
- Pajares, M. (2022). *El mito del capitalismo ecológico*. Rayo verde.
- Perkins, J. (2004). *Confessions of an Economic Hit Man*. Berrett-Koehler Publishers.
- Project Management Institute (2017). *A Guide to the Project Management Management Body of Knowledge (PMBOK Guide)*. (6ª ed.) Newtown Square: Project Management Institute
- Peterson, J.(2023). *Mapas de sentido. La arquitectura de la creencia*. Paidós.
- Phillips, P. (2008). *Cómo crear el brief de diseño perfecto*. SLNE. Divine Egg Publicaciones.
- Polanyi, M. (1966). *The Tacit Dimension*. Routledge & Kegan Paul.
- Pörksen, B. y Schulz, F. (2016). *La comunicación como arte de vivir. Filosofía y praxis*. Herder.
- Prieto, D. (2005). *Diseño y comunicación*. Ediciones Coyoacán.
- Rodriguez, J.(2013). *Estrategias de internacionalización de las PyMES, basadas en la información e innovación: el panorama internacional y el caso de México*. UAM-Azcapotzalco.
- Rodriguez, Jorge (2009). Políticas nacionales de diseño: casos de éxito en diseño industrial en México. *Administración y Tecnología para el Diseño (Memorias / Anuario 2009)*. 45-57. UAM
- Rodriguez, J. (2001). Propuestas para los programas que ofrece SECOFI para las PYMES y su relación con el diseño. En F. Gutiérrez (2001), *Diseño industrial: herramienta de competitividad para la Pequeña y Mediana Empresa*. 11–35. UAM
- Sartori, G. (2015). *Homo Videns. La sociedad teledirigida*. Penguin.
- Schön, D. (1983). *The Reflective Practitioner: How professionals Think in Action*. Basic Books.
- Ulrich, Karl y Eppinger, S. (2016). *Product Design and Development*. McGraw-Hill Education.
- Vattimo, G. (2000). *El pensamiento débil*. Cátedra.
- Esteban, M; Carvalho, A; Navarro, D; González, J.; Larriba, B.; Fernández, A; Antón, J; Serra, J; Arcos, R; Velasco, F. (2012), *Inteligencia*. Tirant Lo Blanch.
- Watzlawick, P. (2014). *No es posible no comunicar*. Herder.
- Wittgenstein, L. (2009), *Tractatus logico-philosophicus*. Gredos.

Un análisis sobre el “diseño de autor” en Argentina

An analysis of “author design” in Argentina

Dra. Gabriela Cristina Alatsis

Universidad de Buenos Aires

gcalatsis@gmail.com

ORCID: 0000-0001-9161-6457

Mtro. Juan Martin Bello

Universidad de Buenos Aires

jmbello@live.com.ar

ORCID: 0000-0001-5653-3461

Aceptado: 30/05/2025 **Publicado:** 27/09/2025

Resumen

El objetivo del artículo consiste en analizar el surgimiento, la consolidación y ciertas variaciones en el tiempo de la categoría “diseño de autor” en Argentina, con foco en el sector de la indumentaria. A partir de la revisión de literatura académica, fuentes periodísticas, documentos institucionales, y aportes de investigaciones propias (en las que se emplearon las técnicas de entrevistas en profundidad y observación participante), se abordan las perspectivas de distintas esferas, que incluyen el ámbito académico, los organismos públicos, la prensa gráfica especializada y algunos contextos de producción en los cuales se hacen usos específicos del concepto.

Palabras clave: Diseño de autor, Diseño de indumentaria, Valor simbólico

* Como citar este artículo / *How to cite this article:*
Alatsis, G.; y Bello, J.M. (2025). Un análisis sobre el “diseño de autor” en Argentina. *un año de diseñarte, mm1*, (27) 182-197.

Introducción

Abstract

The objective of the article is to analyze the emergence, consolidation and certain variations over time of the “author design” category in Argentina, with a focus on the apparel sector. Based on the review of academic literature, journalistic sources, institutional documents and own research (which included techniques of in-depth interviews and participant observation), the perspectives of different fields, including academia, public organizations, specialized graphic press and certain production contexts that make use of the specific concept, are addressed.

Keywords: Author Design, Fashion Design, Symbolic Value

Durante la primera década de los años 2000, el concepto “de autor” comenzó a impregnar diversos ámbitos de la vida social argentina y a ser utilizado para distinguir productos y actividades de diverso tipo, como la gastronomía, la producción de películas, la indumentaria y otros objetos de uso cotidiano. En poco tiempo, en bares, locales de ropa y eventos culturales, comenzaron a ser habituales las referencias a la cocina, el cine y el diseño “de autor”. El protagonismo que adquirió el “autor” en esa época se vinculó con un sistema de ideas neoliberales, que exaltaba el rol del individuo en la sociedad y proponía explicar tanto el éxito como el fracaso personal, a partir de decisiones y atributos individuales¹ (Rubinich, 2001; Svampa, 2005; Beltrán y Miguel, 2011; Fridman, 2019).

La figura del autor, que tomó protagonismo en aquel entonces, es un producto moderno que surgió a partir de un largo proceso de secularización, cuyo impacto modificó paulatinamente la forma en la que se con-

1. A grandes rasgos se puede comprender el neoliberalismo como un conjunto de políticas que pregonan la liberalización del comercio y la reducción de la intervención del Estado en la economía y la vida social (Svampa, 2005; Graciarena, 2014). En un plano subjetivo, se puede comprender el neoliberalismo como una visión de mundo que destaca el lugar del individuo como principal responsable de su propio bienestar y el esfuerzo personal como principal vía para el logro de sus objetivos (Rubinich, 2001; Beltrán y Miguel, 2011).

sideraba la actividad de “crear” (Negus y Pickering, 2000; Barthes, 2021). En este sentido, desde el siglo XVI, la noción de “crear” dejó de remitir solamente a “la creación divina original del mundo” y comenzó a utilizarse para referirse a la acción humana de imaginar y producir asociada al arte (Williams, 2003, p. 83). Posteriormente, hacia fines del siglo XVIII, con el Romanticismo, se reactualizó el significado de “creación” que se vinculaba con lo divino o mágico. La idea romántica de “inspiración divina”, a partir de la cual el artista creaba su obra, de forma autónoma e independiente del contexto social, el culto al autor y el análisis de las obras a partir del estilo distintivo del creador siguen presentes en muchas de las críticas de las distintas producciones culturales (Negus y Pickering, 2000).

En cambio, otras posturas, como la del sociólogo francés, Pierre Bourdieu (1995, 2014) cuestionan esta concepción del artista creador. Según este autor, aquello que en el lenguaje coloquial se interpreta como “talento” o “genio” es en realidad producto de un sistema de relaciones objetivas entre distintas posiciones, un espacio específico de acción, en el que participan diferentes actores e instituciones, que contribuyen a producir el valor simbólico de una obra o artista y la creencia colectiva en dicho valor.

Al igual que Bourdieu, el sociólogo estadounidense Howard Becker (2008, 2018) destaca el componente colectivo de la producción cultural y artística. Múltiples profesionales y trabajadores con distintas habilidades realizan actividades –algunas más rutinarias que otras–, que contribuyen a que los productos cobren vida. A su vez, este autor analiza el fenómeno de la creatividad como una práctica contextualizada. De acuerdo con Becker, existe un prestigio portado en la etiqueta de “creativo”. Dicho reconocimiento depende en gran medida del contexto en el cual se producen los actos calificados de esta forma, y del estatus social, tanto de las personas que son beneficiadas con ese rótulo como de quienes tienen el poder de etiquetamiento, para otorgar, con éxito, la categoría de “creativo”. En síntesis, a diferencia de otros enfoques, que tienden a analizar la producción de objetos culturales

o artísticos, a partir de los atributos personales de los creadores, tanto Pierre Bourdieu como Howard Becker examinan el contexto en el que surgen los bienes culturales, las formas en las que estos son reconocidos o valorados y la intervención de distintos actores en estos procesos.

Siguiendo esta línea de pensamiento, proponemos analizar en este artículo cómo surgió la categoría de “diseño de autor” en Argentina y cómo se fue modificando durante las primeras dos décadas de los años 2000, cuáles son los diversos significados atribuidos a este concepto desde distintos ámbitos, y sus principales usos en casos concretos de análisis, enfocándonos en el rubro de la indumentaria, que incluye la fabricación de prendas de vestir, accesorios y calzado². Nos centramos en el “diseño de autor”, dentro de esta rama productiva, porque tuvo una gran expansión, especialmente durante la primera década de los años 2000, período en el que se dio un proceso de conformación y consolidación del campo del diseño de indumentaria en la Argentina (Miguel, 2013).

En el caso del “diseño de autor”, el proceso de emergencia y consolidación de la categoría involucró a diferentes agentes, que contribuyeron a la creación de este concepto y a la puesta en valor del diseño de indumentaria como disciplina profesional. En Argentina, la carrera de Diseño de Indumentaria y Textil (DIT) se creó a finales de los años ochenta en la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo (FADU) de la Universidad de Buenos Aires (UBA)³.

Paradójicamente, las primeras camadas de estudiantes cursaron la carrera en un escenario en el que la industria textil y de la confección experimentaba un

2. Incluimos dentro de la indumentaria a prendas de vestir, calzado y accesorios, siguiendo la clasificación del Observatorio de Industrias Creativas de la Ciudad de Buenos Aires (OIC), que agrupa a estos productos en un solo sector (OIC, 2009).

3. Fundada en 1821, la Universidad de Buenos Aires es una de las universidades más tradicionales y prestigiosas de la Argentina, así como también una de las que tiene mayor cantidad de estudiantes matriculados. Al año 2024, la universidad cuenta con 350.000 estudiantes, cifra que permanece más o menos estable desde las últimas dos décadas (Fernández Lamarca et al., 2018).

proceso de retracción debido a la aplicación de políticas económicas neoliberales, las cuales incluyeron, en el caso argentino, la paridad del peso con el dólar estadounidense, la apertura a las importaciones y la privatización de empresas estatales (Castellani y Schorr, 2004).

La inserción laboral de los primeros egresados se produjo durante la segunda mitad de la década de 1990 y, en particular, luego del año 2001, en un contexto en el que las empresas productoras de indumentaria existentes no podían absorber esta oferta de trabajo, en primer lugar, por la desfavorable situación económica, pero también porque, en aquel entonces, aún desconocían los aportes que una diseñadora o un diseñador podría brindarles. Es por ello que, en muchos casos, quienes egresaron de la carrera de DIT de la UBA crearon sus propias pequeñas empresas, aprovechando su saber experto como un plus de valor simbólico, en un escenario en el que no podían insertarse dentro del mercado laboral formal por las vías más tradicionales.

Al contrario de lo que en dicho momento se hubiera esperado, los efectos de la crisis de 2001⁴ en Argentina fueron beneficiosos para estos emprendimientos debido a que la contracción de la industria había dado lugar a la disponibilidad de talleres de confección para realizar tareas de costura en una pequeña escala y a que, luego de la devaluación de la moneda local, estos nuevos emprendimientos podían producir bienes orientados a la demanda de un público que anteriormente era cubierta por importaciones (Miguel, 2013; Vargas, 2013; Correa, 2018).

La valorización y visibilidad del trabajo de estos profesionales se llevó a cabo a través de diferentes asociaciones en las que también intervinieron la universidad, empresas privadas y la prensa especializada.

4. La llamada crisis de 2001 fue considerada el punto culmine del proceso provocado por las medidas que se impulsaron en los años 90. Los costos de sostener la paridad cambiaria peso-dólar provocaron, hacia fines de 2001, la confiscación de los ahorros que la población tenía en los bancos. Esto último, sumado a la situación económica recesiva, provocó un profundo malestar social que desembocó en la renuncia del entonces presidente Fernando De La Rúa (Svampa, 2005).

Entre los hitos más relevantes que tuvo este proceso se destacan las primeras ediciones de la “Semana de la Moda de Buenos Aires”—conocida como “Buenos Aires Fashion Week” (BAFWeek)— y la consolidación del barrio de Palermo en la ciudad de Buenos Aires como un distrito asociado al “diseño de autor”, en sus distintas expresiones, ya sea de indumentaria, gráfico e industrial (Guerschman, 2010; Miguel, 2013; Vargas, 2013; Correa, 2016, 2018).

En conclusión, desde principios de los años 2000, se crearon emprendimientos de indumentaria, eventos y espacios que fueron designados —primero por la prensa gráfica especializada y referentes de la universidad, así como también, más tarde, por públicos más amplios— bajo el rótulo de “diseño de autor”, lo que produjo un gran desarrollo y visibilidad de este segmento, en particular en el rubro de la indumentaria.

Proponemos estudiar este fenómeno, a partir de la revisión del surgimiento de la categoría de “diseño de autor”, los usos que los actores concretos hacen de este concepto y los significados que se le atribuyen desde la academia, la prensa gráfica y organismos públicos, en Argentina. También intentaremos identificar algunos cambios que pudo experimentar este concepto, desde sus inicios, a comienzos de los años 2000, hasta la época más reciente. Para ello, por un lado, realizamos una revisión de fuentes periodísticas, literatura académica y documentos institucionales.

Por otro lado, recuperamos los aportes de investigaciones propias en las que se analizó el concepto, y para las cuales se emplearon técnicas cualitativas, como la realización de entrevistas en profundidad a diseñadoras y emprendedoras, y la observación participante en distintos circuitos de producción y consumo de indumentaria, como el complejo comercial de Flores en la ciudad de Buenos Aires y ferias de diseño ubicadas en la zona sur de la provincia de Buenos Aires.

El artículo se organiza en cuatro apartados. En primer lugar, se examinan los distintos enfoques académicos sobre el “diseño de autor”, marcando diferencias y similitudes entre ellos. En el segundo apartado, se

analiza de qué forma se presenta y piensa este tipo de diseño desde los organismos públicos (tales como instituciones del sector textil y espacios artísticos). En el tercer apartado, a su vez, se estudian las representaciones de la prensa gráfica sobre el “diseño de autor” y su rol en la expansión de esta nueva categoría. En el cuarto apartado, se indaga acerca de los usos y percepciones de emprendedoras y diseñadoras sobre este tipo de diseño, a partir del estudio de casos concretos de empresas y circuitos de consumo de indumentaria en Argentina. Para concluir, realizamos una reflexión final sobre algunas de las principales ideas trabajadas en el artículo.

Aportes académicos sobre el “diseño de autor”: desde las cualidades estético-materiales de los objetos hasta la construcción social del concepto

A comienzos de los años 2000, la categoría “diseño de autor” empezó a ser empleada en suplementos de periódicos y revistas de moda, así como en eventos, ferias y comercios de la ciudad de Buenos Aires, para referirse a un segmento específico dentro del sector de la indumentaria. La circulación de este concepto despertó el interés de profesionales de las ciencias sociales, humanidades y disciplinas proyectuales (entre las que se incluyen los distintos tipos de diseño), que comenzaron a analizar e intentar explicar esta nueva categoría social.

Muchos de los estudios académicos definen el “diseño de autor” a partir de las características específicas de los productos, las formas de diseñar, fabricar y comercializar la indumentaria, y el tipo de empresas y actores que conforman este segmento. Así, incluyen dentro de esta categoría a las empresas, gestionadas mayormente por diseñadores profesionales, que diseñan y producen prendas de vestir con un alto valor agregado, a partir de una propuesta personal o concepto original, que se diferencia de lo que dicta la moda masiva (Guerschman, 2010; Saulquin, 2011; Mon, 2012, 2013; Vargas, 2013; Marré, 2014; Zambri, 2015; Correa, 2018; Gavito, 2020).

La experimentación e innovación (textil, morfológica y tipológica), la producción a baja escala (series cortas y/o piezas únicas), y la combinación de formas de producción industriales y artesanales, son algunas de las características principales que estos diversos trabajos académicos le atribuyen al “diseño de autor”. Como referentes de este segmento, algunas de estas investigaciones identifican a diseñadores y diseñadoras que a inicios de los años 2000 crearon sus propios emprendimientos de indumentaria: Martín Churba, Cora Groppo, Mariano Toledo, Vero Ivaldi, Pablo Ramírez, Jessica Trosman, Javier y Alejo Estebecorena, Mariana Dappiano, Nadine Zlotogora y Vicki Otero, entre otros (Saulquin, 2011; Mon, 2012, 2013).

Por el contrario, otros estudios no se enfocan en los atributos del “diseño de autor” para explicarlo o definirlo, sino que analizan de qué forma surgió, cómo fue construyéndose (Gavito, 2020) y cuáles fueron los principales actores que contribuyeron a la creación de este concepto (Miguel, 2013, 2019). Desde un enfoque teórico, que recupera los aportes de Pierre Bourdieu sobre la producción colectiva del valor de los bienes simbólicos, la socióloga Paula Miguel (2013, 2019) plantea que las interpretaciones de la prensa especializada en moda y expertos vinculados al diseño profesional –particularmente, referentes de la carrera de DIT de la UBA– contribuyeron al surgimiento de una nueva categoría que permitió agrupar a diseñadores profesionales que crearon sus emprendimientos a inicios de los 2000, al estilo de diseño que realizaban y a los espacios en donde circulaban.

Al respecto, la arquitecta Mariana Pilar Gavito (2020) destaca el rol activo de los diseñadores egresados de la FADU en la construcción de la categoría de “diseño de autor”. En este proceso, el barrio de Palermo y la BAFWeek se convirtieron en los principales espacios reconocidos por la prensa y el público experto en donde podía encontrarse este tipo de diseño (Guerschman y Vargas, 2007; Miguel, 2013; Correa, 2016; Zarlenga, 2016).

A partir de un análisis centrado en la prensa, Miguel señala que el concepto “diseño de autor” comenzó a

aparecer en periódicos y revistas con mayor frecuencia, a partir del año 2003, asociado a una simbología que otorgaba prestigio a quienes se vinculaban con su producción y consumo, a la vez que se presentaba como “una fórmula exitosa y con potencial económico” (Miguel, 2013, p. 151). Como parte del proceso de construcción y validación de esta nueva categoría, referentes de la carrera de DIT de la UBA y periodistas especializados en moda generaron un relato que establecía un vínculo entre el “diseño de autor” y el mundo del arte (Joly, 2012; Miguel, 2019).

Para ello, se marcaron algunos hechos históricos que fueron considerados antecedentes de este tipo de diseño. En este sentido, como destaca Miguel (2019), la periodista Victoria Lescano distingue dos hitos de la moda argentina anteriores al “diseño de autor”: la experimentación en la producción de indumentaria de la mano de artistas vinculados a espacios culturales que promovían las vanguardias artísticas de los años 60 y 70 (como el Instituto Di Tella y la Galería del Este); y la Primera Bienal de Arte Joven, organizada en 1989, en donde se llevaron a cabo desfiles que combinaron arte, moda y teatro (Joly, 2009; Lucena, 2021).

Estos hitos antecedieron a la moda de los 90 y 2000, época de los “autores”, como llamó Lescano (2004) a un grupo de diseñadores, muchos de los cuales formaron parte de la primera camada de estudiantes y egresados de la carrera de DIT de la UBA, que crearon sus propios emprendimientos, como Pablo Ramírez, Vero Ivaldi, Araceli Pourcel, Manuel Brandazza y Diego de Aduriz, entre otros también destacados en los estudios académicos.

Siguiendo esta línea, la socióloga Susana Saulquin (2011), una de las creadoras de la carrera de DIT de la UBA, también destaca la importancia e influencia de la Primera Bienal de Arte Joven, y de los movimientos artísticos de la época, en la formación y desarrollo de esta carrera. Los trabajos de Saulquin sobre la historia de la moda argentina contribuyeron, desde 2005 en adelante, a explicar qué se entiende por “diseño de autor” y a difundir esta nueva categoría de análisis (Saulquin, 2011, 2019). En efecto, dicha definición

fue recuperada por otras investigaciones (Mon, 2012, 2013) y, como veremos más adelante, por organismos públicos que realizaron diagnósticos sobre este segmento del sector de la indumentaria.

Según plantea Saulquin (2011), una de las características distintivas del “diseño de autor” es que “se nutre de sus propias vivencias y por eso comparte criterios con el arte”. Asimismo, señala que: “[...]un diseño es considerado de autor cuando el diseñador resuelve necesidades a partir de su propio estilo e inspiración, sin seguir las tendencias que se imponen desde los centros productores de moda” (pp. 15-16).

Desde este abordaje, se establece una relación cercana entre el arte y el diseño, y se recupera la idea romántica del genio creador, según la cual el artista crea en soledad basándose solamente en sus recursos imaginativos. Esta mirada, aplicada a la producción de indumentaria, destaca la visión personal e identidad de los diseñadores en tanto autores/creadores. En este sentido, Ricardo Blanco (2016), referente del diseño industrial en Argentina, indica que todo producto diseñado tiene un autor, sin embargo, fue recién a partir del siglo XXI que los objetos comenzaron a definirse y reconocerse “por el autor más que por su nacionalidad, temática o empresa” (p. 80).

El perfil de la persona que realiza este tipo de diseño se emparenta con la figura del “diseñador-artista” (Correa, 2018), cuyo nombre o estilo personal distinguen los objetos que produce (Guerschman y Vargas, 2007). Si bien existen puntos en común entre el arte y el diseño, acentuar el vínculo con el arte (que forma parte de la cultura legítima) permite valorizar nuevas actividades que recién comienzan a desarrollarse, como fue el caso del diseño de indumentaria profesional a principios de los años 2000.

Por último, cabe destacar que la mayoría de los estudios académicos no indagan acerca de los cambios que pudo sufrir la categoría “diseño de autor” a lo largo del tiempo, a excepción de algunos trabajos (Chiesa, Cirelli y Siciliani, 2012; Miguel, 2019; Gavito, 2020). Estos coinciden en señalar que este tipo de diseño dejó de

asociarse, a partir de la última década, con una modalidad de producción estrictamente artesanal o de pequeña escala. Asimismo, plantean que ya no se observa una tensión entre lo comercial y no comercial, o entre conformar una “marca” y dedicarse al “diseño de autor”.

Los y las nuevas diseñadoras no pierden de vista que para que sus emprendimientos crezcan necesitan comercializar los productos que elaboran. Partiendo de la percepción de diseñadores que formaron sus proyectos productivos a partir del 2010 en adelante, Paula Miguel (2019) señala que entre los emprendimientos más jóvenes se identifica el elemento “de autor” como una fórmula que se aplica a diferentes casos y que de tanto repetirse perdió su significado inicial, que consistía en la valoración de los objetos con el atributo “de autor” como productos “originales” y “diferentes” a otros ofrecidos en el mercado. Este proceso de repetición y pérdida de sentido de esta fórmula se vio acompañado de una proliferación de propuestas más comerciales y de marcas de indumentaria masivas que se ubicaron en el barrio de Palermo, generando de esta manera que este espacio dejara de ser un circuito local en donde se concentraba el “diseño de autor”.

Desde otro enfoque, este tipo de diseño, en la rama de la indumentaria, sigue distinguiéndose por la producción de prendas con la incorporación de innovaciones, que pueden observarse en el uso de textiles, las terminaciones y los detalles de confección (Gavito, 2020). Sin embargo, también en este estudio se analizan algunos cambios en el “diseño de autor”. Según Gavito (2020), este segmento tiene un compromiso con problemáticas actuales, como el cuidado del medio ambiente y la sustentabilidad. A su vez, ya no se caracteriza principalmente por la participación de diseñadores egresados de la FADU y dejó de ser un diseño que distingue a grupos sociales acotados y se asocia a determinados lugares de la ciudad de Buenos Aires. Desde este enfoque, los medios digitales de comunicación permitieron la expansión de la categoría “diseño de autor” a diversos públicos y territorios (Gavito, 2020), demostrando que si bien este concepto sufrió modificaciones a lo largo del tiempo, se mantiene vigente en la actualidad.

En síntesis, en los estudios académicos se plantean diversas ideas y miradas sobre el “diseño de autor”. No existe un único significado atribuido a este concepto e incluso en algunos casos se lo homologa con el término “diseño independiente” (Guerschman, 2010; Miguel, 2019), lo que da cuenta de lo difusas que son estas categorías (Alatsis, 2023). No obstante, identificamos que la mayoría de los trabajos caracterizan este segmento a partir de las cualidades específicas de los objetos, la formación de los productores y la relación con el arte, al igual que se observa en los documentos y eventos de organismos públicos, como veremos a continuación.

Miradas públicas sobre el “diseño de autor”

A partir del año 2010, luego de una década de producción y circulación del llamado “diseño de autor” en eventos, ferias, emprendimientos y medios de comunicación, empezaron a realizarse, desde distintos organismos públicos, algunos estudios y aportes sobre este tipo de diseño. Estos avances se produjeron en un marco de desarrollo de políticas públicas destinadas a la promoción del diseño, y en particular del segmento de autor, en un comienzo desde el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires y, más tarde, a nivel nacional (Miguel y Alatsis, 2020).

Como parte de los estudios realizados por organismos, el Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI) y la Fundación Pro Tejer—dirigida a la asistencia del sector textil y de la confección—llevaron a cabo una serie de diagnósticos sobre la producción y el impacto económico del diseño de indumentaria de autor, basados en datos extraídos de distintas encuestas nacionales, entre los años 2010 y 2016. Sobre la base de los planteos de Susana Saulquin (2011), en el primer diagnóstico se presenta una definición de “diseño de autor”, entendido como un segmento productivo de baja escala en el que prevalece la innovación y la originalidad.

Desde este enfoque, quienes realizan este tipo de diseño no se guían por las tendencias de moda para

crear, sino que plasman en sus producciones un estilo propio que las distingue de otros productos que se ofrecen en el mercado (Marino et al., 2010). Esta definición, tomada de un estudio académico, se recupera en la mayoría de los diagnósticos y mapeos sobre diseño de indumentaria de autor realizados por el INTI y la Fundación Pro Tejer (Acosta et al., 2013). Sin embargo, con el objetivo de justificar el universo de emprendimientos seleccionados, en estos trabajos se intenta caracterizar de forma más concreta este segmento destacando como principal atributo la experimentación en uno o más aspectos del producto, como, por ejemplo, la morfología, textura, tipología y/o simbología (Marino et al., 2010).

Al respecto, cabe destacar, que estos aportes del INTI y Fundación Pro Tejer sobre las características de los productos de “diseño de autor” son recuperados por algunos estudios teóricos (Mon, 2013; Zambrini, 2015), generando de esta manera un diálogo entre el sector público y el ámbito académico.

Asimismo, desde el Mercado de Industrias Creativas Argentinas (MICA) del Ministerio de Cultura de la Nación, se creó un glosario sobre el diseño argentino que recopila algunos conceptos que permiten caracterizar esta actividad a nivel local (Ministerio de Cultura, 2017). Algunas de las palabras o expresiones que se incluyen en el glosario se vinculan con el “diseño de autor”. Se hace referencia a los conceptos “artesanal” y “pieza única” como características del diseño local, en sintonía con los planteos de algunas de las investigaciones académicas anteriormente citadas.

Por último, la referencia al “diseño de autor” también aparece en exposiciones de los principales museos de arte de Buenos Aires. Desde comienzos de los años 2000, se organizaron diversas muestras de moda y diseño de indumentaria, en el Museo de Arte Latinoamericano de Buenos Aires (MALBA), el Centro Cultural General San Martín y el Centro Cultural Borges, entre otros espacios. Muchas de las periodistas especializadas en moda, que difundían el concepto “diseño de autor” acercándolo a un público amplio de lectores, fueron las encargadas de la curaduría y organización

de estas muestras en las que generalmente se exponían las producciones de diseñadores de la primera camada de egresados de DIT de la UBA asociados al “diseño de autor”.

Como señala Paula Miguel (2013), en los inicios de las carreras de estos jóvenes diseñadores y de un espacio en formación, algunas instituciones del campo artístico –a través de estas exhibiciones, por ejemplo– funcionaron como espacios de legitimación para diseñadores y el diseño como disciplina, invirtiendo su capital simbólico en eventos que otorgaban prestigio a esos primeros egresados.

Una vez que el diseño de indumentaria ya había ganado legitimidad como disciplina y sus producciones eran valoradas tanto simbólicamente como económicamente, estas muestras continuaron organizándose, reproduciendo la visibilidad y prestigio de ese espacio de producción y sus principales agentes. Como parte de estas exposiciones presentadas en los últimos años, durante 2023, se llevó a cabo “Del cielo a casa”, en el MALBA, una muestra sobre la cultura material argentina. Se exhibieron algunas prendas de diseñadores consagrados que crearon sus emprendimientos a comienzos de los 2000, tales como Martín Churba, Jessica Trosman y Vicki Otero.

Desde el discurso curatorial, se identificó a este diseñador y diseñadoras como “exponentes del diseño de autor”, y se destacó la continuidad entre sus formas de producir indumentaria y las iniciativas que se generaron en el marco de la I Bienal de Arte Joven de 1989, marcando un vínculo cercano entre acciones de experimentación artística y la emergencia del “diseño de autor”, reproduciendo el mismo relato que comenzó a plantearse desde la prensa escrita en los primeros años 2000.

El hecho de que en 2023 se haya incluido al “diseño de autor” en una muestra de uno de los principales museos de Buenos Aires da cuenta de la vigencia que esta categoría mantiene en los espacios públicos. En este sentido, también en el año 2023, se organizó una exposición de las producciones de empresas naciona-

les que forman parte del sector de diseño del MICA, en una tienda ubicada en Palermo que comercializa objetos que tienen una propuesta de “diseño de autor”. Por lo tanto, desde las políticas públicas culturales y espacios públicos artísticos se continúa difundiendo este segmento y se lo distingue por el sello personal de quien lo produce, así como la propuesta conceptual y la innovación en el uso de materiales, características que también destacaron algunos estudios académicos para referirse a este sector.

De todas formas, cabe señalar que en otros organismos, que dependen de ministerios o secretarías de economía o industria, como el INTI, por ejemplo, se dejaron de realizar estudios sobre el “diseño de autor”, para la rama de la indumentaria, a partir del 2017, lo que puede significar que esta categoría haya perdido validez o que por cuestiones políticas, a partir de los cambios de gestión de gobierno, se hayan discontinuado algunas de las acciones que antes se llevaban a cabo.

De la UBA al consumidor: el rol de la prensa en la promoción del “diseño de autor”

La prensa gráfica cumplió un papel central en la difusión del llamado “diseño de autor” a públicos que excedían los ámbitos artísticos o académicos. De este modo, la prensa (y en particular la prensa especializada en moda y diseño) desempeñó un rol pedagógico, introduciendo las novedades a sus lectores, a la vez que daba lugar y sostenía la creencia en el valor de las producciones de las primeras camadas de egresadas y egresados de la carrera de DIT de la UBA (Miguel, 2013, 2019). A grandes rasgos, se distinguen dos períodos de uso del término bien diferenciados. En un primer período, comprendido durante la primera década del siglo XXI, se observa un proceso de emergencia y consolidación de la categoría “diseño de autor”, en el que el concepto empezó a hacerse paulatinamente más frecuente, se volvió parte del lenguaje cotidiano y se asoció a productos de diseñadores que egresaron de la UBA.

En una siguiente etapa, más notoria a medida que avanzan los años de la segunda década de este siglo, el uso del término permanece e incluso se extiende, pero se aplica cada vez más a objetos cuyo vínculo con aquellas primeras producciones es más distante, aun cuando conservan (como se verá a continuación) algunos de los atributos que desde un inicio se le habían asignado al fenómeno.

Un hecho destacable es que en el periódico *Página/12* se utilizaron términos alternativos para designar al “diseño de autor”, los cuales se mantuvieron desde la emergencia del fenómeno, luego de la crisis de 2001, hasta, por lo menos, el año 2016. Dichos términos son: “moda de autor” (Lescano, 2003, 2011a), “marcas de autor” (Lescano, 2008), y “movimiento de moda de autor” (Lescano, 2005, 2011b, 2016). La caracterización del “diseño de autor” como movimiento es significativa, ya que hace referencia a un conjunto que, como todo grupo, tiene integrantes, y está conformado por diseñadoras y diseñadores, entre quienes se encuentran varios de los nombres que fueron destacados tanto por estudios académicos como por documentos de organismos públicos: Mariana Dappiano, Vero Ivaldi, Kostüme, Vicki Otero y Martín Churba (Lescano, 2011b, 2016).

Con respecto a las características que distinguen al “diseño de autor”, son pocas las notas que brindan una definición exhaustiva. La mayoría de las notas relevadas (tanto aquellas publicadas a comienzos de los 2000 como las que fueron publicadas una década más tarde) suelen mencionar, en cambio, algunas de sus principales cualidades. Entre los atributos que se le asignan al “diseño de autor” se encuentran principios generales como la autenticidad, la originalidad, la experimentación, la expresión de una identidad nacional, la exclusividad y una cierta referencia a lo artesanal. En un plano más concreto, estas ideas se ven reflejadas en el uso de materiales específicos (como telas provenientes de regiones particulares de la Argentina), una mayor intervención de formas manuales o artesanales en los sistemas de fabricación, la producción en series reducidas y el cuidado de la calidad.

A su vez, se encontraron reseñas en las que el término es definido por oposición, es decir, a partir de aquellas cualidades que este no reúne. Así, y siguiendo caracterizaciones realizadas por las notas de prensa, el “diseño de autor” no es “como las marcas que están presentes en los shoppings” (Dappiano, en Lescano, 2013). No es comercial, no se orienta (o, al menos, no en una primera instancia) por el objetivo de la venta masiva, ni se guía por las tendencias. Ya sea a partir de la referencia a cualidades positivas, o a través del contraste con otros fenómenos bien distintos, ambos modos de definir al “diseño de autor”, lo hacen de manera amplia o difusa como algo diferente a lo masivo y, por definición, destinado a un público reducido y selecto, que pertenece a los sectores medios o medios-altos y dispone de un poder adquisitivo acorde a este tipo de bienes.

Una vez consolidado el concepto, se observa cómo este comenzó a adquirir un valor por sí mismo, ganando cierta autonomía con respecto a las personas, espacios de formación y productos con los cuales estuvo asociado en un principio. Algo de esto se evidencia en varias de las notas que publicó el periódico *La Nación* entre los años 2009 y 2016⁵, en las que el término comienza a ser empleado para abordar objetos que ya no se circunscriben al sector de la indumentaria, como productos de blanco, tapices, alfombras, joyas y otros objetos de decoración que, en muchos casos, tampoco fueron producidos por diseñadores locales. De esta forma, se observa el uso de la categoría como una fórmula más laxa que sirve para poner en valor un producto, al mismo tiempo que el rótulo va poco a poco perdiendo su significado original (Miguel, 2019). En un sentido amplio, el uso del término conserva su pertinencia, ya que estos nuevos objetos reseñados en el periódico cargan con un valor simbólico y, debido a sus precios, no cualquiera podría acceder a ellos.

Durante el mismo período (es decir, a mediados de la segunda década del nuevo siglo), en diferentes

suplementos del periódico *Página/12* se observaron expresiones de un uso extendido de la categoría. Un aspecto significativo es que las notas de esos suplementos no se focalizan en el diseño de indumentaria en un sentido estricto. Una de ellas fue publicada en 2013 y aborda el derrumbe durante ese año del edificio Rana Plaza en Bangladesh, una fábrica en la que, bajo condiciones de suma precariedad, se producían prendas de bajo costo por encargo de marcas reconocidas en países occidentales, masacre que se llevó las vidas de 600 trabajadores. En esta nota, la referencia al “diseño de autor” sirve para destacar el contraste socioeconómico entre las zonas geográficas donde se ubican los talleres domésticos en los que se confeccionan las prendas, por un lado, y los comercios en zonas habitadas por sectores medios-altos y altos en los que se exhibe la indumentaria de “diseño de autor”, por el otro (Ferro, 2013).

Asimismo, otra noticia, publicada al año siguiente, describe la experiencia de trabajo de una cooperativa de diseñadoras que ofrecían servicios de diseño (industrial, gráfico y audiovisual) para clientes provenientes de distintos sectores de la economía popular. Las diseñadoras entrevistadas destacaron lo que ellas consideraron una “mirada más colectiva” y un “diseño participativo”, señalando el diálogo con sus clientes a la hora de diseñar y el aporte social que brindaba esta experiencia de diseño, a la vez que cuestionaron al llamado “diseño de autor” por sus lógicas más individualistas y excluyentes (Cambariere, 2014).

Resulta destacable el hecho de que algunas características que se le suelen asignar positivamente al “diseño de autor”, como la producción en series reducidas, más caras, y la expresión de la identidad de quien diseña, aparecen en estas notas como aspectos más bien negativos, a saber, el clasismo (entendido como la exclusión de los sectores sociales que no pueden acceder a estos bienes), el individualismo y la ausencia de responsabilidad ante sistemas de producción muy precarizados. En estos casos, cambia la carga valorativa adjudicada al término, pero las cualidades asignadas continúan siendo las mismas.

5. Véase “Diseño de Autor: Coffe table de Isamu Noguchi” (2009, 2 de junio) y “Diseño de autor: conoce la biblioteca *bookworm*” (2009, 16 de junio).

En síntesis, se observa cómo la categoría “diseño de autor” emergió a comienzos de los años 2000 con el objetivo de designar a un tipo de oferta específica de bienes de diseño, para, una década más tarde, ser utilizada con el fin de diferenciar a otro tipo de productos que, sin cumplir en términos estrictos con la definición de “diseño de autor” de comienzos de los 2000, reunían algunos de sus rasgos principales, y pretendían hacerse partícipes del prestigio que contiene el concepto. A medida que esta categoría comienza a darse por sobreentendida (lo cual, en términos de las notas analizadas, empieza a ocurrir un poco antes de 2010), se pueden encontrar usos del término en los que las referencias a nombres propios de personas o instituciones son menos explícitas.

Así es cómo en la segunda década del nuevo siglo empiezan a hacerse más frecuentes notas en las que el término “diseño de autor” es utilizado para designar artículos distintos a los que habían dado origen al término (por ejemplo, un sillón producido por un diseñador extranjero) o incluso para hacer referencia a sistemas de producción que poco tienen en común con este tipo de diseño, pero cuya referencia sirve para describir por la negativa, ya que lo que se pretende señalar en dichas notas es que el fenómeno abordado (ya sea un sistema de trabajo precarizado en el sur de Asia o los servicios de diseño que una cooperativa de profesionales brindan en el marco de la economía popular en Argentina) es distinto al “diseño de autor”. A grandes rasgos, una vez que la categoría se consolida y su uso se extiende, comienzan a observarse nuevas aplicaciones. Estos usos más amplios del concepto exceden la esfera de la prensa gráfica y, como se verá en el siguiente apartado, pueden ser también observados en circuitos de producción específicos.

Usos y (des)usos del concepto “diseño de autor”: algunas expresiones más concretas del término en experiencias propias de investigación

Al igual que ocurre en la prensa gráfica, los usos del término “diseño de autor” en distintos espacios de pro-

ducción de indumentaria registran cambios a medida que los años transcurren. En el presente apartado se analizan los usos que tuvo la categoría en circuitos abordados en dos investigaciones propias. Dichos estudios se centran en los modos en que el diseño de indumentaria es incorporado en dos espacios de producción y consumo de indumentaria que, en relación con ámbitos más consolidados y reconocidos de diseño (como la FADU de la UBA y el circuito del barrio de Palermo) son considerados periféricos.

Una de estas investigaciones se centró en emprendimientos de indumentaria de pequeña escala, radicados en el sur de la provincia de Buenos Aires, particularmente en los municipios de Quilmes y Berazategui. Estos emprendimientos fueron impulsados por políticas públicas de promoción del diseño y comercializaron sus productos en ferias de diseño municipales. La muestra con la que se trabajó se compuso de 24 emprendimientos, que fueron seleccionados por tener un vínculo sostenido con las políticas públicas, con el objetivo de analizar la posible incidencia de las acciones estatales en el desarrollo de las empresas.

Por su parte, la segunda investigación se enfocó en pequeñas y medianas empresas ubicadas en el complejo comercial del barrio de Flores (también denominado como “zona de Avellaneda”, debido al nombre de una de sus avenidas principales), un polo textil orientado a la producción y venta mayorista de indumentaria ubicado en el centro geográfico de la ciudad de Buenos Aires. En este caso, se entrevistó a 14 dueños y dueñas de firmas ubicadas en el circuito de Flores y a 10 diseñadoras y diseñadores que trabajan para empresas de este circuito, conformando una muestra de 23 firmas distintas cuyo criterio de selección fue que en las empresas se gestionara la producción de las prendas ofrecidas⁶.

Algunas de las emprendedoras que participan de las ferias del sur de la provincia de Buenos Aires cuentan con formación académica en carreras de diseño,

6. Con excepción de un único caso en el que se entrevistó a la dueña de una firma y a un diseñador que era empleado por la misma, cada entrevista se correspondió con una empresa distinta.

mientras que otras poseen conocimientos que provienen más bien de la experiencia. Por otro lado, en el caso del circuito de Flores, se entrevistó a diseñadoras y a estudiantes avanzadas de la carrera de diseño de indumentaria de la UBA. Si bien las investigaciones recuperan procesos iniciados con anterioridad, las observaciones en los distintos circuitos, así como las entrevistas a sus participantes, fueron realizadas entre los años 2015 y 2022, por lo que las caracterizaciones observadas sobre el “diseño de autor” fueron expresadas en un contexto en el que el término tenía una vigencia de más de una década.

Respecto al denominado “diseño de autor”, tanto las emprendedoras de las ferias de Quilmes y Berazategui como las diseñadoras que trabajan para las marcas de la zona de Avellaneda comprenden esta expresión del diseño como algo más bien ajeno a los circuitos en los que ellas participan. De acuerdo con una diseñadora-emprendedora de una de las ferias de zona sur, las prendas “de autor” son producto de un proceso más íntimo y personal, “tienen una historia detrás” y “reflejan algo que querés decir”. Esta descripción coincide, a su vez, con las definiciones que muchas diseñadoras que se desempeñaron en Flores compartieron durante las entrevistas. Por ejemplo, una diseñadora, que a su vez forma parte de la familia propietaria de la marca de indumentaria en la que trabaja en Flores, afirmó:

Detrás de las colecciones de diseñadores de autor hay un concepto. Siempre hay un mensaje que querés transmitir, o partís de una inspiración y eso lo transportás a recursos del diseño y esos recursos del diseño los ves aplicados en los conjuntos finales de la colección. Tiene un significado más sentimental, más humano en ese sentido. (Diseñadora y fabricante, 23 años).

Asimismo, algunas emprendedoras de los circuitos de Quilmes y Berazategui atribuyeron al “diseño de autor” características que consideraban negativas, como producir “cosas locas”, poco funcionales, e inaccesibles, en términos económicos, para la mayor parte del público. La mayoría de las productoras que se desempeñaban en estos dos circuitos no se identificaban

con el concepto de “diseño de autor”, aunque en algunos casos se conocieran emprendedoras que optaron por este término para definir sus productos, dado que consideraban que era un modo de promocionarlos. Según una de estas entrevistadas, el mote otorgaba “*glamour*”⁷ a las prendas y le permitía diferenciarlas de las que ofrecía la competencia, recuperando la idea del “diseño de autor” como “categoría mantra” que distingue a aquellos objetos que nomina (Miguel, 2011).

En términos generales, las diseñadoras que se desempeñan en Flores asocian al “diseño de autor” con un tipo de diseño que tiende más a la experimentación y a la asunción de riesgos. Dicha percepción se corresponde en gran medida con las concepciones del diseño que estas jóvenes adquirieron durante su formación académica. En las distintas entrevistas, varias de las entrevistadas destacaron la dimensión proyectual del diseño, entendiéndolo como una práctica orientada a la producción de objetos a partir de una idea abstracta pensada en función de un problema a resolver (Correa, 2018). Asimismo, y considerando esta definición, muchas de las diseñadoras entrevistadas entienden que un ejercicio del diseño propiamente dicho se basa mucho más en esta idea rectora que en las tendencias locales o globales. Por este motivo, muchas entrevistadas sostuvieron que en Flores no había diseño, ya que se tomaban permanentemente referencias de marcas extranjeras.

Tanto en el complejo comercial de Flores como en los circuitos de Quilmes y Berazategui, el uso que las entrevistadas hacen del concepto “diseño de autor”, incluye varios de los rasgos que desde un comienzo se le asignaron a la categoría. Se observa de este modo cómo las definiciones de la categoría “diseño de autor” más próximas a la actualidad, se alejan de la referencia a aquel primer objeto, a saber, las producciones de las primeras camadas que egresaron de la carrera de DIT de la UBA, pero, al mismo tiempo, conservan, de manera más laxa, algunos de los rasgos que se le asignaron en sus comienzos.

7. Término utilizado para referirse al atractivo o encanto de un objeto, persona o espacio físico.

Es ilustrativo el modo en que el “diseño de autor” en Flores, específicamente, sirve también como un parámetro de todo aquello que el complejo comercial de Flores no es. A juzgar por los puntos de vista de las diseñadoras, las marcas presentes en esta zona no experimentan ni asumen riesgos a la hora de diseñar ni tampoco diseñan a partir de ideas abstractas. Tampoco apuntan a un público de expertos que conozca el diseño en profundidad. Por el contrario, se trata de un polo textil mayorista que adapta las tendencias de cada temporada del hemisferio norte para adaptarlas y convertirlas en prendas que resulten accesibles al poder adquisitivo de consumidores locales. A su vez, si una prenda llegase a tener alguna falla en la confección, no se la repara ni descarta, sino que se la re-incorpora en el exhibidor a un precio más económico.

De lo expuesto se desprende que los usos que se hacen del concepto “diseño de autor” en los casos abordados muestran puntos en común con los que, desde algunos años antes, se observaron en la prensa gráfica. Una vez que aquello que la categoría pretendía visibilizar fue reconocido, su uso se volvió más flexible, aprovechando su utilidad para poner en valor a otros productos, o siendo empleado para describir lógicas y sistemas de producción que, al menos en una primera instancia, parecieran encontrarse alejadas del “diseño de autor”, como lo es la producción mayorista orientada a segmentos más amplios de la población.

Conclusiones

Aún con los matices y los nuevos usos que emergen a medida que se instala la categoría, la función principal del rótulo “de autor” consiste en marcar una distinción positiva. Cuando se le asigna la etiqueta “de autor” a un objeto, lo que se hace es distinguirlo, establecer su valor por encima de otros productos y actividades que pertenecen al mismo tipo, ya fuese la gastronomía, el cine o el diseño. En el caso de los trabajos que abordan el “diseño de autor” en Argentina se pueden encontrar dos grandes posturas que, en cierta medida, se complementan. Por un lado, se encuentran aquellos estudios centrados en las características específicas

que reúne el “diseño de autor” y que lo ligan a la esfera de lo artístico. Dichas cualidades pueden agruparse en principios abstractos, como la identidad, la originalidad, la experimentación y la exclusividad, o bien en características más concretas (que son aquellas que los documentos de organismos públicos tienden a enfatizar) derivadas de los principios antes mencionados, como el uso de materiales específicos, una mayor intervención de técnicas manuales en la fabricación, la producción en series reducidas y la orientación hacia públicos provenientes de sectores con mayor poder adquisitivo que conocen el significado de los bienes consumen. Por otro lado, la otra perspectiva se focaliza en los procesos mediante los cuales el “diseño de autor” se constituyó como tal en Argentina, dedicando especial atención a las condiciones políticas, sociales, económicas y culturales que posibilitaron dicho proceso y a los principales agentes que participaron de él.

Ambas miradas alumbran aristas importantes del fenómeno. Unos trabajos explicitan las características más distintivas que se le asignan al “diseño de autor”, mientras que los otros reconstruyen el proceso que atravesó la categoría hasta consolidarse y los actores que cumplieron un rol significativo en la instalación del concepto, destacando el papel desempeñado por la prensa y referentes del mundo académico. A medida que se sucedieron los años, se pudieron observar usos más amplios y flexibles del concepto. Así es como, en notas de prensa publicadas entre 2009 y 2016, se pueden encontrar usos más laxos de la categoría, empleando el término para designar a objetos que no pertenecen al sector de la indumentaria y que en más de un caso tampoco fueron producidos por profesionales del diseño.

También se observaron notas en las que el término aparece en abordajes sobre otras temáticas, y en contextos sociales y económicos bien distintos. Este uso variado de la categoría también puede observarse en los casos analizados en las propias investigaciones realizadas entre fines de los años 2010 y principios de esta década. En este sentido, las emprendedoras de zona sur y las diseñadoras de Flores emplean el térmi-

no tanto para poner en valor sus producciones o para describir, por oposición, a otros circuitos productivos (como es el caso de Flores).

En conclusión, el “diseño de autor” se hace cada vez más presente en distintos circuitos vinculados con el diseño, la producción y el consumo de indumentaria. Sin embargo, cada vez son menos comunes las referencias a las universidades o institutos de formación, circuitos, nombres y producciones específicas. Al mismo tiempo, aparecen en muchos de estos usos algunos de los atributos que se le asignaron en un inicio, como la individualidad, la identidad, las referencias a lo artístico y la idea de exclusividad. Se evidencia entonces, una categoría que, cada vez más desligada de los objetos y prácticas que motivaron su origen, continúa funcionando como una etiqueta, mote, o “categoría mantra” que sirve para diferenciar a algunos objetos y prácticas sobre otros.

Referencias

- Alatsis, G. (2023). *Una nueva trama productiva en el territorio. Emprendimientos de indumentaria, circuitos locales y políticas culturales de promoción del diseño en el sur del Gran Buenos Aires (2008-2015)* [Tesis de Doctorado inédita]. Universidad de Buenos Aires.
- Barthes, R. (2021). *El susurro del lenguaje. Más allá de la palabra y la escritura*. Paidós.
- Becker, H. (2008). *Los mundos del arte. Sociología del trabajo artístico*. Universidad Nacional de Quilmes.
- Becker, H. (2018). La creatividad no es un bien escaso. *Apuntes de Investigación del CECYP*, (30), 102-114.
- Beltrán, G. y Miguel, P. (2011). Emprendedores creativos. Reacomodamientos en trayectorias de la clase media por la vía de la inversión simbólica. En L. Rubinich y P. Miguel (Eds.), *0110: Creatividad, economía y cultura en la ciudad de Buenos Aires 2001-2010* (pp. 225-253).
- Blanco, R. (2016). *Breviario. Estilos y tendencias en diseño industrial*. Diseño.
- Bourdieu, P. (1995). *Las reglas del arte. Génesis y estructura del campo literario*. Editorial Anagrama.
- Bourdieu, P. (2014). *El sentido social del gusto. Elementos para una sociología de la cultura*. Siglo Veintiuno Editores.
- Castellani, A. y Schorr, M. (2004). Argentina: convertibilidad, crisis de acumulación y disputas en el interior del bloque de poder económico. *Cuadernos del CENDES*, 21(57), 55-81. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=40305703>
- Correa, M. E. (2016). Con sello propio: singularidad e innovación en casos de emprendimientos autogestionados de diseño de indumentaria en la ciudad de Buenos Aires. *Trabajo y Sociedad*, 26, 23-33.
- Correa, M. E. (2018). *Entre la industria y la autogestión*. ExLibrisTeseo Press.
- Fernández Lamarca, N.; Pérez Centeno, C.; Marquina, M. y Aiello, M. (2018). *La educación superior en Argentina: situación actual en el contexto regional*. Universidad Nacional de Tres de Febrero.
- Chiesa, M., Cirelli, P. y Siciliani, P. (2012). *Buenos Aires es tendencia. Diseño de Indumentaria en la era digital*. Sudamericana.
- Fridman, D. (2019). *El sueño de vivir sin trabajar. Una sociología del emprendedurismo, la autoayuda financiera y el nuevo individuo del siglo XXI*. Siglo veintiuno editores.
- Gavito, M.P. (2020). *Múltiples sentidos de la categoría de "diseño de autor" en el campo del diseño de indumentaria a principios del siglo XXI en la Ciudad de Buenos Aires*. [Tesis de Maestría inédita]. Universidad de Buenos Aires. http://repositorio.filo.uba.ar/bitstream/handle/filodigital/13791/uba_ffyl_t_2020_se_gavito.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Graciarena, J. (2014). El Estado latinoamericano en perspectiva. Figuras, crisis, prospectiva. *Entramados y perspectivas: Revista de la Carrera de Sociología*, 4(4), 225-258.
- Guerschman, B. y Vargas, P. B. (2007, diciembre). Quilombo y apuesta. Apuntes etnográficos sobre la crisis argentina de 2001 a través de la mirada del mundo del diseño. *Avá*, 11, 39-62.
- Guershman, B. (2010, octubre). La marca comercial y el diseño: una reflexión antropológica sobre la producción, el consumo y el espacio. *Kula. Antropólogos del Atlántico Sur*, 3, 67-81.
- Joly, V. (2009). *Diseño de vestimenta en la Primera Bial de Arte Joven. Diálogos entre el arte y la cultura democrática en la Buenos Aires de fines de los 80* [Ponencia]. V Jornadas de Jóvenes Investigadores del Instituto de Investigaciones Gino Germani, Buenos Aires, Argentina.
- Joly, V. (2012). Arte, moda y consumo cultural. *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación*, 39, 283-293. <https://doi.org/10.18682/cdc.vi39.1774>
- Lescano, V. (2004). *Followers of Fashion. Falso Diccionario de la Moda*. Interzona.
- Lucena, D. (2021). Del under a la pasarela: los desfiles de la Primera Bial de Arte Joven. *Revista de la Red de Intercátedras de Historia de América Latina Contemporánea*, 8(15), 71-82. <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/RIHALC/article/view/35842>

- Marré, S. (2014). El asociativismo en las empresas de diseño de indumentaria de autor en Argentina, *Cuaderno 48*, 59-69.
- Miguel, P. (2013). *Emprendedores del diseño. Aportes para una sociología de la moda*. Eudeba.
- Miguel, P. (2019). Más allá del autor. La construcción pública del diseño de indumentaria en Argentina, *Cuaderno 76*, (20), 161-177.
- Miguel, P. y Alatsis, G. (2020). La promoción del diseño: Continuidades y tensiones en las políticas culturales en Argentina. *E-verba. Revista de estudios de la cultura*, 25-36.
- Mon, L. (2012). Industrias Creativas de Diseño de Indumentaria de Autor. Diagnóstico y desafíos a 10 años del surgimiento del fenómeno en Argentina. *Cuaderno 42*, 11(42), 19-34.
- Mon, L. (2013). Diseño en Argentina. “Hacia la construcción de nuevos paradigmas”. *Cuaderno 44*, 13(44), 83-99.
- Negus, K. y Pickering, M. (2000). Creativity and cultural production. *Cultural Policy*, 6(2), 82- 259.
- Rubinich, L. (2001). *La conformación de un clima cultural. Neoliberalismo y universidad*. Libros del Rojas.
- Saulquin, S. (2011). *Historia de la moda argentina. Del miriñaque al diseño de autor*. Emecé.
- Saulquin, S. (2019). *Historia de la moda y el diseño argentino desde 1776*. Editorial Nobuko Diseño.
- Svampa, M. (2005). *La sociedad excluyente. La Argentina bajo el signo del neoliberalismo*. Taurus.
- Vargas, P. B. (2013). *Diseñadores y Emprendedores. Una etnografía sobre la producción y el consumo de diseño en Buenos Aires*. Al Margen.
- Williams, R. (2003). *Palabras clave. Un vocabulario de la cultura y la sociedad*. Nueva Visión.
- Zambrini, L. (2015, julio-diciembre). De diseñadoras, diseñadores y diseños. Reflexiones desde una perspectiva de género. *Iconofacto*, 11(17), 100-110.
- Zarlenga, M. (2016). *Escenarios creativos y procesos de resonancia urbana: Análisis sociológico de la conformación de una estética emergente asociada con el lugar* [Ponencia]. XII Congreso Español de Sociología, Gijón, España.