

Modelo “rutas de la identidad” como propuesta metodológica de aplicación de rasgos culturales en el diseño

*Julio César Romero Becerril**

Resumen

El diseño que incluye a identidad cultural, al parecer se ha vuelto un estilo, tendencia o práctica que se ha venido realizando comúnmente en el diseño y sus disciplinas, a través del tiempo, sin embargo, no existe claridad en la selección, manejo, profundidad y aplicación de las características que comuniquen tal mensaje. Es ante esto que se retoman elementos conceptuales a través de esquemas, mismos que refuerzan y aclaran lo que implica la identidad y desembocan en procedimientos prácticos-metodológicos que sistematizan el abordaje, cerrando con una propuesta denominada “Las rutas de la identidad para el diseño”, misma que provee un proceso paulatino abordaje y manejo de las vertientes de la identidad cultural.

Palabras clave: Diseño modelo, identidad, metodología, cultura.

Abstract

The design that includes cultural identity, apparently has become a style, trend or practice that has been commonly carried out in design and its disciplines, over time, however, there is no clarity in the selection, manage-

Fecha de recepción: febrero 2022

Fecha de aceptación: mayo 2022

Versión final: abril 2023

Fecha de publicación: junio 2023

ment, depth and application of the characteristics that communicate such a message. It is before this that conceptual elements are taken up through schemes, which reinforce and clarify what identity implies and lead to practical-methodological procedures that systematize the approach, closing with a proposal called “Identity routes for design”. , which provides a gradual process of approaching and managing the aspects of cultural identity.

Keywords: *Model design, identity, methodology, culture.*

Introducción

La inquietud por brindar rutas claras para el abordaje de la identidad cultural en el diseño industrial ha sido un discurso muy socorrido desde que las disciplinas se implantaron en el contexto mexicano, los acercamientos llevados a cabo en este periodo de tiempo han sido teorizaciones que dejan clara la necesidad de desarrollar y esclarecer dicho enfoque, más allá de un estilo que aún así, sigue nebuloso y ambiguo, y que emplea elementos de manera directa y literal, llevando muchas veces al “cliché”.

Tras la identificación de dicha necesidad teórico-metodológica, surge la propuesta aquí planteada como una aproximación conceptual de aplicación dentro de la tesis doctoral titulada “Modelo de la relación identitaria del diseño industrial para su competitividad a través de la diferenciación”. Cabe señalar que el modelo no podría ser tomado como una metodología de diseño puesto que no se indican técnicas específicas para llevar a cabo cada una de las fases.

Cabe señalar que los trabajos desarrollados, siguiendo dicha dirección, han incorporado determinados referentes de identidad en distintas dimensiones y profundidad como un resultado obvio de procesos de diseño orientados con tal intención, permitiendo la visualización de los repertorios que, de manera amplia, solventen las necesidades del diseño.

Sin embargo, esta manera de darle tratamiento a una situación que deriva del diseño y su contexto es una de las muchas vertientes de identidad cultural transferida al diseño. Es, entonces, que se retoman algunas propuestas orientadas en el enfoque denominado “Diseño Orientado a la Cultura” y se presenta una alternativa metodológica integral.

Hipótesis

El desarrollo de un proceso metodológico que facilite el manejo sistematizado de la identidad cultural permitirá, en su aplicación, orientar el proceso de diseño a variables concretas donde exista un mayor número de referentes aplicables a los objetos, siguiendo la intencionalidad planteada en el proyecto.

Desarrollo

Las disciplinas diseñísticas como lo son la Arquitectura, el Diseño Gráfico, el Diseño Industrial, el Urbanismo, entre otras, en su esencia, se fundamentan en recursos ideológicos y culturales que pertenecientes al contexto donde se originaron, siendo principalmente países europeos como Inglaterra y Alemania. Sin embargo, es determinante el contexto en el que dichas disciplinas se implantan y reconfiguran de manera particular, incluyendo ciertas variables, descartando otras y modificando algunas otras, esto de manera paulatina y hasta inconsciente, con dirección a un proceso de autorregulación que no se detiene dadas las dinámicas sociales del contexto.

Este fenómeno de tropicalización trae consigo una fuerte carga de reivindicación de pautas identitarias, generalmente retomando pertenencias locales-históricas que son parte inherente de la cultura, funcionando como un ajuste simbólico, lo cual viene a ser una situación común en cualquier contexto que se observe.

Es un hecho observable que el diseño latinoamericano, así también el oriental y el africano, ha planteado propuestas sistematizadas de incorporación de elementos de identidad cultural local en los objetos de diseño. Cabe señalar que dichos procesos retoman argumentos de identidad mayormente basados en elementos tradicionales, rituales, históricos y la objetividad que circunda a dichas expresiones, posiblemente por la garantía simbólica que envuelve a tales referentes, sin embargo, esta vía pareciera ser una dirección única para considerar por los diseñadores.

Estas vías hacia el objeto con identidad escasamente cuentan con procesos, herramientas y técnicas propios, lo cual ocasiona dificultades en la transferencia de los referentes identitarios a los objetos, al no te-

ner, además, una manera de evaluar y seleccionar aquellos que de manera más acorde al proyecto de diseño deban manejarse. Cabe señalar que el modelo resulta, además de la conjunción, bajo las directrices de diseño de distintas teorías, las cuales fueron sintetizadas mediante esquemas con la intención de conocer la profundidad conceptual expuesta, es entonces que a continuación se presentan los esquemas mencionados.

Primeramente, se presenta el esquema de Mandoki (2006) donde se presentan las distintas esferas de la identidad como matrices donde se concentran contenidos de tipo simbólico, pero además elementos de la acción cotidiana y la comunicación.

Por su parte, las matrices se componen de la siguiente manera:

- Matriz escolar: se refiere a los saberes aprendidos en la escuela, pero además a todos los conocimientos colaterales a ella como lo son los valores y actitudes, el juego y otras experiencias de conocimiento devenidas de la actividad y tradición docente, donde participa en buena manera la percepción y apropiación particular.
- Matriz médica: se deriva del concepto de enfermedad y de lo corporal, de manera que integra conocimientos bastos desde lo natural hasta la sofisticación tecnológica como cúmulos de conocimientos coadyuvantes.
- Matriz ocultista: este núcleo se motiva enteramente de subjetividad anclada la personalidad y carácter, donde, además, abundan manifestaciones y rituales allegados a lo mágico y lo metafísico. Estas expresiones además son contextuales por lo que tienen peculiaridades culturales de acuerdo con su origen y evolución.
- Matriz artística: se aboca en la producción y comprensión de valores estéticos, aunque desdeñando el enfoque occidental, la dimensión estética se ejerce desde muchos otros ámbitos y, por supuesto, desde la cotidianidad.
- Matriz familiar: es la matriz por excelencia, donde se origina la cultura, pero también aquí se ubica el arranque hacia el resto de matrices. Se tiene un punto de partida de lo biológico (bioma) a las prácticas culturales (culturoma).

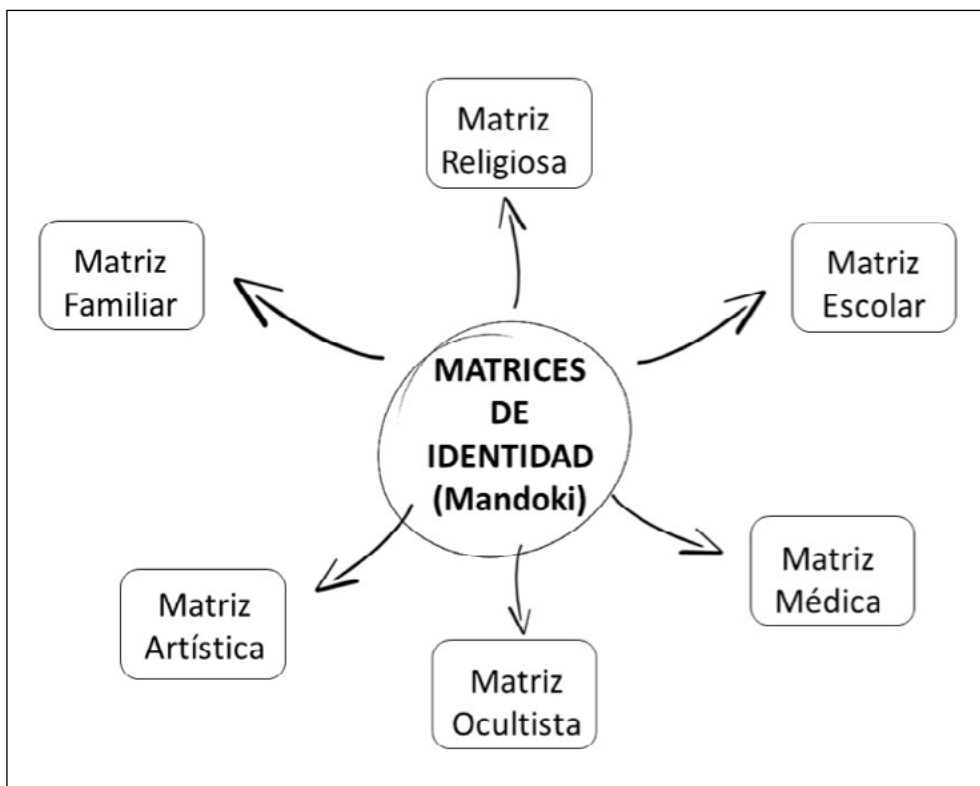


Imagen 1. *Matrices de la identidad.*

Fuente: Romero (2019) con base en Mandoki (2006).

Por otro lado, Porrúa desarrolla una rica propuesta que se orienta al diseño, esto desde la producción de objetos desde el diseño colectivo, a partir del trabajo con colectivos artesanales contenidos en Argentina, donde además se tienen fuertes especificidades culturales.

Este trabajo de diseño colectivo se centra en relatos de identidad, los cuales pueden agruparse en tres grandes ejes, mismos que funcionan como categorías englobantes y que permiten enmarcar expresiones, rasgos y contenidos simbólicos de la cultura, pero a su vez dan paso a la configuración de la identidad.

Entonces, la ubicación y reconocimiento de los relatos, dentro de estos ejes, propicia el direccionamiento de los trabajos colectivos y delimita el proceso en lo identitario. Es entonces que los ejes se explican de la siguiente manera:

- El Eje del Territorio “se ocupa de esa relación indisoluble que se da entre las comunidades y la tierra en las que habitan”. (Porrúa, 2014, p. 131)

- El Eje de la Celebración “se constituye en los mitos y leyendas, en los rituales y fiestas populares y en la concentración de la vida urbana, donde la diversidad cultural se hace presente en la fuerza de la aglomeración y confrontación de lo diverso”. (Porrúa, 2014, p.131)
- El Eje de la Memoria

se constituye con los relatos que hacen referencia a hechos, sucesos y protagonistas, mitos de origen e identidad, que, siendo parte de la memoria colectiva, son traídos al presente como recuerdo, conmemoración o reconstrucción del pasado, contra el olvido y como símbolo de justicia o reparación histórica. (Porrúa, 2014, p. 131)

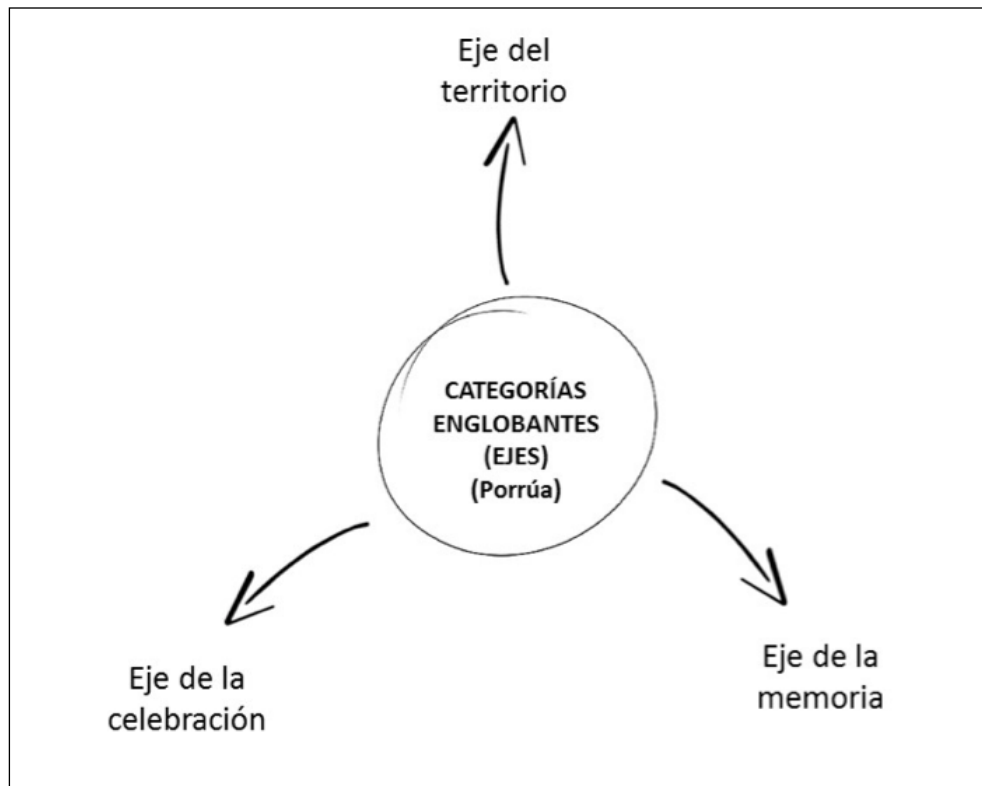


Imagen 2. *Ejes de la identidad para el programa “Identities Productivas”.*
Fuente: Romero (2019) con base en Porrúa (2014).

Por su parte, en Castells (2001) se vierte una lista sucinta de elementos denominados “Materiales para la construcción de identidad”, cabe señalar que el autor no detalla los contenidos de cada uno de estos “materiales” y pareciera que la lista podría ser ampliada de ser necesario.

Considerando el ámbito y orientación temática de Castells, la historicidad, la biología y la geografía podrían leerse como tres ámbitos primigenios donde se instalan por procesos históricos las instancias institucionales que dan fuerza (y poder) a las construcciones de identidad.

Sin embargo, la categoría denominada como “memoria colectiva” merece un tratamiento especial ya que compendia y soporta al resto, además de sustentarse en una historicidad necesaria para el trabajo con la identidad:

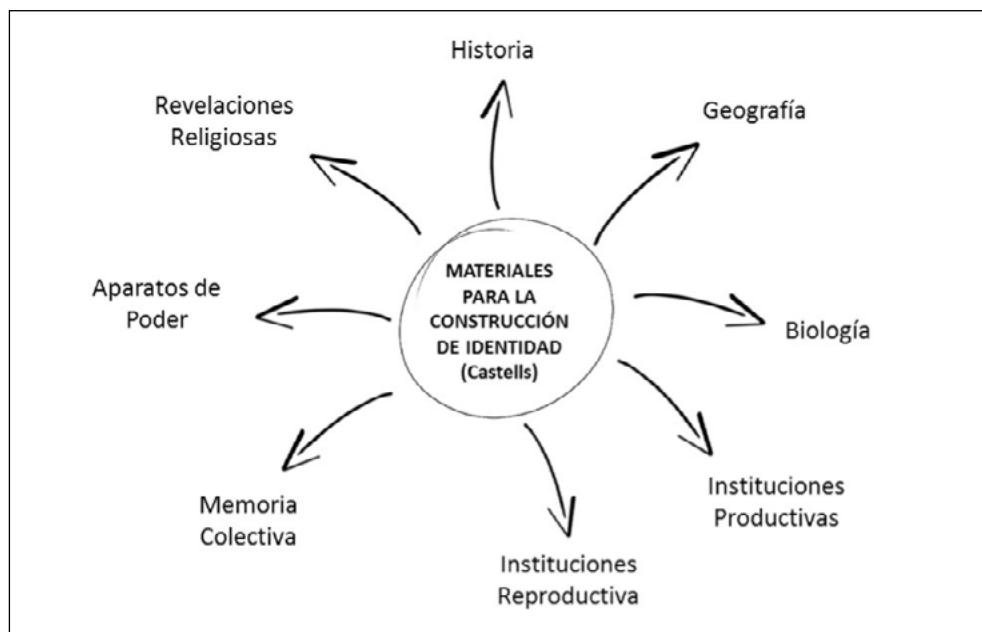


Imagen 3. Materiales para la construcción de identidad.
Fuente: Romero (2019) con base en Castells (2001).

Cabe señalar que un concepto propiciado de lo anterior pero que además representa la progresión integrativa hacia una instancia creativa es la identidad proyecto:

Identidad proyecto: cuando los actores sociales, basándose en los materiales culturales de qué disponen, construyen una nueva identidad que redefine su posición en la sociedad y, al hacerlo, buscan la transformación de toda la estructura social. Es el caso, por ejemplo, de las feministas cuando salen de las trincheras de resistencia de la identidad y los derechos de las mujeres para desafiar al patriarcado y, por lo tanto, a la familia patriarcal y a toda la estructura de producción,

reproducción, sexualidad y personalidad sobre la que nuestras sociedades se han basado a lo largo de la historia. (Castells, 2001, p. 30)

Esta identidad proyecto podría manejarse como un proyecto de identidad, es decir, a través de un objetivo colectivo claro, mismo que procede y se articula de los repertorios culturales específicos, esto es, a manera de código y sistema de valores. En este sentido, la propuesta de Porrúa (2014) tiene esta dirección como un proceso colectivo, donde los materiales culturales dirigidos a identidad son negociados y establecidos consensuadamente.

Son, además, estos proyectos de identidad, a través de la fuerza colectiva implícita, un medio de visibilización de las construcciones identitarias, por lo que tienen además un mecanismo radical en sentido de reivindicación, apropiación o simplemente provocar un pensamiento reflexivo.

Por otro lado, la postura de Guerrero indica una triada de funciones de la identidad, mismas que se presentan y actúan simultáneamente:

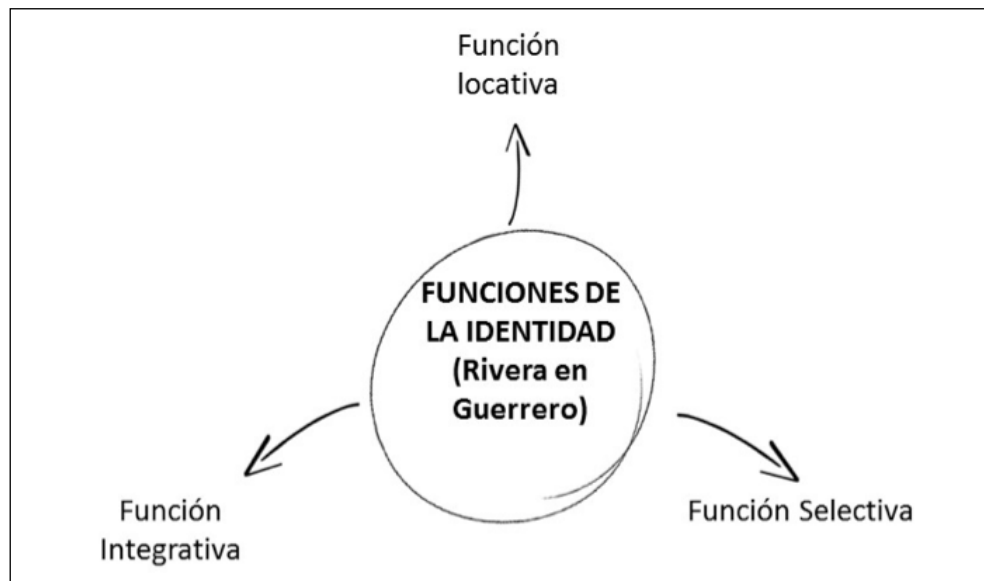


Imagen 4. *Funciones de la identidad.*

Fuente: Romero (2019) con base Guerrero (2002).

- **Función locativa:** permite a los sujetos sociales encontrar su orientación y ubicación con relación a su adscripción y pertenencia social. La identidad nos ayuda a ser y decir lo que somos, a no ser iguales, a conservar la distancia del “nosotros” frente a los “otros”;

a mantenernos en los límites de esas fronteras simbólicas que marcan los territorios de nuestras pertenencias y de nuestras diferencias sociales. (Rivera en Guerrero, 2002, p. 109)

- Función selectiva: esta teoría puede considerarse como una prolongación (o profundización) de la teoría de la acción, en la medida en que es la identidad la que permite a los actores ordenar sus preferencias y escoger, en consecuencia, ciertas alternativas de acción. (Rivera en Guerrero, 2002, p. 109)
- Función integrativa: implica integrar las experiencias del pasado con las del presente en una memoria colectiva compartida, hacer funcional todo el acumulado social de la existencia de un pueblo que le ha permitido llegar a ser lo que es. Esto le ayuda a no fragmentar la identidad en el tiempo y a reconocerse y afirmarse en cada hecho de su pasado. (Rivera en Guerrero, 2002, p. 109)

Cabe señalar que en el caso del modelo que ocupa a este trabajo, se tiene un abordaje individual que lleva en sí mismo una intención perfectamente establecida. Por tanto estas funciones permiten clarificar los objetivos y reflexionar el propósito de los objetos diseñados y su proceso.

Por su parte, Giménez presenta una serie de elementos denominados rasgos distintivos estables, ello dentro del contexto de la construcción de identidad, donde se establecen, además, elementos como la reivindicación común, como un factor irreductible y protagónico de la construcción identitaria.

Otro elemento muy importante, retomado en el modelo propuesto, son los modelos de comportamiento, que como indica Giménez, configuran esos rasgos estables, por demás distintivos y que se relacionan con elementos comportamentales, mismos que son tomados como una intencionalidad subjetiva.

Cabe señalar que este listado no precisa el significado de los elementos, además de dejar claro que son unos elementos dentro de muchos otros, sin embargo, es observable la ponderación de la serie presentada, misma que incluye categorías de indudable peso en lo colectivo.



Imagen 5. Rasgos distintivos estables.
 Fuente: Romero (2019) con base en Giménez (2005).

Cabe señalar que los esquemas precedentes guardan una congruencia en cuanto a las categorías a las que aluden, posiblemente con discrepancias derivadas de los diferentes énfasis en que trabajan los autores. Estos elementos o categorías guardan relación en el sentido de enumerar materiales, rasgos y matrices que engloban una serie de expresiones, saberes, símbolos y valores totalmente contextualizados y amasados en la respectiva historicidad.

Los componentes de identidad tratados responden a un génesis en la cultura así como su desarrollo y evolución dentro de esta, por lo que la revisión al tema de la cultura permite la visión más completa y comprensible de la relación entre cultura e identidad.

En este entendido, se presenta un modelo donde se logran identificar los contenidos objetuales tangibles e intangibles de tres niveles identificables, mismos que aclaran la profundidad de los elementos de los que se conforma. Es esta la importancia de integrar tales niveles en el modelo propuesto y de esta manera, poder abordar repertorios de distinta naturaleza, enfocados evidentemente en el proyecto de diseño y en el tipo de objeto resultante del mismo.



Imagen 6. Niveles de la cultura.
Fuente: Blanco (2015).

Ante dicho panorama metodológico-proyectual se propone un procedimiento a escala conceptual y operativa para poder controlar, identificar y facilitar la selección de estos tras fases reflexivas de evaluación, mismas que además deben dirigirse hacia una intención determinada de acuerdo con el proyecto de diseño.

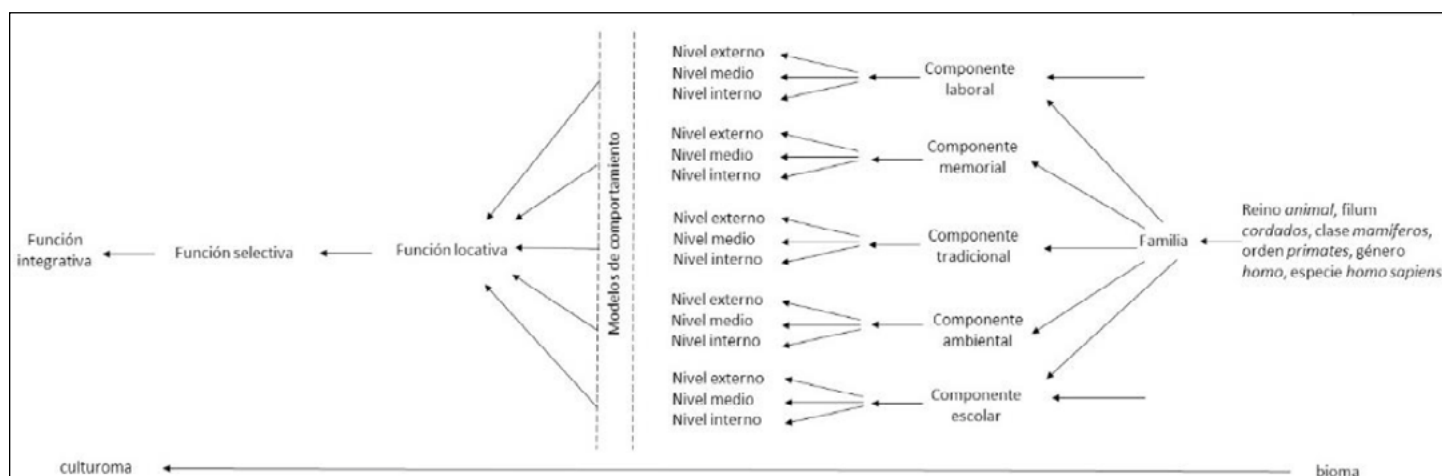


Imagen 6. Modelo “Las rutas de la identidad para el diseño”.
Fuente: Romero (2019).

Es entonces que el modelo contiene los siguientes elementos de acuerdo con Romero (2019), donde el proceso de diseño corre de derecha a izquierda, mientras que el objeto y su análisis tendrían un sentido de izquierda a derecha, por consiguiente:

- Familia: matriz identitaria principal, dado que es la primera instancia colectiva con la que tiene contacto el individuo (con mayor énfasis biológico al nacer). Es en la familia donde, además, se eslabona el contacto con otras instancias sociales, al mismo tiempo que se permite la incipiente construcción de juicios y apropiaciones a partir de la imitación e inculcación de conductas.
- Componente laboral: se refiere a las actividades laborales desempeñadas por los integrantes de la familia del individuo o de algún actor específico, de manera que conlleva un impacto en la identidad de este como un trabajo u oficio aspiracional que incluso puede formar parte de un legado familiar o como resultado de la comunidad o lugar geográfico de procedencia. Este componente podría no depender necesariamente de la familia pues actualmente en la elección profesional, la presión familiar no es determinante.
- Componente memorial: corresponde al acervo contenido a manera de hechos históricos de relevancia donde intervienen personajes, lugares y causas, y el individuo mantiene identificación por pertenecer a determinado grupo social. Es así que si bien, el grupo se funda en una historia común, no permite demasiadas variaciones en cuanto a la apropiación de los acontecimientos importantes, pues integran una base histórica común de identidad colectiva.
- Componente tradicional: se integra por expresiones culturales, ejecutadas de manera colectiva como son los mitos y fiestas, las cuales pueden llevar un carácter gozoso o solemne, manifestado en prácticas rituales. Podría equipararse este punto con el patrimonio inmaterial (UNESCO), aunque la valoración hegemónica del patrimonio (no pueden ser equivalentes las concepciones y sistemas de valores propios de los grupos culturales).
- Componente territorial: se trata de los elementos geográficos y paisajísticos que se tienen en la demarcación en que vive determinado grupo social, relacionándose a través de un proceso de apropiación de este. Dentro de este apartado se encuentran los hitos naturales

como son montañas, ríos, cascadas, playas, entre otros, además de integrar los hitos construidos: plazas, edificios o monumentos, los cuales también poseen una ubicación geográfica propia.

- **Componente escolar:** corresponde a la afiliación educativa de los individuos, desde niveles educativos básicos dado el sentimiento de pertenencia construido desde la educación básica. Posteriormente, el nivel superior corresponderá a la identidad profesional, la cual se funda en los saberes y “haceres” correspondientes a los gremios profesionales, mismos que se integran a partir de atributos propios como códigos particulares o conductas y comportamientos propios del desenvolvimiento de las distintas profesiones, aunque algunos queden meramente como estereotipos idealizados y muchas veces construidos desde fuera de la misma profesión. Cabe señalar que este punto no necesariamente proviene de la matriz familiar.
- **Modelos de comportamiento:** es la externalización de la apropiación de los diversos componentes mediante acciones reguladas por la cultura y el contexto en el que se convive. Esto corresponde a una intencionalidad que debe comunicar el objeto de diseño, por ejemplo reivindicación, reflexión, provocación, entre otras.
- **Función locativa:** El individuo, entonces, se autodenomina dentro de un grupo social para el cual asume un rol específico que le propina la membresía, sin embargo, podría renunciar a determinado grupo para asumir la participación. Esto es, ubicar de manera acotada la pertenencia.
- **Función selectiva:** permite que el individuo pueda integrar a su acervo solamente los atributos propios de sus grupos de pertenencia que le resulten útiles, interesantes o convenientes en determinado momento. Ello trasladado al objeto de diseño implica un proceso de toma de decisiones y selección de aquellos materiales de identidad correspondientes con la intención y dimensión del proyecto. Esta función puede determinarse como un acto de libertad individual (agencia) a la vez que expresa la unicidad en interés y apropiación de los acervos socialmente compartidos. Es además necesario que el individuo mantenga conciencia de las repercusiones de tomar determinada selección de atributos, justificándose en la búsqueda de determinado fin intencionalmente propuesto

- Función integrativa: permite incorporar congruentemente la historia de determinado grupo con las intenciones presentes, esto es una construcción intencional que corresponde con la “identidad proyecto” (Castells, 2001), dado que parte del reconocimiento de la memoria colectiva y el proyecto identitario responde al proceso de integración estratégico. Esto viene a ser la labor creativa del diseño al tratarse de la generación de propuestas capaces de reflejar los contenidos identitarios retomados.
- Del *bioma* al *culturoma* significa pasar de una dimensión meramente biológica a otra cultural mediante el proceso de socialización. Esto representa un recorrido desde el recipiente biológico corporal hasta las esferas de acervos colectivos, su divergencia y convergencia en un objeto de diseño. Esto es una transportación hacia una serie sumativa de variables de carácter cultural que se entretajan.

Es de esta manera que el modelo proporciona alternativas en los cinco componentes propuestos y a partir de la elección de uno de ellos, prosiguen fases reflexivas que conllevan una toma de decisiones que pasarían de lo subjetivo a elementos concretos de diseño que se integrarán en el objeto de diseño.

Referencias

- Blanco, D. (2015). *Calidad, Estrategia y Liderazgo*. [En línea] <https://dbcalidad.blogspot.com/2015/06/el-modelo-de-la-cultura-empresarial-de.html> [Último acceso 11 01 2022]
- Castells, M. (2001). *La era de la información. Economía sociedad y cultura. El poder de la identidad*. Vol. II. Siglo XXI.
- Giménez, G. (2005). *Teoría y análisis de la cultura*. CONACULTA-ICOCULT.
- Guerrero, P. (2002). *La cultura. Estrategias conceptuales para entender la identidad, la diversidad, la alteridad y la diferencia*. Ediciones Abya-Yala.
- Mandoki, K. (2006). *Prácticas estéticas e identidades sociales*. Siglo XXI; CONACULTA; FONCA.
- Porrúa, M. (2014). Claves de identidad del programa Identidades Productivas. Cuaderno 47. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*. 125-140. Universidad de Palermo.
- Romero, J. (2019). *Modelo de la relación identitaria del diseño industrial para su competitividad a través de la diferenciación* [Tesis de doctorado Universidad Autónoma del Estado de México] Repositorio institucional UAEM. <https://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/106063>

***Julio César Romero Becerril.** Doctor en Diseño por la Universidad Autónoma del Estado de México. Candidato a Investigador Nacional, miembro del Sistema Nacional de Investigadores por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (México). Es licenciado en Diseño Industrial y actualmente se desempeña como docente en la Universidad Autónoma del Estado de México y el Instituto Universitario del Estado de México. Área de Interés: Identidad Cultural y Diseño. Contacto: jcromerobecerril@gmail.com



Atribución-NoComercial-SinDerivadas
Permite a otros solo descargar la obra y compartirla con otros siempre y cuando se otorgue el crédito del autor correspondiente y de la publicación; no se permite cambiarlo de forma alguna ni usarlo comercialmente.