UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
FACULTAD DE ARQUITECTURA

TESIS

“ESTUDIO DE LO IMAGINARIO COMO GENERADOR DE DISEÑO CONTEMPORÁNEO”

POR
LDI. TADEO NOEL PRESA GONZÁLEZ

EN OPCION AL GRADO DE MAESTRÍA EN CIENCIAS CON ORIENTACIÓN A LA GESTIÓN E INNOVACIÓN DEL DISEÑO

FEBRERO, 2020

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
FACULTAD DE ARQUITECTURA
SUBDIRECCIÓN DE POSGRADO

TESIS

“ESTUDIO DE LO IMAGINARIO COMO GENERADOR DE DISEÑO CONTEMPORÁNEO”

POR
LDI. TADEO NOEL PRESA GONZÁLEZ

EN OPCION AL GRADO DE MAESTRÍA EN CIENCIAS CON ORIENTACIÓN A LA GESTIÓN E INNOVACIÓN DEL DISEÑO

DIRECTOR DE TESIS

DR. GERARDO VAZQUEZ RODRIGUEZ

FEBRERO, 2020

Copyright © 2019 por Tadeo Presa. Todos los derechos reservados.

Dedicatoria

La presente investigación está dedicada especialmente a mi esposa Karla Llanas, a mi asesor el Dr. Gerardo Vázquez y a todas las personas que me apoyaron durante la etapa de realización de esta maestría así como a todos aquellos que se esfuerzan por generar un conocimiento aplicable a partir de la investigación en el ámbito del diseño.

Agradecimientos

Agradezco primeramente a la vida por permitirme concluir una etapa más. A la Universidad Autónoma de Nuevo León y la Facultad de Arquitectura por ofrecerme la oportunidad de crecer como profesional y persona , a la empresa Casah Mobiliario por colaborar con en nuestra investigación y facilitarnos datos relevantes para la misma. Así también agradezco a todas las personas involucradas directa o indirectamente en el desarrollo de la presente tesis, a los participantes por brindar su tiempo e información para nuestro estudio. Agradezco especialmente a mí esposa por su apoyo y comprensión en este proceso, a mis padres por su guía y al Dr Gerardo Vázquez quien fungió como asesor del proyecto compartiéndome sus conocimientos, apoyo y consejos en todo momento.

Tabla de Contenidos

Capítulo 1 Introducción 1
1.1 Descripción del Contenido y su secuencia..... 1
1.2 Protocolo de Investigación..... 4
1.2.1Planteamiento del Problema. 4
1.2.2Problemática. 4
1.2.3 Declaración del problema. 6
1.2.4 Preguntas de investigación..... 6
1.2.5 Objetivo general..... 7
1.2.6 Objetivos específicos. 7
1.2.7 Justificación. 8
1.2.8 Hipótesis. 11
Capítulo 2..... 12
2.1 Marco Teórico..... 12
2.1.1 El concepto de lo imaginario. 12
2.1.2 Lo imaginario, la imagen y la imaginación. 14
2.1.3 Un trayecto por la dimensión simbólica de lo imaginario, lo psíquico y el inconsciente..... 17
2.1.4 El imaginario en el contexto contemporáneo..... 23
2.1.5 imaginario social..... 26
2.1.6 Los Imaginarios Urbanos..... 31
2.2 El Diseño: Origen, Significado e Historia 36
2.2.1 Origen y Significado del Diseño..... 37
2.3 Historia del Diseño 39
2.3.1 El nacimiento del Jugdenstil. 41
2.3.2 El movimiento moderno, el diseño industrial y la Bauhaus 44
2.3.3 El nacimiento del diseño Italiano..... 49
2.3.5 El diseño Moderno en Alemania y los países Escandinavos. 55
2.3.6 El diseño Moderno en América. 62
2.3.7 El Diseño Moderno en Italia..... 67
2.3.8 Antidiseño y diseño crítico. 73
2.3.9 El resurgimiento de Japón en el diseño..... 77
2.4 El concepto de diseño 80
2.4.1 El Diseño contemporáneo..... 82
2.4.2 Las Disciplinas del Diseño Contemporáneo..... 87
2.5 El Diseño de Mobiliario..... 90
2.5.1 Precedentes del Diseño de Muebles..... 91
2.5.2 Clasificación de los Muebles. 95
2.6 El diseño centrado en el humano y la Experiencia del usuario..... 99
2.6.1 El diseño centrado en el Humano. 100
2.6.2 La Experiencia del Usuario..... 104
Capítulo 3..... 110
3.1 Propuesta..... 110
3.1.1 El puente de lo Imaginario hacia las disciplinas del Diseño Contemporáneo. 110

3.1.2 El diseño como actividad consciente que manifiesta el inconsciente desde lo imaginario. 112
Capítulo 4 117
4.1 Método 117
4.1.1 Diseño de la Investigación. 117
4.1.2 Estudio de Caso. 120
4.1.3 La recopilación de información y las aportaciones de los participantes. 126
4.1.4 Instrumento. 128
4.1.5 Interpretación de los datos. 130
4.4.6 Población y muestra. 132
4.4.7 Caracterización de la población. 137
4.4.8 Muestra. 139
Capítulo 5 140
5.1 Hallazgos / Conclusiones / Recomendaciones 140
Capítulo 6 149
6.1 Referencias 149
6.2 Imágenes 151
Capitulo 7 159
7.1 Anexos 159
7.1.1 Anexo A (Recopilación de información) 159
7.1.2 Anexo B (Interpretación de los datos) 179
7.2 Interpretación de aportaciones por participante según códigos establecidos 181
7.2.1 Apego e identidad. 181
7.2.2 Dimensiones aproximadas 183
7.2.3 Dinámica de uso 184
7.2.4 Cultural 185
7.2.5 Material 187
7.2.6 Social 187
7.2.7 Temporalidad 189
7.2.8 Expectativas 190
7.3 Redes 191

Capítulo 1

Introducción

1.1 Descripción del Contenido y su secuencia

La presente investigación es un esfuerzo por enlazar, analizar y entender conceptos que no son normalmente vistos a manera de conjunto, con la finalidad de generar conocimiento entorno a estos y así pueda ser posteriormente profundizado, ampliado y aplicado.

En el desarrollo de este documento primeramente encontraremos las definiciones de los principales conceptos entorno a los cuales gira éste proyecto de investigación como son: lo imaginario, diseño contemporáneo y diseño de mobiliario. Posteriormente encontraremos el protocolo de investigación donde enlistaremos los componentes esenciales de nuestra investigación, la problemática abordada, los objetivos, justificación e hipótesis.

Seguidamente nos adentramos en el marco teórico donde se abordan las variables de esta investigación independientemente y después se tratan de una manera conjunta con la finalidad de establecer los lazos entre ellas, destacar los aspectos que las relacionan ya que de estos enlaces surgen nuestros postulados, luego tales se ensamblan en la metodología con un caso de estudio enfocado en el diseño de mobiliario. Por último encontraremos nuestras conclusiones y hallazgos de la investigación.

Para entender el concepto de imaginario nos concentraremos principalmente en 3 autores, Corneluis Castoriadis, Edgar Morin y Enrique Carretero. Debido a que estos autores definen lo imaginario de la siguiente manera:

En palabras Castoriadis (1999) “El imaginario es la determinación esencial de la psique humana, siendo entonces flujo o corriente incesante de representaciones, deseos y afectos.” p.95.

> Morin (1999) nos dice que la importancia del imaginario en el ser humano es inimaginable; dado que las vías de entrada y de salida del sistema neurocerebral que conectan el organismo con el mundo exterior representan sólo el 2% de todo el conjunto, mientras que el 98% implica al funcionamiento interior, se ha constituido en un mundo síquico relativamente independiente donde se fermentan necesidades, sueños, deseos, ideas, imágenes, fantasmas, y este mundo se infiltra en nuestra visión o concepción del mundo exterior. (Citado en Narváes, A. 2017, p. 3)

Mientras tanto Carretero (2003) lo describe de la siguiente manera:

> Paralelamente al mundo real fijado por rutinas condicionadas por la organización espacio-temporal del trabajo, emerge un mundo imaginario que bien podría ser considerado como un reservorio de sueños con una vida alternativa a la petrificada vida moderna, una doble realidad que confiere vitalidad a lo carente de vida. El mundo imaginario abastece de una corriente de irrealidad a una realidad en la que la imaginación ha sido doblegada bajo los dictados de la realidad instrumental.” (Carretero, 2003, p. 183)

En nuestro esfuerzo por trazar una conexión entre lo imaginario y las disciplinas del diseño contemporáneo sin duda consideraremos aspectos del comportamiento humano, lo social y la cultura entendida como los atributos del comportamiento y las creencias adquiridas por los integrantes de una sociedad especifica en la que la dinámica de identidad y validación de los individuos solo se genera en la compañía de los otros y fundamenta lo verdaderamente humano.

Otro aspecto relevante seria el concepto de diseño contemporáneo, el cual toma usamos desde la siguiente definición:

Surge un nuevo concepto de calidad en el producto y en el entorno que, en vista del rendimiento y el servicio brindado, es capaz de determinar un valor emocional, lo que plantea un punto de referencia dentro del nuevo consumo. (Branzi, A., citado en Vercelloni, M., Bianchi, R., 2004, P.144)

Por otro lado el término diseño de mobiliario será abordado desde las relaciones que se crean entre el usuario y sus muebles, hablamos de la apropiación, identificación con el objeto y sus características, Postell (2012) nos dice que el diseño de mobiliario:

> Es una actividad profundamente enraizada que manifiesta a la condición humana, Es una ciencia social perteneciente a las humanidades, arte aplicada que se inspira en muchas disciplinas del diseño, y depende de un conocimiento práctico de los materiales y las técnicas de fabricación. Es un campo de estudio holístico e interdisciplinario. (p. 1)

1.2 Protocolo de Investigación

1.2.1Planteamiento del Problema.

En la actualidad las diferentes disciplinas del diseño han empujado sus límites a territorios donde sus fronteras chocan, se sobreponen, y se fusionan entre ellas o bien con otras ciencias y disciplinas de diferente naturaleza.

Nos plantamos en un contexto temporal actual y buscamos entender el panorama venidero en temas referentes al diseño, esta brecha temporal comprende las últimas décadas del siglo XX hasta las primeras 3 décadas del siglo XXI, en donde la dinámica y el rol del diseño así como de los diseñadores se ha transformado radicalmente

El diseño se ha convertido en un medio para satisfacer necesidades, deseos y expectativas, con la finalidad de brindar sentido y significado a las vidas de las personas, a través de los productos y servicios que utilizan. Este objetivo final del diseño, visto con ojos de la industria, los negocios y las instituciones ha derivado en la necesidad de entender una compleja amalgama de conocimientos.

1.2.2 Problemática.

De la sinergia entre las disciplinas del diseño y otras ciencias, surge la necesidad entender aspectos biológicos, sociales, psicológicos y culturales de las personas, lo que implica un análisis más profundo pero también holístico del ser humano, los grupos que este ha formado y sus creaciones entorno a la construcción de sus realidades.

Los factores mencionados en párrafos anteriores, si bien se manifiestan en gran parte de las relaciones diarias y rutinarias de las personas, están a su vez están íntimamente

ligadas al inconsciente en donde la psique o mentalidad humana toma partido en edificación de lo que se percibe como realidad, erigiendo contextos alternativos en función de la información entrante o inputs y de la información saliente u outputs que bilateralmente afectan la percepción de las personas respecto a su constructo de la realidad.

Como una visión más global de estos aspectos del ser humano y desde una perspectiva amplia, la teoría de los imaginarios aborda esta compleja mezcla que compone la realidad de las personas sin desvalorar los aspectos inconscientes sino integrándolos como parte de conformación de la experiencia de vida.

Al hablar del concepto de los imaginarios sociales Cornelius Castoriadis es uno de los principales autores que tomamos como referencia. El hace alusión al aspecto psíquico como componente principal del imaginario y se refiere a la psique humana como imaginación radical, derivada de componentes inmersos en la teoría del psicoanálisis de Ferud, en la que la vida psíquica o mental de un individuo es considerada un flujo de energía proveniente del subconsciente.

Castoriadis hace mención a su definición acerca de la psique humana, mencionando lo siguiente:

“La psique humana es esencialmente imaginación radical, es un flujo incesante de representaciones, deseos y afectos que puede ser condicionada por algo determinado sin ser causado directamente por ello. Que puede ir desde el sueño más trivial e inocente, hasta la invención o creación más extraordinaria” (Castoriadis, 1992)

Implícito en esta definición encontramos el aspecto creador que Castoriadis le atribuye a la psique y a su concepto de lo imaginario, en el que se replican y se fusionan representaciones que participan en un proceso de creación de realidades compuestas con elementos que no son subordinados o derivados de estas, sino que podría decirse que surgen de la nada, refiriéndonos a algo intangible como ese flujo de energía proveniente del subconsciente humano.

Al intentar cruzar el concepto de lo imaginario con el diseño actual y las posibilidades a un panorama en futuro cercano, nos vemos en la necesidad de acotar todo lo que puede ser consumido como diseño, en un estudio de caso sobre el diseño de muebles que detallaremos más adelante y procedemos a plantearnos la cuestión siguiente:

1.2.3 Declaración del problema.

¿Culés son los patrones de comportamiento que emergen del imaginario de los usuarios de mobiliario contemporáneo, derivados las dinámicas diarias en su hogar?

A partir de este cuestionamiento principal se derivan otros que nos apoyaran a profundizar en los diferentes aspectos que se desprenden de nuestro tema. Dichas preguntas que complementan y dan rumbo al desarrollo de la investigación son las siguientes:

1.2.4 Preguntas de investigación.

1. ¿Cuáles son los elementos necesarios para profundizar en el estudio y la teorización de los diversos aspectos de lo imaginario?

2. ¿Cómo se pueden caracterizar los patrones de comportamiento que emergen del imaginario de los usuarios de mobiliario contemporáneo en relación a su entorno, uso e interacciones con el mismo?
3. ¿Cuáles son las conexiones entre los patrones de comportamiento de los usuarios de mobiliario contemporáneo y los atributos del diseño?

Teniendo estas preguntas en el panorama y el objetivo de contestarlas a lo largo de la investigación prevemos llegar a un profundo entendimiento y desarrollo de ideas entorno al estudio de lo imaginario como generador de diseño contemporáneo.

Con la finalidad de trazarnos un orden y recorrido lógico para el alcance final de esta investigación proponemos un objetivo general que nos permita entender y explicar de manera global nuestro tema, apoyado por tres objetivos específicos que nos permitan entrar en detalles y particularidades de temas de relevancia que sustentan nuestra proyecto.

1.2.5 Objetivo general.

Conocer los patrones de comportamiento que emergen del imaginario de los usuarios de mobiliario contemporáneo, derivados las dinámicas diarias en sus hogares.

1.2.6 Objetivos específicos.

1. Estudiar y teorizar los diferentes elementos que conforman lo imaginario.

2. Caracterizar los patrones de comportamiento que emergen del imaginario de los usuarios de mobiliario contemporáneo en relación a su entorno, uso e interacciones con el mismo.
3. Explicar las conexiones entre los patrones de comportamiento y los atributos del Diseño.

1.2.7 Justificación.

Nuestro estudio adquiere una relevancia y magnitud notables en el contexto actual de las disciplinas de diseño, puesto que se diversifican y se permean unas a otras. El concepto de diseño hoy en día si bien puede tener diferentes acercamientos se le ha visto principalmente desde la perspectiva de la solución de problemas para mejorar la vida y satisfacer las necesidades de las personas y de la sociedad.

Pero desde la perspectiva de la economía, la producción y la política, el diseño se ha utilizado para incentivar el consumo masivo de ciertos productos e información que influye e impacta las maneras de pensar, actuar, percibir y construir la vida y las rutinas diarias de las personas. Estas dos perspectivas representan un dilema ya que la resolución de los problemas críticos del ser humano muchas veces discrepa enormemente de los fines, intereses y beneficios económicos, sociales y políticos que buscan las naciones.

La sinergia, mezcla y complementación de las disciplinas del diseño adquieren una alta relevancia cuando intentamos entender aspectos particulares ligados al diseño que surgen cuando consideramos esta actividad como un conjunto de acciones direccionadas a resolver un problema.

Si bien el diseño desde su concepción ha tomado en cuenta en menor o mayor medida aspectos como el usuario, el entorno, el uso, los materiales, etc. En los últimos años han surgido tendencias y métodos de diseño que van direccionadas a generar un mayor entendimiento del usuario por ejemplo el diseño centrado en el humano

Este toma como referencia principal la experiencia del usuario y la descompone en elementos esenciales que son: el contexto, el usuario, la interacción y el producto u objeto. Tratando de generar una visión más holística de lo que gira en torno a la experiencia de usuario, considerando procesos subjetivos, consientes, intencionales, emocionales, temporales y dinámicos.

Considerando esta tendencia actual del diseño intuimos que el estudio del imaginario de un grupo determinado de personas nos permitiría comprender y generar conexiones entre los aspectos propios del imaginario relevante o dominante del grupo.

Para posteriormente contrastarlos o empatarlos a los aspectos propios de las personas como sus necesidades, deseos, aspiraciones, expectativas, miedos, etc. Interpretarlos en términos aplicables al diseño como pueden ser las funciones, el uso, la estética, la morfología, etc.

Derivado de esta interpretación tendríamos la generación de conocimiento aplicable a la investigación, el análisis y la experimentación requeridos en las disciplinas del diseño, lo cual puede propiciar y representar una ventaja en la tarea del diseño y un mejoramiento en las habilidades y atributos del diseñador en un mercado global.

Por otro lado se prevén beneficios para el segmento de usuarios o grupo de personas que forman parte de ese imaginario al respecto del diseño de los muebles

contemporáneos, ya que estos le pueden generar una mayor satisfacción, producto de un profundo entendimiento biológico, psicológico, social y cultural de sus necesidades reales manifestadas a través de sus patrones de comportamiento.

Consideramos al diseño como una actividad y un producto que tiene un alto nivel de importancia e impacto en la vida de las personas. Caracterizado en una disciplina: diseño de mobiliario y en un producto: los muebles, entendemos que estos forman parte de nuestra rutina diaria y nuestra vida social, familiar e individual.

Al estar los muebles tan ligados a lo que somos como personas, estos tienen la capacidad de cumplir su objetivo primario que sería apoyar las actividades diarias en el hogar, pero también tienen la capacidad de complicar esas interacciones y actividades rutinarias lo cual puede tener un impacto positivo o negativo sobre nuestra persona, tanto en lo tangible "nuestro cuerpo físico" pero también en nuestro ser intangible, es decir en nuestra mente, percepciones, emociones y la actitud misma ante la vida.

En función de esto la tarea del diseñador adquiere una mayor relevancia y responsabilidad, ya no es suficiente entender solo la información relacionada a la forma y a la función sino que además el diseño se relaciona con las emociones, experiencias y con un contexto complejo difícil de descifrar, por lo cual las metodologías que ponen al humano en el centro del proceso de diseño se están convirtiendo en una tendencia entre los diseñadores.

Consideramos de vital importancia hacer énfasis en las profundas relaciones que se entretejen de manera latente entre lo imaginario, el diseño contemporáneo y el uso del

mobiliario en el hogar, así partiendo del análisis y el entendimiento de estas conexiones podríamos comprender las tendencias del diseño de mobiliario contemporáneo.

Para tener la posibilidad de esbozar un panorama en donde el diseñador tenga la información, herramientas y conocimiento para crear las propias tendencias basadas en discernimiento de la sociedad, su cultura, psicología, biología, sus relaciones y las representaciones que dichas sociedades o grupos se generan entorno a su realidad.

Teniendo claros nuestros objetivos consideramos que la finalidad o propósito de este estudio es principalmente conocer, describir y proporcionar un panorama de las posibilidades que pueden surgir del estudio de lo imaginario en relación al diseño contemporáneo, en el caso particular de los muebles.

Por otro lado vemos relevante indagar en estos conceptos que han sido poco relacionados y estudiados como conjunto con la finalidad de identificar y comprender los patrones de comportamiento que surgen de lo imaginario y sus conexiones diseño contemporáneo en un contexto determinado.

Teniendo establecida la importancia lanzamos una hipótesis en coherencia con todo lo mencionado anteriormente, la cual consideramos tendría una relevancia en torno a la disciplina del diseño, pero también respecto a la solución de problemas de segmentos particulares de la sociedad.

1.2.8 Hipótesis.

Al estudiar y reconocer los patrones de comportamiento que emergen del imaginario de los usuarios de mobiliario contemporáneo podríamos propiciar la generación de un

diseño de muebles más apegado a las necesidades reales del usuario en su contexto, manifestándose así en la preferencia hacia el consumo de muebles.

Capítulo 2

2.1 Marco Teórico

2.1.1 El concepto de lo imaginario.

El término imaginario ha sido relacionado de una forma superficial con los recuerdos, los sueños, la ensoñación, el mito y lo irreal que son conceptos que mayormente relacionamos con las imágenes y la imaginación. Sin embargo Corbin hace puntualmente una distinción a modo de advertencia para diferenciar la fantasía de la imaginación, la cual define como "elemento mágico y mediador entre el pensamiento y el ser, encarnación del pensamiento en la imagen y presencia de la imagen en el ser" (Corbin, H., 1992, P. 209)

Entonces según Corbin, H. (1993) podríamos atribuirle a la imaginación la cualidad de darle imagen al pensamiento siendo esta imagen reflejo de nosotros mismos, dotando a la imaginación de cualidades "mágicas" mediante las cuales trasladamos a la realidad nuestros propios pensamientos situándolos a la par de nuestra imagen misma.

Por lo tanto podríamos relacionar los conceptos imaginación e imaginario con procesos internos del ser humano, de origen intangible capaces de transformar y ser transformados, Baczko (2005) lo describe de la siguiente manera:

"Poseen una notoria y hasta fatal polisemia. Se refieren, en efecto, a un elemento fundamental de la conciencia humana, y es por eso que sus definiciones no pueden

obtenerse nunca. La historia de estos términos muestra, desde luego, que se trata de definiciones descriptivas y a la vez normativas de lo que es y lo que debería ser la imaginación.” (p. 27)

Pero naturalmente tratamos de entender la imaginación y los imaginarios desde nuestra propia percepción e interpretación para así construir una representación individual que puede o no coincidir con la de otros, de manera que dicha representación no podría ser rígida, inamovible o normativa.

Por lo tanto si tratamos de entender el imaginario desde su concepto básico deberíamos situarnos en un trayecto histórico. Los conceptos de imaginario e imaginación han sido revestidos de diversas cualidades, para Aristóteles y Platón la imaginación representaba el vínculo entre el mundo tangible y las ideas.

Posteriormente estos términos se relacionaron más estrechamente a lo irreal y fueron apartados del conocimiento racional. No fue sino hasta la diferenciación realizada por Immanuel Kant que establece una diferencia entre una imaginación reproductiva y productiva que se relaciona lo imaginario nuevamente a los aspectos cognoscitivos de ser. (Aracena, 2015)

Por consiguiente el concepto de imaginario adquiere esa cualidad creadora de representaciones ligadas al subconsciente que trascienden a la realidad, estos conceptos fueron posteriormente profundizados por otros autores como Castoriadis. No obstante consideramos las conexiones entre la imagen y la imaginación como un escalón en este proceso de entender el concepto de lo imaginario.

2.1.2 Lo imaginario, la imagen y la imaginación.

Lo imaginario guarda una inapelable relación con la imagen, la imaginación y con la manera de conocer la esencia de alguna cosa sin hacernos juicios al respecto de manera automática. Tanto la imagen como la imaginación "Nuestra imaginación y aprehensión primera constituyen demarcaciones desde la infinita abundancia de la realidad y los modos infinitos de aprehenderla, de modo que la magnitud en cada momento delimita y suministra una base adecuada para nuestra conducta práctica." (Simmel, 2000, p.299)

Al hablar del concepto de imagen Villafañe (2006) aborda el mismo desde una perspectiva compleja que no puede ser vista o estudiada desde una sola perspectiva o con un enfoque, dicho en sus palabras:

"Pocos fenómenos humanos poseen la variedad que el universo de la imagen presenta. La multiplicidad de sus usos. De los medios que la producen, de las funciones que satisface, hacen de la imagen un macrocosmos difícilmente abordable desde una exclusiva perspectiva científica." (P. 27)

Por lo tanto cuando intentamos analizar la imagen desde un sentido más profundo podemos ver sus conexiones con el concepto que hemos abordado de imaginario, puesto que, "el concepto de imagen comprende otros ámbitos que van más allá de los productos de la comunicación visual y el arte; implica también procesos como el pensamiento, la percepción, la memoria, en suma, la conducta." (Villafañe, J., 2006, P. 29)

Después de tener en perspectiva esta visión más compleja de la imagen es que podemos relacionarla a los objetos y por medio de la carga psíquica de esta trasladamos

sus atributos a nuestra representación de la realidad y creamos híbridos entre lo tangible y lo intangible. Del mismo modo Sartre profundiza en su manera de entenderla:

La imagen como un acto que en su corporeidad trata de aprehender un objeto ausente o inexistente a través de un contenido físico o psíquico que no se da por sí. Sino a título de representante analógico del objeto que se trata de aprehender. EI contenido no tiene exterioridad en el caso de la imagen mental. (Citado en Villafañe, J., 2006, p. 44)

La imagen puede ser categorizada de diversas maneras, la más intuitiva y natural seria en función de la correspondencia que guardan las imágenes con la realidad que representan o su nivel de realidad. Al hablar de niveles de realidad se hace referencia a la iconicidad o a la abstracción de una imagen. Por consiguiente se propone una tabla donde relaciona la función pragmática de la realidad con su nivel de realidad en base a una escala. Villafañe (2006)

Después de la clasificación por escala o nivel de realidad la lista se puede reducir a cuatro categorías tomando como referencia la materialidad de las imágenes, dichas categorías son: imágenes mentales, las naturales, las creadas y las registradas. “La principal diferencia es que las primeras dos son imágenes no manipuladas y las otras se obtienen mediante un sistema de registro que puede ser manual o mecanizado.” (Villafañe, J., 2006, P. 44)

Con base en esta categorización así como en la definición de Sartre podríamos decir que la imagen es tanto física como psíquica, tiene interacción entre en la psique y el mundo que nos rodea. Qué bien podríamos equipararlo con lo imaginario, que participa desde una esfera intuitiva e inconsciente en la generación del sentido y en las múltiples

maneras de construir, entender, aprender y transformar la realidad.

Dicha realidad es siempre social y se construye de manera dinámica desde la interacción de la psique con el mundo que nos rodea. Del mismo modo “Lo imaginario es tanto psíquico como social, abarca lo individual y lo colectivo” (Beuchot, 2008, p.87)

Partiendo de esta categorización anteriormente mencionada y profundizando en lo que representan las imágenes mentales es que podemos comprender el sentido y la estreches de este concepto respecto a lo imaginario. La imagen mental no requiere de un aspecto físico para manifestarse. “no tienen soporte físico, pero las características específicas de su naturaleza están definidas” (Villafañe, 2012, p.44-45)

Como hemos mencionado en los párrafos anteriores la imagen y la imaginación son conceptos íntimamente ligados al imaginario y a su vez a lo simbólico. Para lograr un mejor entendimiento acerca de lo simbólico tomamos como referencia la imaginación simbólica de Gilbert Durand, haciendo una distinción entre signo y símbolo “Un signo es una parte del mundo físico del ente (ser); un símbolo es una parte del mundo humano de la significación (significado)”. (Cassier, en Durand, 2007, p. 9).

Por lo tanto es importante entender esta relación entre el signo y el significado como una manera de materializar ese significado en el mundo físico, lo cual podríamos conectar con la necesidad inconsciente de manifestar lo psíquico y lo imaginario en símbolos mediante los cuales comunicamos esa energía o carga psíquica.

2.1.3 Un trayecto por la dimensión simbólica de lo imaginario, lo psíquico y el inconsciente.

La imaginación simbólica se refiere a dos fuerzas antagónicas en equilibrio, "la imaginación simbólica constituye la actividad dialéctica propia del espíritu, dado que el nivel de «sentido propio» de la imagen, copia de la sensación en el nivel de la vulgar palabra del diccionario, esboza siempre el «sentido figurado», la creación perceptiva, la poesía de la frase que en el interior de la limitación niega esta misma limitación." (Durand, 2007, p.123)

Así mismo la imaginación simbólica se presenta cuando el significado no puede presentarse de manera directa es decir que no puede materializarse o no se hace presente ante nuestra propia sensibilidad y por consecuencia generamos algunos rasgos basados en una interpretación propia o colectiva pero siempre con matices particulares. "Por ejemplo al recordar nuestra infancia, al imaginar los paisajes del planeta Marte, o comprender como giran los electrones en rededor del núcleo atómico o al representarse un más allá de la muerte". El simbolismo extiende su domino sobre lo ausente o imposible de percibir: lo inconsciente, metafísico, sobrenatural y surreal. (Durand, 2007, p. 9)

El signo indica que hay un significado sin propiamente exponerlo, visto de otra manera, este es una abreviatura que nos remite a la presencia del objeto que representa, mientras que el símbolo nos comunica el significado sobre el que construimos a través de imágenes mentales al objeto o concepto que representa.

Esta diferenciación a la que hace referencia Durand entre signo y símbolo conlleva de cierta manera de una dualidad entre el aspecto físico del ser y lo que este significa,

podríamos equipararlo a la comparación entre lo objetivo y lo subjetivo, atribuyéndole la cualidad de sobreponerse, influirse o fundirse lo uno con lo otro o sobre lo otro, a partir de lo que sucede en la conciencia, la memoria y el pensamiento.

Para Jung el pensamiento tiene soporte en un banco general de imágenes a las que denomina arquetipos los que a su vez dan forma al pensamiento de una manera inconsciente.

Ciertamente los arquetipos se encuentran incrustados en el inconsciente colectivo, por eso su contenido es mas bien psíquico, se encuentra oculto y reprimido bajo la superficie de nuestra naturaleza y al tiempo de ser percibido por la conciencia individual puede alterar o influir en pensamiento colectivo y en los propios arquetipos. (Citado en Aracena, 2015)

Jung habla del inconsciente como un compuesto a partir de la individualidad y de la colectividad, considerando que el inconsciente individual se soporta sobre la profundidad de lo que él denomina inconsciente colectivo que le es innato al individuo, en otras palabras, hace referencia su contenido psíquico y sus comportamientos como parte de una "naturaleza universal", implícitos en todos los individuos de cualquier lugar.

Otro aspecto relevante en la visión de Jung es la conciencia personal que se denomina "carga afectiva". Por lo tanto involucra emociones que le dan forma a "la intimidad de la vida anímica" en contraste a los "los arquetipos". Jung hace referencia a Freud al afirmar que lo inconsciente y la misma existencia psíquica solo adquiere relevancia y "tiene una significación práctica" a causa de los "contenidos olvidados y reprimidos", por lo tanto,

“solo cabe hablar de un inconsciente cuando es posible verificar la existencia de los contenidos del mismo”. (Jung, 2004, p. 9-10)

Por otro lado Durand le hace una partición a la conciencia como dos maneras de representarse el mundo, pero antes entendamos que es la conciencia desde la perspectiva que nos interesa, para John Locke “la conciencia es la apropiación de las cosas y los actos que incumben al yo y que son imputables al yo mismo.” Al mismo tiempo Locke hace un enlace entre la conciencia, el pensamiento y la identidad personal (Citado en Bartra, 2014, p. 12).

Dichter afirma que la conciencia nos permite construir nuestra propia realidad, el mundo que nos hemos creado y del cual somos al mismo tiempo participes. Existe una intercomunicación a un nivel subjetivo con el mundo cambiante que nos rodea. “El individuo modela su propio mundo y el mundo da forma al individuo. (Citado en Almargo, 2008, pag. 51)

Según Roger Bartra “podemos entender la conciencia como una serie de actos humanos individuales en el contexto de un foro social y que implican una relación de reconocimiento y apropiación de hechos e ideas de las cuales el yo es responsable”. (Bartra, 2014, p.12)

Entonces volvamos a lo dicho por Durand al respecto de la conciencia, esta se representa de dos maneras al mundo, de forma directa, en la que la cosa misma se presenta ante el espíritu, a la percepción o a la sensación. La otra es de manera indirecta, cuando por alguna razón la cosa no puede presentarse directamente a la sensibilidad. Ligada a la imaginación simbólica. (Durand, 2007, p.9)

Partiendo de la premisa de que lo imaginario nos lleva a una interpretación profunda en la que se incluye la imaginación, imágenes, representaciones y simbolismos, se nos presenta una amplia y compleja perspectiva.

Por lo tanto el imaginario abarca lo social, lo individual, el lenguaje y las expresiones así como una visión más profunda que llega a lo emocional y lo afectivo. Estos acercamientos surgieron a partir de trabajos generados por investigaciones ligadas a la Escuela Francesa de Grenoble de Gibert Durand. “El imaginario, pues, nos vincula en principio con un conjunto de imágenes y símbolos que, al formar una totalidad coherente en el proceso de su encadenamiento, producen un sentido distinto al inmediato”. (Solares, 2007, p.130)

Ahora bien la visión de diferentes autores, nos ha permitido entender el concepto de lo imaginario y en nuestro esfuerzo por asimilar el cruce o superposición de este con diferentes disciplinas pensamos en los aspectos psicológicos, antropológicos, culturales y sociales.

Por lo tanto definiciones como la de Molinier (2007) en el diccionario de uso del español afirmando “el imaginario como un conjunto de imágenes y representaciones mentales que conforman la psicología de una persona, una colectividad en un ámbito determinado”. De alguna manera sintetizan y simplifican la profundidad o complejidad del término. (Citado en Coca, et al., 2011, p. 47)

El estudio de lo imaginario se ha abordado principalmente desde las perspectivas: antropológica, psicológica, social y cultural.

Desde la antropología, Durand aborda lo imaginario como un puente que vincula lo subjetivo y el entorno, “en el que la representación del objeto se deja asimilar y modelar por los imperativos pulsionales del sujeto, en el que recíprocamente, las representaciones subjetivas se explican por las acomodaciones del sujeto al entorno”. (Citado en Aracena, 2015, p. 194)

Desde este particular punto de vista de Durand, la energía o carga psíquica del sujeto direcciona sus acciones hacia un objetivo influyendo en la representación del objeto a la vez que esta representación adquiere un sentido y significado influido por la experiencia del mismo sujeto en el entorno.

Lo imaginario se cruza con lo psicológico, la gran mayoría de los autores mencionan que los aspectos psíquicos o carga psíquica, se manifiesta en nuestras acciones y modos de entender e interactuar con el entorno, a la vez que provee significación a imágenes y simbolismos incrustados en el inconsciente, lo que según el psicoanálisis permite entender y tratar ciertas enfermedades mentales, traumas y perturbaciones. Freud analiza lo imaginario como una forma estructurada ligada al psicoanálisis en el que a través de una inmersión en el estudio del inconsciente, la personalidad, la conducta y otros factores se puede acceder a información que no es accesible por otros métodos de investigación.

Por consiguiente es de suma importancia entender la definición de Freud respecto al que lo plantea como “Un método para la investigación de procesos anímicos difícilmente accesibles por otras vías, un método terapéutico de perturbaciones basado en tal investigación, y una serie de conocimientos psicológicos así adquiridos, que van

constituyendo paulatinamente una nueva disciplina científica" (citado en Santamaria, 2002, p.23)

La teoría y los estudios del psicoanálisis han generado conocimiento que ha sido retomado y aplicado por diversas disciplinas como la sociología, el arte, la antropología, la economía, la ética y el diseño. En años recientes la neurociencia ha venido a comprobar muchos de los postulados del psicoanálisis.

Por su parte Cornelius Castoriadis toma el aspecto psíquico, como un componente del imaginario, haciendo la inclusión de la psique dentro de sus definiciones al respecto de lo imaginario y sus componentes, dicha consideración la vemos implícita en su definición de la imaginación radical, siendo esta equiparable a la psique humana que deriva de componentes inmersos en la teoría del psicoanálisis de Freud, en la que la vida psíquica o mental de un individuo es considerada un flujo de energía proveniente del subconsciente.

Finalmente este análisis y acogida que hace Castoriadis de términos provenientes del psicoanálisis deriva en su concepción de la imaginación radical que básicamente construye a partir de esto su concepto del imaginario.

"La psique humana es esencialmente imaginación radical, es un flujo incesante de representaciones, deseos y afectos que puede ser condicionada por algo determinado sin ser causado directamente por ello. Que puede ir desde el sueño más trivial e inocente, hasta la invención o creación más extraordinaria" (Castoriadis, 1992)

Esta definición lleva implícito el aspecto creador que Castoriadis le atribuye a la psique estrechamente ligado a su concepto de lo imaginario, en el que no solo se

replican y mezclan representaciones sino también implica creación, en la que sus elementos no están delegados o no dependen de algo particular, podría decirse que surgen de la nada.

En palabras (Castoriadis, 1999) “El imaginario es la determinación esencial de la psique humana, siendo entonces flujo o corriente incesante de representaciones, deseos y afectos.” (Citado en Coca, et al., 2011, p.56)

2.1.4 El imaginario en el contexto contemporáneo.

En el mundo moderno, el ser humano se ha construido y se ha plantado en un mundo imaginario omnipresente donde encuentra la carente satisfacción generada por la interpretación subjetiva de la vida moderna y sus rutinas, como afirma Carretero (2003):

Paralelamente al mundo real fijado por rutinas condicionadas por la organización espacio-temporal del trabajo, emerge un mundo imaginario que bien podría ser considerado como un reservorio de sueños con una vida alternativa a la petrificada vida moderna, una doble realidad que confiere vitalidad a lo carente de vida. El mundo imaginario abastece de una corriente de irrealidad a una realidad en la que la imaginación ha sido doblegada bajo los dictados de la realidad instrumental. (Carretero, 2003, p. 183)

Desde esta postura Carretero sitúa el imaginario y el sujeto en una posición dinámica donde el individuo genera su propio imaginario como salida a la realidad, al tiempo que el imaginario instituido por la sociedad moderna le da forma al imaginario particular del sujeto, lo que podríamos percibir como una visión constructivista, en donde el

imaginario es siempre inconcluso, construyéndose a la par de las experiencias individuales / colectivas, tejiéndose con los pensamientos y la vida en sociedad.

Para Morin la importancia del imaginario en el ser humano es inimaginable; dado que las vías de entrada y de salida del sistema neurocerebral que conectan el organismo con el mundo exterior representan sólo el 2% de todo el conjunto, mientras que el 98% implica al funcionamiento interior, se ha constituido en un mundo síquico relativamente independiente donde se fermentan necesidades, sueños, deseos, ideas, imágenes, fantasmas, y este mundo se infiltra en nuestra visión o concepción del mundo exterior. (Citado en Narváes, A. 2017, p. 3)

Por otro lado Morin determina una relación entre el los factores internos y los externos del ser humano resaltando la forma en la que entendemos el mundo y como interactuamos con él, nuestras reacciones y prácticamente todo de lo que hacemos y somos viene determinado por procesos del cerebro, casi todo sucede en el interior y en una menor escala viene determinado por los outputs que recibimos del exterior.

Esta compleja relación "socio-antropología" en donde sugiere la noción de doble en donde al ser humano se atribuye una vida alterna e independiente corriendo en paralelo a su vida real con su cotidianeidad. "A través de un mecanismo antropológico de identificación/proyección erige un mundo imaginario, que en ocasiones, solapa al mundo propiamente real, de modo que finalmente, el doble acaba confundiéndose con la realidad y transformándose en consistencia real." (2001) (Citado en Carretero et al., 2003, p. 186)

Si bien Carretero y Morin coinciden en una perspectiva de construcción dual del

imaginario que se fermenta en el interior, buscando una salida a la imposición de una realidad que bien podría carecer de sentido, significación e imaginación. El postulado de Morin nos muestra una ventana a infinitas posibilidades para la creación de los imaginarios, calificándolos como inimaginables e impredecibles ya que se componen en su mayoría por factores internos, inconscientes y subjetivos.

Así mismo sostienen que el ser humano busca en un mundo imaginario la satisfacción a la cual no tiene acceso en el mundo "real", que visto desde la perspectiva de Castoriadis esa búsqueda proviene directamente de la psique humana la cual no tiene una asignación funcional sino que más bien "busca placer y este placer es para ella, al mismo tiempo, el sentido." (Castoriadis, 1992)

El imaginario forma parte de la existencia del ser humano, participando activamente en nuestra percepción. Al incluir lo individual y lo social el imaginario podría influir en la construcción de realidades particulares. Bajo esta perspectiva analizamos el imaginario como una "amalgama" de información que se desarrolla y cambia constantemente con nuestro entorno, participando de forma latente en lo experimentado de forma consciente y subconscientemente por el individuo, en cierta medida influye y da sentido a la manera en que vivimos y como percibimos e interactuamos con todo lo que nos rodea.

Como se ha mencionado con anterioridad el imaginario ha sido abordado desde diversas perspectivas, lo imaginario en primera instancia fluye del individuo que se vierte a la sociedad en un proceso bilateral en el cual la sociedad también fluye hacia el imaginario del individuo.

2.1.5 imaginario social.

En lo que respecta a nuestra investigación tratamos de empatar conceptos ligados al diseño con el concepto de lo imaginario o el imaginario, encontramos un cierto nivel de comunión o comparación cuando hablamos de lo individual y lo social formado parte de un proceso dinámico que podemos equiparar tanto en el diseño como en el imaginario social.

Diferentes autores abordan el tema del imaginario social, mostraremos un trayecto mediante el cual podamos tener una idea clara de este concepto, que abarca y como se hace presente en todas las sociedades.

Las sociedades son el componente principal que da forma a la realidad del individuo, tienen una formula compleja que incluye variables tan diversas como las tradiciones, la educación y la religión. En palabras de Morin (1963):

"Las sociedades modernas son policulturales. Centros culturales de naturalezas distintas están en actividad: la (o las) religión, el Estado Nación, la tradición de las humanidades afrontan o conjugan sus morales, sus mitos, sus modelos en el seno de la escuela y fuera de ella." (Citado en Maffesoli, 2004, p. 5)

Somos el fragmento ambulante de un espejo que refleja la sociedad que nos educó. "La socialización impone el reconocimiento del otro, el reconocimiento de una realidad que es siempre una realidad social que crea al individuo mismo" (Castoriadis, 1992)

Castoriadis (2005) define el imaginario social como un "tejido de satisfacciones que orientan y dirigen toda la vida de la sociedad considerada y de los individuos concretos" (p. 68)

Tomando como referencia lo dicho por Castoriadis en los párrafos anteriores al respecto de los imaginarios sociales, podríamos decir que los individuos dentro de una sociedad, se rigen por parámetros y conceptos creados e instituidos por la sociedad, adoptando patrones sobre los cuales se forman una realidad propia e individual, en la cual encuentran una cierta satisfacción que no les es proporcionada de manera directa por la realidad social.

Dicha construcción particular podría entonces generar al mismo tiempo un cambio en la vida en sociedad y participar en la edificación constante de los imaginarios sociales.

El ser humano es enseñado y condicionado por la sociedad durante toda su vida, desde que nace hasta que muere. “La sociedad impone a la psique y le impone el reconocimiento de que hay una realidad que no se somete a nuestros deseos y le impone el reconocimiento de que el placer no puede estar siempre o ser inmediato” (Castoriadis, 1992)

Un imaginario social abarcaría de una manera más amplia y profunda que las reflexiones y construcciones intelectuales elaboradas a partir del concepto de realidad social. Taylor (2006) Afirma que:

“El imaginario social seria entonces la manera en que visualiza su vida social, el tipo de relaciones entre los individuos, como son esos vínculos y que se genera a partir de ellos, las expectativas de la vida en sociedad y las ideas e imágenes que rigen en el fondo a estas expectativas.” (Citado en Coca, et al., 2011, p.58)

Volviendo al carácter simbólico mediante el cual se expresa el imaginario, Maffesoli define que:

> El imaginario social tomará cuerpo material, condensándose en una específica (imagen simbólica) o icono representativo de este. En este sentido la "imagen simbólica" posee una dimensión de (corporalidad spiritual) dado que a través de ella, el imaginario social, la invisible trascendencia inmanente soporte del grupo, adquirirá una expresión material y concreta. (Citado en Coca, et al., 2011, p110).

Maffesoli aborda el termino imagen simbólica, similar a la imaginación simbólica de Gilbert Durand que a su vez se alinea con lo expresado por Castoriadis "lo imaginario se expresa a través de lo simbólico" siendo esto el vehículo mediante el cual se manifiesta y existe". Siendo esta imagen simbólica "aglutinante" del grupo o colectividad en la que tal imaginario social aporta sentido a aspectos particulares de su existencia.

Al cruzar el aspecto social con la actividad imaginante según Baczko (2005) podríamos delimitar dos aspectos:

> 1. La orientación de ésta hacia lo social, es decir la producción de representaciones globales de la sociedad y de todo aquello que se relaciona con ella, por ejemplo, del "orden social", de los actores sociales y de sus relaciones recíprocas (jerarquía, dominación, conflicto, etc.), de las instituciones sociales, y en especial de las instituciones políticas.
>
> 2. La inserción de la actividad imaginante individual en un fenómeno colectivo. En efecto, las modalidades de imaginar, de reproducir y renovar el imaginario, como las de sentir, pensar, creer, varían de una sociedad a la otra, de una época a la otra y por consiguiente, tienen una historia." (p. 27)

Baczko tomando como referencia a Ansart (1974) nos explica algo similar al imaginario instituyente de Castoriadis, al afirmar que toda colectividad designa y manifiesta su identidad a través de los imaginarios sociales, construyendo una representación mediante la cual se fijan o instituyen roles particulares para los miembros de grupos o sociedades siendo estos papeles y posiciones propios de esta colectividad en un momento y lugar determinados.

Por lo tanto se imponen creencias colectivas y se forman modelos totalizantes según los cuales cada individuo tendría una posición y una finalidad específica, esta representación estaría aportando un cierto orden a la sociedad a través de asignaciones como ser el “jefe”, en “buen súbdito, la “madre abnegada, etc. (Baczko, 2005, p. 28)

Según Pintos los imaginarios sociales serian entonces estructuras edificadas socialmente, mediante estos es que podemos “percibir, explicar e intervenir” en los diferentes rubros de lo que percibimos como realidad. “Estos imaginarios operan como un metacódigo en los sistemas socialmente diferenciados, en el interior de un “medio” específico (dinero, creencia, poder, etc.)" los cuales producen posturas y perspectivas que adquieren relevancia al adoptarse como realidades. (Citado en Coca, et al., 2011, p.56)

Pintos (2011) ahonda y particulariza diversos aspectos de loa imaginarios sociales que impregnan la vida social pasando de lo individual a lo colectivo adoptándose como realidades sociales, habla de medios específicos como el dinero y el poder, los cuales no tendrían relevancia alguna si no hubiesen sido apropiados por la colectividad, o en tal caso sería un imaginario individual u “opaco”.

Consideramos esta relación de relevancia como un concepto fundamental en el

impacto que llegan a tener los imaginarios en las realidades sociales ya que los imaginarios relevantes estarían reduciendo la complejidad de ciertas imágenes, símbolos o conceptos con los cuales se identifican la mayoría de los individuos de una sociedad particular en un espacio y tiempo determinados, a la vez que "permiten generar percepciones de continuidad en experiencias discontinuas, proporcionar explicaciones globales de fenómenos," produciendo estabilidad en las cambiantes y dinámicas relaciones sociales. (Coca, et al., 2011, p.60-61)

Consideramos que el imaginario es un ingrediente que participa en la construcción de la realidad, la coherencia y el sentido de un individuo o sociedad respecto a dicha realidad que se desarrolla con el flujo de la existencia en un determinado momento de la historia o es instituido para alterar o influir en una determinada sociedad.

El imaginario se transforma con lo individual, lo social y lo psíquico de las personas, se fusiona con el entorno y las épocas siendo participe de complejidad de lo contemporáneo respecto a lo que se vive en el presente o propio a su tiempo. Partiendo de Foster (2001) en un sentido más profundo tratamos de comprender la analogía de lo contemporáneo y la temporalidad psíquica del sujeto desde la perspectiva de Lacan, entendida como una construcción generada partiendo de "una compleja alternancia de futuros anticipados y pasados reconstruidos; en una palabra, en una acción diferida que acaba con cualquier sencillo esquema de antes y después, causa y efecto, origen y repetición". (Citado en Giunta, 2014, p.18)

Construimos un imaginario, en el que podemos experimentar emocionalmente y atribuir significados profundos. Pese a referirnos a un entorno intangible aportamos

mucho de nuestra carga psíquica y afectiva, tejiendo de manera latente un “lienzo” que se deja ver, forma parte de nuestras experiencias de vida que se vierten a la sociedad o grupo en el que vivimos.

Nuestras rutinas desbordan interacciones con personas, objetos, entornos, circunstancias, etc. Conectamos diversos tipos de información: imágenes, significados, sonidos y símbolos, para darle sentido a esas rutinas y hacerlas propias.

Los imaginarios se manifiestan en los diversos aspectos de la vida mezclándose con las actividades, las interacciones, las relaciones entre las personas así como en sus experiencias y en su misma percepción del mundo, por lo tanto consideramos relevante realizar un recorrido en por las diferentes facetas de los imaginarios al igual que en los aspectos que los componen con la intención de entender como esos aspectos influyen o se relacionan con elementos ligados al diseño.

Entonces como complemento de los imaginarios sociales y con afán de entender las manifestaciones de los imaginarios describiremos brevemente el concepto de los imaginarios urbanos ya que consideramos en ellos una aproximación muy directa a las actividades de las personas en entornos determinados en donde los imaginarios accionan sin hacerse visibles a la mirada común.

2.1.6 Los Imaginarios Urbanos.

Por otro lado, lo imaginario se muestra también desde la faceta de lo urbano, ubicándonos en este contexto la superposición entre el entorno, las rutinas, los significados y la forma

de entender las experiencias en los diversos aspectos de la vida social e individual se abarcan diferentes acercamientos al concepto de los imaginarios.

Por ejemplo un acercamiento que ha sido particularmente abordado y estudiado es el imaginario urbano que se refiere a los procesos psíquicos y sociales que se ligan a un contexto físico determinado, a la urbe, la ciudad y las representaciones que se generan en torno a sus elementos naturales y a los construidos por el hombre como la arquitectura, las esculturas, las imágenes públicas, etc.

"Los imaginarios aparecen como un componente necesario, constantemente presentado en la interacción social y refiriendo a formas de interacción no objetivables físicamente, o que sólo en forma inmediata pueden aludir a posiciones particulares en la ciudad." (García, C., 2007, p.92)

Garcia Canclini aborda los imaginarios urbanos como referentes de ubicación y localización o deslocalización, lo cual nos orienta para actuar o reaccionar de cierta manera, a la vez que referenciamos la localización con referentes visuales y físicos particulares y a la vez con aspectos sociales, emociones, experiencias y el impacto que generan estas en nuestros sentidos, por lo tanto podríamos asociar cierto referente visual a su ubicación a la vez que le asignamos una etiqueta social, una emoción como miedo o felicidad e incluso lo vinculamos a sensaciones de los 5 sentidos.

Todas las ciudades son diferentes, aunque algunas puedan parecerse en ciertos aspectos cada una tiene un estilo propio. Tenemos los aspectos y rasgos físicos de la ciudad y sus objetos por un lado y por el otro tenemos la vida social, como se usa y lo que representa, esta disyuntiva en un acto contradictorio se influye de una forma

dinámica.

> En una ciudad lo físico produce efectos en lo simbólico: es decir en sus escrituras y representaciones. Y que las representaciones que se hagan de la urbe, de la misma manera, afectan y guían su uso social y modifican la concepción del espacio. (Sliva, 2006, p.20)

Los imaginarios urbanos se forman a partir de un "coctel" de procesos psíquicos perceptivos, deseos y satisfacciones que en conjunto se sobre ponen en la propia experiencia de vida y aprendizaje del mundo, producen representaciones y visones colectivas. Se Manifiestan o "encarnan" en los objetos propios del entorno urbano como son el grafiti, el arte urbano, la arquitectura, etc. A partir de los que se pueden transmitir sensaciones y sentimientos como la esperanza, la ira y el amor los cuales a su vez forman parte de las fantasías colectivas. (Silva, A. 2006)

Según Silva (2011) los imaginarios urbanos tienen la capacidad de "producir asombro" se podría decir que donde domina la función estética se producen imaginarios, los cuales se pueden apreciar y generar asombro desde dos perspectivas: 1- En el arte, que se vincula a lo estético, al gusto, al placer o a la inteligencia emotiva. 2- En la interacción social también abarca la esfera emotiva pero en la convivencia colectiva. (p. 19)

Esto se refiere en parte a la fuerza psicológica de la colectividad, que partiendo de lo carente de racionalidad y que su ves no puede comprobarse un imaginario adquiere su relevancia cuando se replica y circula en la percepción del colectivo, "se va haciendo

dominante esa sensación de admiración sobre la referencialidad al objeto en torno al cual gira el imaginario". (Silva, 2011, p. 19)

La formación de los imaginarios urbanos va de la mano de lo estético abordado desde una perspectiva experiencial individual, son factores entendidos como parte de una existencia por lo tanto entorno a estos puede crearse el sentido de identidad.

Silva (2011) Describe este proceso individualizado como una especie de sinergia y transformación, afirmando que:

> Es en esa subjetividad individual en la que "las palabras o las imágenes, nutridas por saberes, deseos y emociones, desde donde el sujeto constituye las categorías imaginarias, se vuelven acción y se transforman en programas de vida urbana. Los imaginarios urbanos estudian los programas sociales donde la función estética se hace dominante como un modo de percibir y actuar de una colectividad. (p. 19)

Silva (2011) Propone para "La ciudad imaginada como modelo encarnado" una metodología en donde equipara al imaginario con la realidad de la siguiente manera:

I^R En donde la situación Imaginada es dominante y
Real lo potencia, por tanto I se eleva a la R potencia.

R^I En donde lo Real es dominante e Imaginado lo potencia,
por tanto R se eleva a la I potencia.

R=I=Я En donde R, lo Real, es equivalente a I, lo Imaginado
y que vuelve a lo Real enriquecido en su sentido que
se gráfica con R, invertida , para señalar que es similar,
pero no la misma R anterior.

Bajo esta perspectiva Silva hace referencia al imaginario dominante de una manera muy similar a lo descrito por Pintos refiriéndose a al imaginario Relevante donde como el punto donde el imaginario adquiere el carácter social o colectivo. (p.19)

Gravano (2012) describe los diversos factores, instituciones y objetos que se relacionan, se conectan y se transforman en la dinámica de la ciudad afirmando que:

> Lo urbano no es un mero contexto de problemáticas generales (sociales, económicas, políticas), sino principalmente un sistema de sistemas satisfactores de servicios ciudadanos de infraestructura, vivienda, comunicación, educativos, judiciales, de empleo, mediáticos, etc., con base y distribución física en el espacio y trascendencia temporal. Lo urbano articula el funcionamiento de esos consumos colectivos en su dimensión espacial y en relación con sus respectivos imaginarios. Entonces, no sólo importan las condiciones de cómo se vive en la ciudad sino, cómo se la siente, imagina, significa, en suma: la producción de sentido simbólico-ideológico de la vida urbana.” (P. 90)

Al hablar profundizar en los imaginarios urbanos podemos observar como los diferentes autores que lo estudian y que hemos tomado como referencia para este apartado, coinciden en que estos imaginarios producen identidad en los colectivos particulares que experimentan y viven la ciudad así también dan sentido a hechos y lugares con los que están habituados.

En el recorrido anterior a través de las diferentes características, elementos y tipos de imaginarios hemos mencionado aspectos relevantes en cierto modo inseparables del concepto del imaginario, entre los cuales encontramos aspectos como la imaginación, la

imagen, lo simbólico, la significación, características sociales, culturales e individuales, la participación de la psique y la psicología humana, el consciente y el inconsciente, aspectos que por sí mismos han sido abordados e interpretados por las diferentes disciplinas del diseño, la comunicación y la mercadotecnia, teniendo como motivación principal el entendimiento del comportamiento humano y así aplicar ese conocimiento en el mejoramiento de la vida cotidiana pero también para impulsar el consumo de determinados objetos.

Al encontrar una evidente relación entre elementos los que envuelven el estudio de los imaginarios y al diseño, sus teorías, su argot. Sobre todo el usuario y lo ligado a su comportamiento, consideramos imperante hacer un análisis profundo en torno al diseño, desde su etimología, historia, conceptos, disciplinas entre otros aspectos relevantes que nos permitan entender las conexiones entre los imaginarios y diseño, al tiempo que buscamos hacer tangibles dichas conexiones para un posible conocimiento aplicable.

2.2 El Diseño: Origen, Significado e Historia

En este punto consideramos de vital importancia “arropar” el concepto y la palabra diseño en un contexto histórico, teórico, practico y como una forma de pensar en constante movimiento, consideramos que conocer estos aspectos podría ayudarnos a entender los rastros de los aspectos del imaginario en el “ADN” de las diversas disciplinas del diseño contemporáneo.

2.2.1 Origen y Significado del Diseño.

Antes de abordar y contrastar algunas de las diversas posturas respecto a lo que es el diseño, las aportaciones de los diferentes teóricos y cuáles son las diferentes disciplinas que abarca, nos concentraremos en entender el concepto del diseño desde el origen de la palabra, su significado e historia con la finalidad de ir haciendo una inmersión progresiva hacia los siguientes temas.

De acuerdo con una excelente antología descrita por Zimmermann, Y. Deberíamos entender el diseño desde la unidad básica del habla que es la palabra, entonces esto nos lleva a desmembrar y hurgar en la palabra "Diseño" Di-seño, esta palabra proviene del latín designio que se percibe rápidamente al escucharla. (2002)

Por otra parte la palabra latina lleva dentro de ella la palabra inglesa "design" la cual en español significa tanto diseño como designio. La palabra design se refiere tanto a la actividad de diseño así como al producto. "En ciertos contextos la misma palabra significa también designio, como cuando se dice God´s design, el designio de Dios, la intención divina". (Zimmermann, Y, 2002, p. 108)

Si ahondamos en el significado de las palabras diseño y designio encontramos que tienen una misma raíz verbal que es seña, siendo esta también palabra proveniente del latín, significa señal, marca, insignia, enseña, bandera.

La dilucidación que hace Zimmermann, Y. (2002) nos permite entender que el origen y el significado de la palabra diseño así como designio comparten los mismos componentes principalmente la seña, capaz de señalar la intención del objeto como rasgo particular de su esencia y de su identidad.

En consecuencia “la seña es el signo del objeto” mediante esto el objeto adquiere significación y se hace entendible al espectador. En una segunda instancia se refiere a lo perteneciente a la seña lo cual viene de la partícula di de la palabra di-seño.

Puntualmente esta antología de la procedencia de la palabra diseño se liga a la palabra italiana *disegnare* la cual a su vez proviene del latín *designare* con significados como: marcar, dibujar, designar. Otros significados pueden ser: elegir, singularizar algo entre lo mucho, cumplimiento de la finalidad. (Zimmermann, Y., 2002, p. 110-111)

“En el contexto del diseño, el designar es la elección de los signos a los que se asigna ser elementos constitutivos de la seña del objeto, de su identidad” (Zimmerman, Y., 2002, p. 112) Por lo tanto estas señas del objeto hacen referencia puntual de como un objeto debería ser sincero desde cómo se presenta, impactando en la percepción y al mismo tiempo en su función o finalidad.

Por otra parte lo relacionamos con uno de los puntos propuestos por Herbert Lindinger (1983) en el credo del buen diseño en el punto número 8 que se refiere a que el objeto debe visualizar su empleo, en otras palabras sus señas lo definen y lo identifican. (Lindinger en Bürdek, B. E., 2002, p. 54-55)

Justamente aspectos como el anterior que van ya implícitos en el diseño son necesarios para ampliar nuestra mirada para entender el concepto desde sus atributos básicos pero también aquellos particulares que nos permiten enlazar o emancipar el diseño de otras disciplinas para investigarlo y entenderlo desde perspectivas que posiblemente no hayan sido abordadas a profundidad o desde una mirada particular.

Tal es el caso de la historia del diseño que si bien ha sido ya bastante estudiada, sin embargo en nuestra investigación la abordamos desde una perspectiva holística en la que consideramos que en ella se encuentran plasmados momentos que conectan la imagen, el pensamiento, los rasgos culturales, psicológicos y sociales que le dan forma a las diferentes etapas, su estética, su trascendencia, en suma todas sus manifestaciones como una fotografía instantánea de la humanidad en ese determinado lapso de la historia.

2.3 Historia del Diseño

Para entender la complejidad del diseño actual es necesario indagar en el pasado, en nuestro caso préstamos principal atención en el siglo pasado y nos enfocamos en ciertos movimientos que son los que consideramos de mayor relevancia para la gestación del diseño contemporáneo.

Sin embargo consideramos importante presentar a manera de vista panorámica y para nuestro conocimiento general mencionar los movimientos más importantes para el diseño situados a finales del siglo XIX y XX, esto lo veremos de manera sintetizada a través de una línea de tiempo, cabe mencionar que existe diversidad de puntos de vista entre la definición de los movimientos y su ubicación cronológica, sin embargo para nuestra investigación se toma como una referencia general para fundamentar nuestro trayecto hacia la definición del diseño contemporáneo.

Enseguida mostramos una línea de tiempo de los movimientos de diseño mas importantes y que le dan forma y sentido al diseño actual.

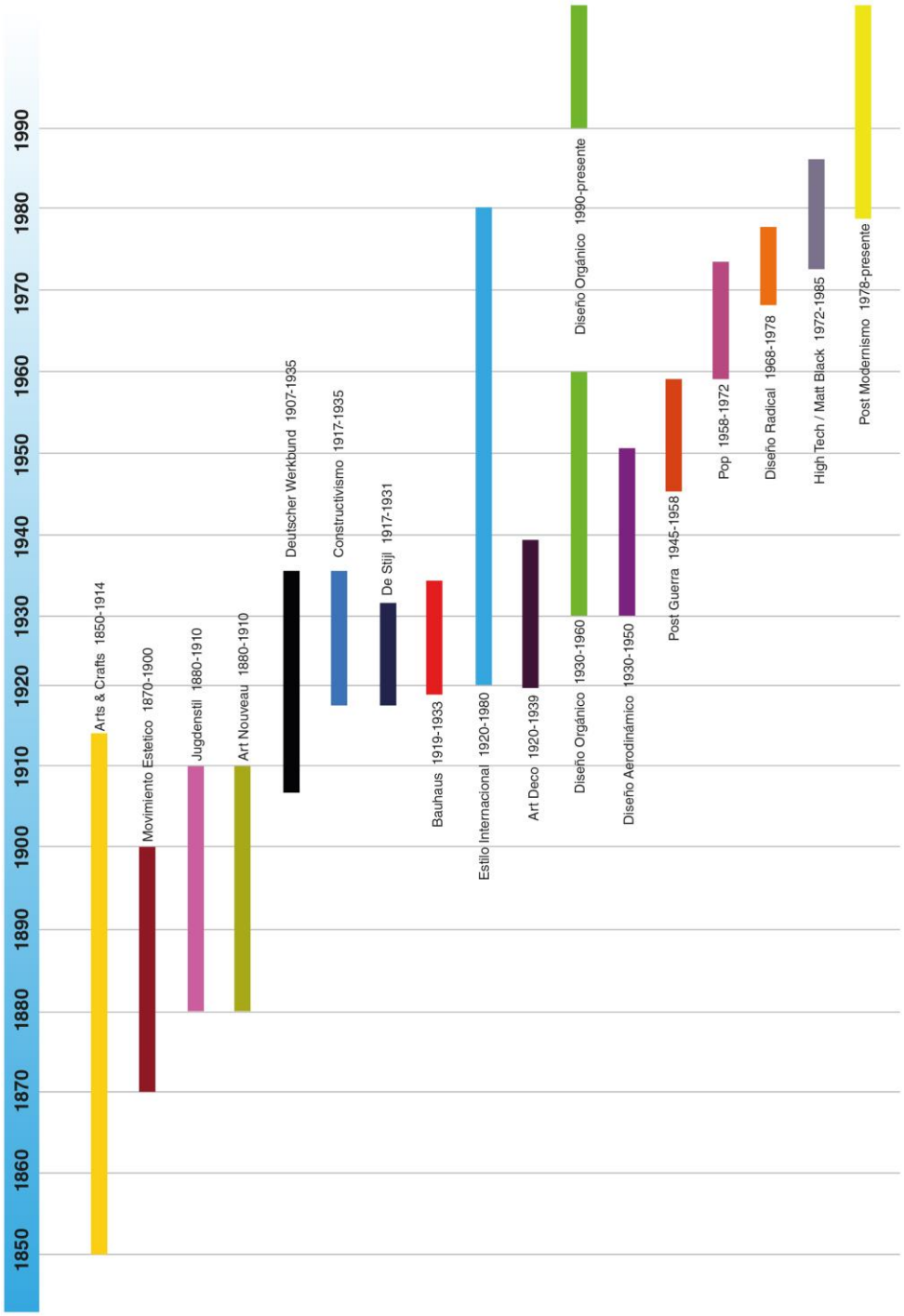

Figura 1. Charlotte y Peter Fiell, 2012, p. 752-753. Línea del tiempo de los movimientos de diseño elaborada a partir de la figura publicada en el libro Diseño del Siglo XX.

Hablar de diseño es más común cada día, en la actualidad ya como una disciplina emancipada puede explicarse por sí misma y a la vez puede integrarse a otras para formar híbridos. A continuación mencionaremos a partir de una breve antología los movimientos de diseño que apoyan nuestro recorrido hasta el diseño contemporáneo, lo que nos permitirá tener un contexto nutrido de referentes visuales como apoyo para ver de una forma más tangible las características y rasgos que definen a cada uno de estos movimientos ubicados cronológicamente a partir de los comienzos del siglo XX. El siguiente trayecto esta direccionado principalmente hacia objetos significativos de cada época, considerando en su mayoría ejemplos de muebles por la temática de nuestra investigación.

2.3.1 El nacimiento del Jugdenstil.

En los últimos años del siglo XVIII se comenzó a gestar y nació el movimiento Jugdenstil impulsado por Hermann Muthesius en un esfuerzo por llevar a Alemania las ideas del Arts & Crafts. Promoviendo un replanteamiento del diseño desde la integración de la artesanía, el laboratorio y el taller, encomendado a los profesionistas jóvenes con una mentalidad nueva y más abierta.

El nombre de este movimiento viene del término (die jugend) que hace referencia a “la juventud” o a la gente joven y se caracterizó por tener una gran comunidad de productores enfocados en el desarrollo de muebles, textiles y objetos de uso doméstico. Siguiendo la línea del Arts and Crafts la conjunción de las artes y la artesanía pero ya sin

discriminar el uso de maquinaria vista solo como una herramienta y no como un factor creativo.

Entre los principales exponentes de este movimiento se encuentran Richard Riemershmid, Peter Behrens, Otto Wagner y Koloman Moser entre otros. El Jugden Stil se particularizo prácticamente en cada región de Europa e inclusive en Estados Unidos de América, este trazo hacia la modernidad se dejó ver en el trabajo de Frank Lloyd Wright mostrando un sistema industrial más avanzado que el de Europa donde aún se debatía sobre el uso de las maquinas en las artes aplicadas.

A continuación se muestran algunas imágenes representativas del periodo Jugden Stil y su manifestación en diferentes latitudes, desde Europa hasta América.

Imagen 1 Richard Remershmid, Silla para cámara de música, 1898-99, fabricado por Vereinigte Werkstätten für Kunst im Handwerk, Múnich, Alemania. Imagen recuperada del archivo fotográfico digital del MOMA.

Imagen 2 Otto Wagner, Sillón, 1902, fabricado por Gebrüder Thonet, Viena, Austria. Imagen recuperada del archivo fotográfico digital del MOMA.

Imagen 3. Frank Lloyd Wright, Sillón1904-06, fabricado por The Van Dorn Iron Works Co., Cleveland, Ohio. Imagen recuperada del archivo fotográfico digital del MOMA.

2.3.2 El movimiento moderno, el diseño industrial y la Bauhaus

En consecuencia se generó un impulsó en el desarrollo del diseño en la primer mitad del siglo XX derivando en una mejora del dominio de la maquinaria, los procesos y los materiales, que posteriormente impulsaría el diseño hacia la modernidad que influenciado

de manera importante por el futurismo evolucionó propiamente en el origen del movimiento de diseño moderno como lo conocemos hoy en día.

Así mismo la Deutsche Werkstätte, empresa Alemana que aposto por el movimiento moderno y la integración de artesanos, artistas y arquitectos, en conjunto con la Deutsche Werkbund fundada por Peter Beherns, Theodor Fischer, Josef Maria Olbrich, Bruno Paul y Richard Riemershmid que fueron pioneros en romper con la visión del trabajo personalizado dejando vislumbrar un trabajo sin tantas consideraciones estéticas y apuntando hacia la industrialización y producción en serie de los objetos. Su propuesta era, una "producción en masa fundamentada en estándares y normas replicables, en sus criterios: de una belleza y economía estandarizadas, para un mercado de grandes dimensiones." (Vercelloni, M., Bianchi, R., 2004, p.52)

Hacia el primer cuarto del siglo XX, empresas como Singer, AEG, Ford y Remington tenían experiencia en la producción industrial ya controlaban de manera más equilibrada la relación entre las exigencias económicas, productivas y las exigencias estéticas del mercado apoyándose de la publicidad.

Por consiguiente este conjunto de factores fue impactando en la evolución de la práctica del diseño y en la búsqueda de la unión entre arte e industria que comenzó la Deutsche Werkbund, perspectiva que posteriormente sería tomada por la Bauhaus en Weimar fundada por Walter Gropius en 1919.

Ciertamente hablar de la Bauhaus es hablar de una leyenda en el ámbito del diseño, sin embargo en este trayecto histórico nos limitaremos a mencionar sus principales influencias y aportaciones al diseño.

Esta gran escuela conto con grandes Aristas y Arquitectos entre sus formadores y directivos, siendo la cuna de grandes diseñadores como: Walter Gropius, Wassiliy Kandinsky, Paul Klee, Oskar Schlemmere, Theo van Doesbug, Lazlo Moholy-Nagy, Johannes Itten, Marcel Breuer, Mies van der Rohe, Hannes Meyer, Eileen Gray, Gerrit Thomas Rietveld, Karl J. Jucker y Wilhem Wagenfeld entre otros que impactaron la industria, la estética de los objetos así como la forma en la que es concebido y enseñado el diseño hoy en día.

En el trabajo generado durante su breve existencia sus estudiantes y profesores diseñaron algunos de los grandes e indiscutibles iconos del diseño industrial de todos los tiempos, caracterizados por un fuerte énfasis en la funcionalidad y las formas orientadas a la manufactura serial lo que les permitiría adquirir un carácter atemporal.

A continuación se muestran algunas imágenes representativas de la época que existió la Bauhaus, en sus diseños podemos observar esos rasgos que desbordan sencillez principalmente derivada de la sinergia entre un pensamiento pragmático, metodológico e intuitivo en el que se conjuntaban los conocimientos teóricos y la experimentación práctica.

Imagen 4. Marcel Breuer, Silla (modelo B33) 1927–1928, fabricada por Gebrüder Thonet A.G., Alemania. Imagen recuperada del archivo fotográfico digital del MOMA.

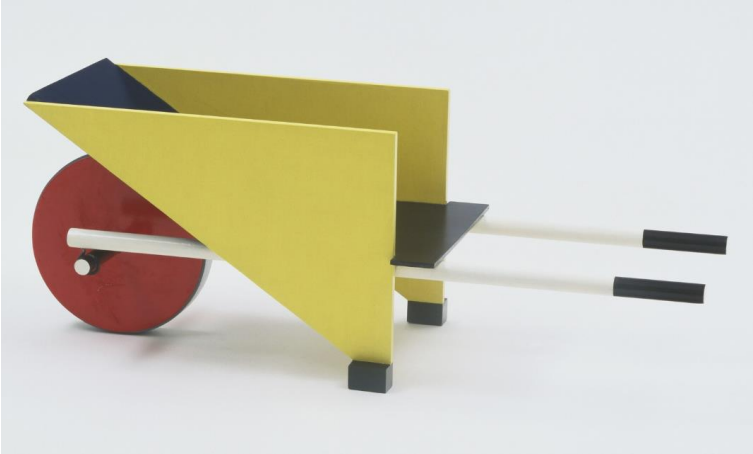

Imagen 4. Gerrit Rietveld, Carretilla infantil, 1923, fabricada por Gerard van de Groenekan. Imagen recuperada del archivo fotográfico digital del MOMA.

Sin embargo la Buhaus en sus diferentes etapas se enfrentó a diversas dificultades, algunas de ellas se gestaban al interior de la organización y otras vinieron como consecuencia de conflictos y diferencias políticas con el partido Nazi que finalmente derivaron en el cierre definitivo en 1933. En su corta existencia esta escuela revoluciono el diseño.

Por otra parte los remanentes de la Bauhaus manifestados en sus integrantes permearon a otros lados del mundo a donde estos emigraron, principalmente Estados Unidos de América pero también permanecieron sus raíces en Alemania y otros lugares de Europa, sus avances impulsaron la evolución del diseño.

La Bauhaus se caracterizó por un método de enseñanza que involucraba a los artesanos a los alumnos y maestros (artistas / arquitectos) trabajando juntos en los laboratorios creando un ambiente muy fructífero en el intercambio de ideas y la transferencia de habilidades, técnicas y conocimientos. Por lo que la diversidad de estilos,

orígenes de los colaboradores y sus corrientes de pensamiento fueron claves para su trascendencia hasta nuestros días.

Sin embargo las bases del diseño actual tienen sus cimientos en una diversidad de latitudes y culturas que han construido la forma de entender y analizar el diseño tanto como actividad como producto, esta trayectoria rica y diversa emerge en particularidades de los objetos que usamos diariamente.

2.3.3 El nacimiento del diseño Italiano.

En Italia cuna de las artes, desde las primeras décadas del siglo XX se gestó el manifiesto del futurismo (Filippo Marinetti) y al mismo tiempo se comenzaron a explorar con mayor profundidad las artes aplicadas, como consecuencia de diversos eventos en torno a las artes decorativas como la Bienal de Monza que se convirtió posteriormente en la *Exposición Internacional de artes decorativas e industria moderna.*

Pero si tratamos de entender cómo surge el diseño Italiano como lo conocemos hoy deberíamos analizar el primer periodo que le siguió a la primera guerra mundial, esos años se caracterizaron por ciertas contradicciones que salpicaban la cultura Italiana de la época.

El empuje modernista, "el llamado al orden", las urgencias productivas y funcionalistas, el culto a la tradición, la defensa de la artesanía y de los valores "regionales", las posiciones variadas de una vanguardia aún inciertas de sí mismas, el llamado a una belleza abstracta con contornos indefinidos. La confusión no fue mayor que la que prevaleció en otros lugares; pero en Italia no fue equilibrada por una cultura

técnica e industrial que le confrontara. (Vitta citado en Vercelloni, M., Bianchi, R., 2004, p.90)

Por consecuencia de este panorama complejo y contradictorio se manifestó un clima de libertad lingüística y de composición que aunado a la diversidad en la realidad de los artesanos locales, esta libertad de algún modo creativa rigió el diseño Italiano del periodo de posguerra. (Vercelloni, M., Bianchi, R., 2004)

Posteriormente en 1922 bajo este mismo clima de incertidumbre en torno al Salón Cultural de Margeherita Sarfatti surge el movimiento Novecento que buscaba transformar el arte Italiano, movimiento que permearía también hacia la arquitectura de la mano de exponentes como Giovanni Muzio, Giuseppe De Finetti y Alberto Alpago Novello.

Derivado de este movimiento artístico nace un nuevo lenguaje ordenado y solido que rechaza el eclecticismo y se convierte en una nueva vanguardia artística que se manifiesta en un nuevo lenguaje arquitectónico con necesidades propias de complementos, accesorios y decoraciones para vestir los interiores generados con este estilo.

Por tanto de la sinergia entre arquitectos y artistas así como de un programa que intentaba abarcar y generar nuevas manifestaciones creo la antesala para el surgimiento grandes nombres en el campo del diseño Italiano como: Pietro Chiesa, Emilio Lancia y Gio Ponti.

Como resultado de dichas colaboraciones en proyectos específicos entre arquitectos, para decorar, amueblar y diseñar objetos particulares enfocados a esta nueva tipología de arquitectura, marcaron definitivamente una relación de conciliación entre arquitectos y diseñadores dando paso al surgimiento del diseño Italiano como un trazo evolutivo,

pasando de la tradición figurativa de la artesanía al lenguaje del diseño que fusiono y evoluciono sus vínculos con el pasado.

Enseguida se muestran algunas imágenes representativas del nacimiento del diseño italiano, detonado por el futurismo, el Novecento y la nueva vanguardia post Novecento que deja de lado lo ecléctico para adoptar un enfoque de sinergia entre arquitectos, artistas y diseñadores.

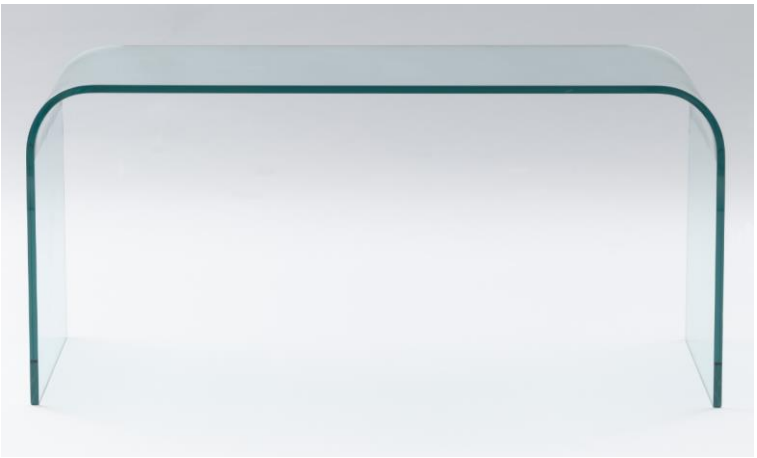

Imagen 5. Pietro Chiesa, Mesa Fontana, 1932, fabricada por Fontana Arte, Italia. Imagen recuperada del archivo fotográfico digital del MOMA.

Imagen 6. Gio Ponti, Mesa Lateral, 1932, fabricada por Fontana Arte, Italia. Imagen recuperada de catálogo en línea Artemest.

Por el contrario el futurismo que si bien no hizo una contribución alineada a los ideales predominantes de la época, si vino a introducir el factor disruptivo, proclamando una abierta y total ruptura con la tradición y los estilos del pasado, lo que propicio la generación de relaciones que innovaron el uso de los objetos e influyeron en el comportamiento de los usuarios. (Vercelloni, M. y Bianchi, R., 2004)

A continuación se muestran algunas imágenes de referencia respecto al futurismo manifestado en el diseño y en objetos de uso cotidiano.

Imagen 7. Giacomo Balla, Tocador, 1918. Imagen recuperada de Artsy.net.

Imagen 8. Giacomo Balla, Mampara, 1918. Imagen recuperada de Artsy.net.

2.3.4 El diseño Moderno como un detonante global.

Definitivamente este período de 20 años que comprende el llamado diseño moderno ha tenido gran impacto en la conceptualización y la estética de los objetos. Esta corriente se particularizo en diversos países trazando así conjuntos de características que al romper sus límites nos han mostrado una ventana hacia lo que eventualmente seria el futuro del diseño.

En consecuencia lo descrito a continuación no habla de algo absoluto sino de una visión particular fundamentada en la historia, con la finalidad de tener un referente para discutir y entender el diseño contemporáneo.

Esta etapa del diseño surge hacia la primer mitad del siglo XX y abarca el periodo comprendido entre 1945-1975 por lo cual al diseño moderno también se le ha llamado “Mid-century” o de mediados de siglo, nació en momentos posteriores a la segunda guerra mundial en un clima racionalidad y austeridad en Europa, en contraste con Estados Unidos de América que como vencedor de la guerra proyectaba abundancia y bienestar.

Por lo tanto factores como la posguerra, los conflictos políticos y la guerra fría, sumados a la brecha tecnológica en comparación con la de finales de la década de 1990, así como la casi inexistente apertura entre países y el escaso acceso a la información definieron características bien delimitadas en el diseño entre los países más desarrollados.

En consecuencia para hablar de tales singularidades que definen el papel de las diferentes potencias del diseño de mediados de siglo XX, deberíamos hablar principalmente de países como: Alemania, Italia como los países más influyentes en el resto de Europa y Estados Unidos en América.

2.3.5 El diseño Moderno en Alemania y los países Escandinavos.

Por un lado Alemania en un clima de posguerra trata de recuperarse con una postura racionalista de funcionar solo con lo necesario, intentaba seguir el legado de la Bauhaus que surgió en una etapa similar al terminar la primera guerra mundial, teniendo entre sus principales impulsores a Max Bill ex estudiante de la Bauhaus en su etapa de Dessau.

Posteriormente ya como promotor de este movimiento racionalista en Ulm, Bill junto a Inge Scholl y Otl Aicher teóricos del funcionalismo fundó en 1954-1955, la Hochshule für Gestaltung-HfG hoy conocida como la escuela de diseño de Ulm cuyo discurso de

enseñanza era el de (la Buena Forma), que tenía como objetivo atribuirle a los objetos una simplificación estética y de uso. Una oda a la funcionalidad de precisión ingenieril, que al proyectarse perfecta brindaría al objeto una belleza intrínseca.

Por otra parte este esencialismo racional y funcional se oponía a la superficialidad del diseño Americano de los años treinta que giraba principalmente entorno al Styling, A pesar de su tendencia racionalista la escuela de Ulm mantenía componentes artísticos y conceptuales que fueron precedente de principios y métodos que dotaban al diseñador de herramientas e instrumentos para generar soluciones versátiles desde la perspectiva académica, pero también desde una relación con la industria.

Del mismo modo de esta relación y acercamiento de la academia con la industria se generó una visión más amplia de los alcances del diseño, teniendo a Tomas Maldonado como vicedirector de la escuela de Ulm surgió una implicación más profunda y objetiva tanto con la industria como con la ciencia, las nuevas tecnologías y la mercadotecnia en función de la situación particular del mercado.

Enseguida mostramos algunas imágenes que usaremos como referente del diseño moderno en Alemania fuertemente impulsado por la Ulm y sus vínculos con diferentes empresas.

Imagen 9. Max Bill , Silla Tripie, 1949, fabricada por Wohnbedarf AG, Zurich. Imagen recuperada del archivo fotográfico digital del MOMA.

Imagen 10. Max Bill, Reloj de pared (modelo 32/0389), 1957, fabricada por Gebrüder Junghans AG, Schramberg, Alemania. Imagen recuperada del archivo fotográfico digital del MOMA.

Imagen 11. Dieter Rams, Hans Gugelot1956, Radio-Fonografo (modelo SK 4/10), , fabricada por Braun AG, Frankfurt, Alemania. Imagen recuperada del archivo fotográfico digital del MOMA.

Como consecuencia de esta determinación de Maldonado el diseño como actividad adquirió un carácter más complejo así como un mayor compromiso, alcance, magnitud y trascendencia. Sentando los precedentes de las metodologías de diseño que comenzaron a surgir posteriormente.

Otros países Europeos principalmente los escandinavos como: Dinamarca, Noruega, Suecia y Finlandia intentaban seguir el camino trazado por la Bauhaus, pero desde su propia perspectiva y con sus precedentes culturales particulares, desde finales del siglo XIX Ellen Key proponía volver al diseño un patrimonio colectivo desde parámetros asimilables para la mayoría, algo que fuera bello y bueno para todos.

Por lo tanto desde esta propuesta el diseño escandinavo al igual que el alemán iba más direccionado a la funcionalidad que a la representación, pero con una visión más humana.

Los seres humanos trabajan mejor, se sienten mejor y son más felices si encuentran y conviven con formas y colores bellos en los objetos en torno a sus casas por más modestos que estos sean. (Key, E. citado en Vercelloni, M., Bianchi, R., 2004, p.112)

Hacia mediados del siglo XX surgieron en los países escandinavos nombres tan importantes para el diseño como: Kaare Klint, Sven Markelius, Gunnar Asplund, Arne Jacobsen, Alvar Aalto y Poul Henningsen entre otros que le dieron forma a un estilo de diseño que conjuga lo clásico, espontaneo, ergonómico, reduccionista y con un enfoque de exploración técnico-formal, que permitiría que naciera el particular estilo de diseño Escandinavo que dominaría en el mercado mundial después de 1943.

A continuación encontramos algunos referentes del diseño moderno de los países escandinavos, para ver de una manera más tangible las características mencionadas anteriormente.

Imagen 12. Alvar Aalto1932-1933, Bancos apilables (modelo 60), fabricada por Oy Huonekalu-ja Rakennustyötehdas Ab, Turku, Finlandia. Imagen recuperada del archivo fotográfico digital del MOMA.

Imagen 13. Arne Jacobsen 1952, Silla Serie 7. Fabricada por Fritz Hansen. Imagen recuperada del archivo fotográfico digital del MOMA.

Imagen 14. Arne Jacobsen 1958. Silla y Otoman Egg. Imagen recuperada del archivo fotográfico digital del MOMA.

2.3.6 El diseño Moderno en América.

En un contexto muy diferente al Europeo Estados Unidos de América como protagonista en la segunda guerra mundial enfrento una post guerra en condiciones mucho más positivas económicamente, por lo tanto su postura respecto a la actividad del diseño y los productos generados en esa época trataban de proyectar esos rasgos de abundancia, igualdad de oportunidades y la idea de una riqueza accesible.

Por esta razón, en EUA a mediados del siglo XIX el diseño siguió un rumbo más libre, en donde la experimentación en los procesos de manufactura, la producción en masa y la accesibilidad de los productos derivaron en un diseño más humanizado a través del desarrollo de formas orgánicas que se alejaban del estricto racionalismo y funcionalismo extremos.

Este período de bonanza económica se traslada a la vida cotidiana de las personas en EUA mediante la masificación de diversos productos, principalmente el automóvil, un objeto de suma importancia como principal método de transportación considerando el diseño urbano de las ciudades, pero también como elemento simbólico de poder, de igualdad y de superioridad plasmado en las formas orgánicas y grandes dimensiones.

Otro aspecto donde se materializó ese aire de accesibilidad e igualdad fue en los objetos de uso en el hogar: electrodomésticos, muebles y accesorios. En esta etapa, en EUA, destacan nombres de suma importancia en el mundo del diseño hasta nuestros días, entre los que se encuentran Charles/Ray Eames, George Nelson, Harry Bertoia y Eero Saarinen.

Su estilo se caracterizó por las formas orgánicas, concebidas desde un proceso de profunda experimentación de materiales y procesos dando como resultado objetos de un elevado nivel estético impregnado de atemporalidad, producción en serie, en suma un perfecto ejemplo del buen diseño industrial.

A continuación se muestran algunos referentes icónicos del diseño moderno en Estados Unidos de América.

Imagen 15. Charles / Ray Eames, Chaise longue y Otoman, 1956. Fabricado por Herman Miller Furniture Co., Zeeland, Michigan. Imagen recuperada del archivo fotográfico digital del MOMA.

Imagen 16. Charles / Ray Eames, Silla (modelo DCW), 1946. Fabricado por Evans Products Co., Molded Plywood Div., Venice, California. Imagen recuperada del archivo fotográfico digital del MOMA.

Imagen 17. Harry Bertoia, Sillón1952. Fabricado por Knoll Associates, Nueva York, NY. Imagen recuperada del archivo fotográfico digital del MOMA.

Imagen 18. Eero Saarinen, Sillón Tulip (model 150) 1955-56. Fabricado por Knoll Associates, Nueva York, NY. Imagen recuperada del archivo fotográfico digital del MOMA.

2.3.7 El Diseño Moderno en Italia.

El diseño italiano de mediados de siglo XX surge como evolución con un trasfondo de cultura milenaria, maestría artesanal, diversidad: (social, cultural e ideológica), misticismo, conocimiento científico y filosófico. Este contexto particular influyo y se plasmó en las características de su diseño.

Siendo un país fuertemente influenciado por las bellas artes, evoca a través del diseño conceptos estrechamente ligados a la expresión, las emociones y la significación, esto se manifiesta en la percepción así como en la estética de los objetos. Por otro lado, el alto nivel de los detalles de diseño en los productos, la calidad de manufactura y la maestría en el manejo de los materiales nos deja ver su herencia artística y artesanal, sello que se le conocería posteriormente como el “made in Italy”.

De la misma manera las características del diseño italiano hacia la década de 1960 se definieron y adquirieron relevancia en el panorama global por su experimentación con nuevos materiales plásticos y nuevas tecnologías en objetos de uso cotidiano, esto le permitió postularse como un país con la voluntad y habilidad de experimentar e innovar para situarse como un pionero radical del diseño moderno. (Lees-Maffei, G., & Fallan, K., 2014)

Enseguida veremos algunas imágenes referentes al diseño Italiano Mainstream de mediados de siglo XX, en los cuales podemos notar claramente las características anteriormente mencionadas que marcaron una época de innovación y experimentación.

Imagen 18. Achille Castiglioni /Pier Giacomo Castiglioni, Arco Lámpara de Piso 1962. Fabricadas por Flos S.p.A., Italia. Imagen recuperada del archivo fotográfico digital del MOMA.

Imagen 19. Vico Magistretti, Demetrio Mesas apilables 45, 1966. Fabricadas por Artemide S.p.A., Milán, Italia. Imagen recuperada del archivo fotográfico digital del MOMA.

Imagen 20. Paolo Lomazzi/Donato D'Urbino/Jonathan De Pas, Sillón Inflable, 1967. Fabricado por Zanotta S.p.A., Italia. Imagen recuperada del archivo fotográfico digital del MOMA.

Imagen 21. Joe Colombo, Silla de apilado Universal, 1967. Fabricado por Kartell S.p.A., Milán, Italia. Imagen recuperada del archivo fotográfico digital del MOMA.

Imagen 22. Ettore Sottsass/ Perry King, Valentine. Maquina de Escribir Portátil, 1968. Fabricado por Ing. C. Olivetti & C. S.p.A., Ivrea, Italia. Imagen recuperada del archivo fotográfico digital del MOMA.

Imagen 23. Gaetano Pesce, Chaise Lounge Up 5 y Otoman Up 6, 1969. Imagen recuperada del archivo fotográfico digital del MOMA.

2.3.8 Antidiseño y diseño crítico.

En esta etapa del diseño Italiano diversos factores como la simbiosis del diseño y la industria influyeron que en la creación de colectivos de arquitectura, diseño y artes que nacieron a partir de 1965 bajo el movimiento Italiano de diseño radical, sustentados sobre profundas raíces de crítica hacia la política, el consumo y la sociedad entre otros temas relevantes de la época, algunos de los protagonistas de este movimiento son grupos o colectivos como Archizoom, Superstudio, Grupo Cavart, Global Tools entre otros.

El diseño radical o antidiseño se gestó a partir de la inspiración de las expresiones artísticas y políticas radicales en el contexto de la cultura joven o "youth culture" de la época , teniendo como input los avances tecnológicos y su impacto en la cultura, el movimiento hippie Americano y movimientos estudiantiles Europeos, al mismo tiempo influidos por aristas pop como Roy Lichtenstein y Andy Warhol que propiciaron en los diseñadores Italianos un juego con las formas, los símbolos, sus connotaciones y significados, generando como resultado objetos cuna fuerte carga significativa que representaban más una declaración que un producto en sí. (Lees-Maffei, G., & Fallan, K., 2014, p. 56)

Por lo tanto muchos de los objetos diseñados por los diferentes grupos de este movimiento de antidiseño quedaron como prototipos y no fueron comercializados, la mayoría de estos fueron concebidos por los grupos y colectivos mencionados anterior mente, que tenían entre sus fundadores nombres como: Andrea Branzi, Adolfo Natalini, Riccardo Dalisi, Alessandro Mendini, Ettore Sottsass, Ugo la Pietra y Michele de Luchi. (Lees-Maffei, G., & Fallan, K., 2014)

En seguida se muestran algunos de los objetos más representativos de la etapa del Diseño Radical Italiano, asimilados como la representación física de algunos ideales o críticas manifestadas por la juventud Italiana a mediados década de 1960 y la década de 1970.

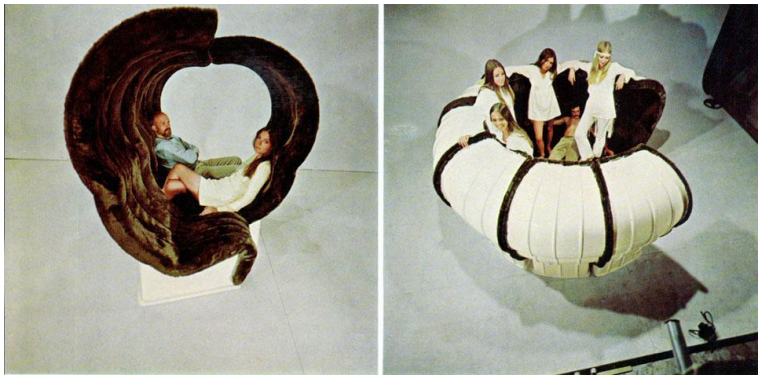

Imagen 24. Superstudio, Bazaar, 1968. Fabricado por Giovanetti, Italia. Imagen recuperada del archivo digital de Domusweb.

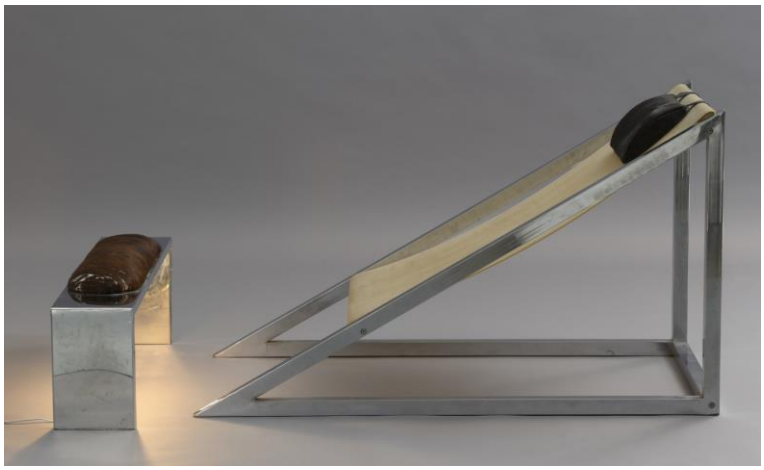

Imagen 25. Archizoom y Asociados, Andrea Branzi, Gilberto Corretti, Paolo Deganello, Massimo Morozzi, Dario Bartolini, Lucia Bartolini. 1969, Silla y Otoman Mies. Fabricado por Poltronova, Italia. Imagen recuperada del archivo digital del Moma.

Imagen 26. Giorgio Ceretti /Piero Derossi / Riccardo Rosso , Pratone, 1971. Fabricado por Gufram, Italia. Imagen recuperada del archivo digital de Architonic.

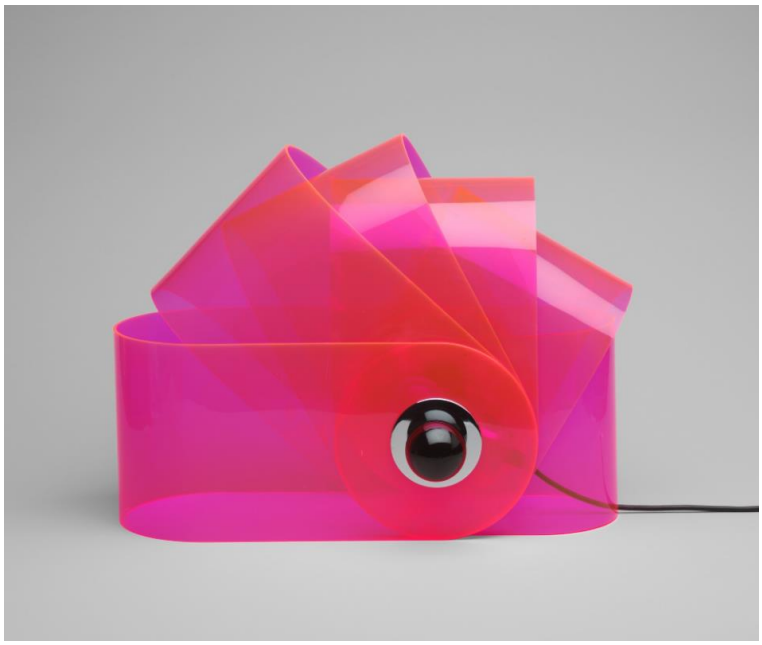

Imagen 27. Superstudio, Gian Piero Frassinelli, Alessandro Magris, Roberto Magris, Adolfo Natalini, Cristiano Toraldo di Francia. Lámpara Gherpe, 1967. Fabricado por Poltronova, Italia. Imagen recuperada del archivo digital del Moma.

Como una evolución de los movimientos de Diseño Radical, cabe mencionar el movimiento Memphis dirigido por Ettore Sorsass a principios de la década de 1980, los proyectos de Memphis comunican la esencia y visión individual de Sotsass en donde convergen dos entes altamente contradictorios como son la espiritualidad y la cultura Pop Americana. Sotsass tuvo un acercamiento a los rituales y la religión Hindú durante su viaje la India a principios de la década de 1960, por otro lado con su visita a Estado Unidos de América genero una afición por la estética Pop. (Lees-Maffei, G., & Fallan, K., 2014)

Esta ecléctica mezcla de referentes visuales, conceptuales y espirituales se construye la estética de los objetos creados por Sotsass para Memphis, como un desafío a la producción de productos de consumo masivo, creando objetos con una gran carga cognitiva en donde abordaba objetos de uso cotidiano concebidos con alta significación y gran impacto visual. (Lees-Maffei, G., & Fallan, K., 2014)

Para la actividad proyectual en Italia, la crítica viene desde adentro, en donde por un lado se cuestiona la permanencia de la herencia y manufactura artesanal hasta hoy, por otro lado el consumo visto como la manifestación final de las necesidades del usuario y su enfoque mayormente dirigido a las elites y al exterior, detonando finalmente con la intervención de la mercadotecnia como factor de cambio en el proceso de redefinición de los significados y valor de los productos. (Lees-Maffei, G., & Fallan, K., 2014)

En nuestra perspectiva analizamos la evolución del diseño italiano hacia la contemporaneidad, destacando su trasfondo conceptual, critico, teórico y argumentado, como el reflejo de un camino que confronta, supera, pero también transforma sus

profundas raíces culturales y diferencias políticas. Lo que le ha permitido emerger como un ente nutrido de una simbiosis entre el método, el discurso, el significado y el producto.

2.3.9 El resurgimiento de Japón en el diseño.

Un actor que no hemos mencionado anteriormente con la intención de referenciarlo en una acertada cronología apuntando hacia el diseño contemporáneo es Japón, que si bien es necesario tener conciencia de su milenario contexto cultural y su gran legado artesanal, sin embargo nos enfocaremos principalmente a entender su resurgimiento en años posteriores a la segunda posguerra ya que es un momento fundamental y determinante en su evolución hacia convertirse en un actor importante en el contexto del diseño contemporáneo.

Hacia mediados de la década de 1970 Japón hacia un esfuerzo integrarse a la economía global haciendo énfasis en la calidad de los productos y materiales, por lo que su empeño giraba en torno al desarrollo de productos particulares dentro de las empresas en las que grupos diseñadores se enfocaban solo a diseñar los productos de dichas empresas, que iban desde las cámaras fotográficas hasta computadoras y automóviles.

Ese modelo un tanto sistematizado de los diseñadores dentro de las empresas de manera exclusiva, eventualmente fue criticado y señalado de cómo un taller técnico dentro de las empresas que se dedicaba principalmente a dar la forma e imagen adecuadas a los objetos que debían competir con aquellos provenientes de occidente, sin tener participación en las decisiones de los procesos de producción y aspectos enfocados al consumo de los mismos.

Ya hacia la década de 1980 como respuesta a este rol un tanto superfluo que adquirió el diseño, surgió la empresa MUJI que bajo la marca Seiyu Ltd. Ofrecían ya sus primeros productos entendiendo la producción para las masas como un punto clave de la época contemporánea encontrando en esta, los rasgos que le daban sentido estético al diseño Japonés: “la belleza de lo esencial, el minimalismo y el anonimato.” (Vercelloni, M., Bianchi, R., 2004, p. 150)

Si bien la actividad proyectual en Japón se dio principalmente dentro de las empresas esto no condiciono su evolución que viro hacia la cultura, la identidad, las tradiciones, , técnicas y materiales artesanales ancestrales en una reinterpretación cargada de sensibilidad, simpleza, esencialismo, memorias, practicidad, calidad e innovación.

Tales características se pueden percibir en los objetos diseñados a partir de la década de 1980, marcando un parte aguas en su trayecto hacia lo contemporáneo, plasmando en los objetos un estilo establecido mediante la revalorización de lo antiguo, lo atemporal, lo anónimo y de la belleza esencial de las cosas.

Imagen 28. Toshiyuki Kita, Chaise Longue Wink (modelo 111.01) 1980. Fabricado por Cassina. Milán, Ilatia Imagen recuperada del archivo digital del Moma.

Imagen 29. Kazuo Kawasaki, Epita 1983. Imagen recuperada kazupkawasaki.jp.

Imagen 30. Shiro Kuramata, How High the Moon Armchair, 1986, Fabricado por Vitra International AG. Imagen recuperada del archivo digital del Moma.

En este punto tenemos más claros los conjuntos de rasgos y características que le han dado forma al panorama del diseño actual, en el que podemos rastrear los elementos heredados de las diferentes culturas, latitudes y momentos de la historia, creándose un hibrido complejo que describiremos posteriormente con el término diseño contemporáneo.

Sin embargo consideramos pertinente hablar primero del diseño como concepto básico o general y desde la perspectiva que en esta investigación nos interesa, después de haber profundizado en aspectos históricos y etimológicos tenemos un trasfondo teórico – cronológico que enriquece nuestro contexto temporal del diseño, a partir del cual abordaremos temas conceptuales y prácticos en un trayecto que nos permita caracterizar elementos de lo imaginario en las disciplinas del diseño.

2.4 El concepto de diseño

Con la finalidad de esbozar el trayecto mediante el cual abordaremos el concepto de diseño y contemplarlo desde una visión panorámica en la que logremos visualizar aspectos esenciales para tener un entendimiento general, para concentrarnos en destacar las diferentes visiones y los elementos que en un punto posterior conectaremos al concepto de lo imaginario.

Hablar de las definiciones del diseño es entrar en un “mar” de diversas posturas y visiones al respecto la actividad y al producto del diseño.

A través de las últimas décadas el diseño ha sido visualizado desde una perspectiva que ha ido profundizando su complejidad, para tratar de generar un mayor entendimiento

de todas las ramificaciones que le dan estructura y construyen dicho concepto, manifestando la necesidad de reducir esta complejidad a términos más simples y universales que deberían reflejarse en las características de los objetos que utilizamos diariamente.

El concepto actual del diseño puede ser abordado desde la variedad de una categorización enfocada a la propia finalidad del diseño, las habilidades que requieren desarrollarse para un fin particular, desde sus aspectos teóricos, conceptuales, de interacción con otras ciencias, por su proceso, metodología y disciplinas, desde su contexto histórico, entre otros.

En la gran mayoría de las definiciones al respecto del diseño encontramos ciertas coincidencias, en gran parte de los casos se incluyen por un lado los conceptos de planear, necesidades, solucionar. Si nos concentramos para entender en un primer nivel estas tres coincidencias básicas, de manera muy intuitiva podemos relacionarlas con la propia actividad humana para la satisfacción de las necesidades básicas.

Entonces podríamos decir que la actividad del diseño tiene un trasfondo primitivo así como uno moderno, refiriéndonos a lo remoto nos referimos a “la actividad de la concepción de la forma y la determinación de atributos que se remonta a los orígenes mismos del ser humano”, que en su esfuerzo por satisfacer en primera instancia sus necesidades básicas fue construyendo los objetos que le permitieran realizar sus actividades diarias. En ese sentido podemos afirmar que desde las épocas primitivas el hombre diseñaba “planeaba y construía”. (Gay A, 2007, p.9)

Por otro lado en las definiciones del diseño también se hace referencia a los aspectos técnicos, la generación de valor, la viabilidad y el consumo. Estos conceptos que tienen una alta relevancia en la praxis del diseño. Todos estos factores en conjunto hacen del concepto de diseño algo complejo ya que se encuentra en constante cambio y evolución a la par del ser humano.

2.4.1 El Diseño contemporáneo.

En seguida abordaremos el concepto de diseño contemporáneo desde diferentes aspectos, como la temporalidad, lo contemporáneo, los rasgos estéticos, entre otros, analizando y discutiendo algunas de las diferentes perspectivas que se han generado en torno a este término que ha llegado a generar controversia. Por lo tanto nuestro reto es proporcionar un argumento que nos dé un abordaje más holístico al concepto de diseño contemporáneo derivado de la evolución de los diferentes actores presentes en el panorama actual.

Lo contemporáneo "Pertenece realmente a su tiempo, es verdaderamente contemporáneo, aquel que no coincide perfectamente con éste ni se adecua a sus pretensiones y es por ende, es en ese sentido, inactual; pero, justamente por eso, a partir de ese alejamiento y ese anacronismo, es más capaz que los otros de percibir y aprehender su tiempo… La contemporaneidad es, pues, una relación singular con el propio tiempo, que adhiere a éste y, a la vez, toma su distancia; más exactamente, es "esa relación con el tiempo que adhiere a éste a través de un desfase y un anacronismo. Los que coinciden de manera excesivamente absoluta con la época, que concuerdan perfectamente con ella, no son contemporáneos porque, justamente por esa razón, no

consiguen verla, no pueden mantener su mirada fija en ella”(Agamben, G., 2011, P. 18-19)

Para Andrea Branzi el diseño contemporáneo “surge como un nuevo concepto de calidad en el producto y en el entorno que, en vista del rendimiento y el servicio brindado, es capaz de determinar un valor emocional, lo que plantea un punto de referencia dentro del nuevo consumo.” (Citado en Vercelloni, M., y Bianchi, R. (2004).

Por lo tanto entendemos que la actividad del diseño y sus productos adquieren tales características de atributos sociales, culturales y psicológicos en los que la temporalidad, las circunstancias y la latitud son factores determinantes en el proceso y el resultado de esta actividad.

Esta etapa del diseño contemporáneo que comúnmente se ubica a partir de la década de 1990 tiene como trasfondo reciente la necesidad de ruptura como legado de los movimientos radicales de los las décadas de 1960 y 1970, su evolución hacia los 80´s detonando una explosión que hacia evidentes los rasgos de la cultura popular. Sin embargo los inicios de los 90´s se caracterizaron por girar en un sentido contrario a esos rasgos pop, encontrando en los nuevos procesos, materiales y tecnologías una reconexión con la investigación, la experimentación y el discurso cognitivo/ contemplativo de los objetos.

En seguida mostramos algunas imágenes representativas del diseño contemporáneo de la década de 1990 donde destacaron grandes diseñadores como Philippe Starck, Ron Arad, Alberto Meda, Pierto Arosio, Bill Stumpf, Don Chadwick, Maarten van Severen, Alberto Lievore, Marcel Wanders y Jasper Morrison entre otros. Si bien los ejemplos

siguientes son una pequeña muestra nos ayudaran a entender de una forma mas tangible estos rasgos mencionados anteriormente.

Imagen 31. Starck, Philippe, Exprimidor Salif, 1990,. Fabricado por Alessi, Italia. Recuperado del archivo digital del Moma.

Imagen 32. Alberto Meda, Chaise Longue, 1993. Fabricado por Alias S.r.l., Italia. Recuperado del archivo digital del Moma.

Imagen 33. Ron Arad, Repisa Bookworm , 1994,. Fabricado por Kartell, Italia. Recuperado de architonic.com.

Imagen 34. Marcel Wanders , Silla Anudada, 1996. Recuperado del archivo digital del Moma.

Imagen 35. Jasper Morrison, Silla Aire, 2000, Magis. Recuperado del archivo digital del Moma

A partir de la primera de cada del 2000 el acercamiento al diseño extendió sus ramificaciones y las maneras de entenderlo. Por lo tanto podríamos decir que en la actualidad las necesidades se han ido generalizando o globalizando como resultado de la conectividad, el acceso a la información y sobre todo de las herramientas utilizadas por la mercadotecnia, por consiguiente esas necesidades deberían satisfacerse con productos diseñados desde un entendimiento de los elementos singulares plasmados en su latitud y temporalidad.

Esta visión de la contemporaneidad aborda al mismo tiempo una diversidad de actores participantes en la práctica actual del diseño así como sus alcances, de forma que la manera en que entendemos o abordamos hoy el diseño para su praxis viene dada por una derivación de conceptos que permean en diferentes ciencias.

2.4.2 Las Disciplinas del Diseño Contemporáneo.

En la actualidad la variedad de conocimientos que converge en el diseño a través de sus diferentes disciplinas representan un ente que no se podría dejar a un lado de nuestra investigación. Ya que en estas disciplinas se manifiesta un carácter de diversidad que consideramos positivo desde las posibilidades de ver con otros ojos los problemas y ofrecer diferentes alternativas para resolverlos.

El diseño como disciplina se originó con el surgimiento de las artes aplicadas en el siglo XIX que posteriormente impulso en el siglo XX a la diferenciación entre artesano y diseñador. Con el paso del tiempo hacia finales del siglo XX y comienzos del XXI la

integración de nuevos materiales, tecnologías, nuevos estilos de vida y de consumo, provocaron que disciplina del diseño se ramificara profusamente.

En consecuencia se ha derivado un abordaje multidisciplinar, interdisciplinar y transdisciplinar, n la práctica actual del diseño estos enfoques son utilizados para solucionar problemáticas con una visión más amplia y completa, permitiendo una superposición y un desvanecimiento de los límites entre las diferentes disciplinas.

Antes de profundizar al respecto de las diferentes disciplinas del diseño y su clasificación, consideramos relevante mencionar la distinción entre los siguientes términos:

Lo ***multidisciplinar*** se refiere a la participación de diferentes ciencias o conocimientos para trabajar con un objetivo en común en el que lo más importante es el resultado y cada conocimiento participante mantiene cierto grado de independencia. Lo ***interdisciplinar*** se caracteriza por la interacción e integración de diversas disciplinas, conocimientos o expertos en alguna rama específica para producir un producto, investigación, reporte o recomendación en conjunto donde el nivel de integración de los conocimientos deja a un lado el protagonismo de cada elemento individual. ***Lo transdisciplinar*** se caracteriza por trascender los límites entre las disciplinas o ciencias, incluye o integra todo el conocimiento que pueda aportar a la finalidad de la investigación incluso sin importar si algunos datos no provienen de fuentes científicas. (Henao, Garcia y Aguirre, 2017).

Desde una perspectiva simplificada Norman Potter (1969) clasifico de manera muy concisa pero entendiendo la complejidad, la diversidad y amplitud de lo que puede ser llamado diseño y agrupó todo en tres categorías: 1. Diseño de producto (objetos)**,** 2.

Diseño ambiental (lugares), 3. Diseño de comunicaciones (mensajes). Bajo esta clasificación Potter señala que las distinciones entre ellas no son absolutas. (Potter, N. En Press, M., Cooper, R., & Rivas, M. J., 2009, p. 77)

Por otro lado tenemos una clasificación más reciente de acuerdo a la publicación: Winning by Design, An introduction to the design skills required for firms to be innovative and competitive in global markets, desarrollado por el National Skills Council de Irlanda y el Expert Group on Future Skills Needs, realiza una categorización que se despliega a partir de seis disciplinas principales: 1) Estructuras y lugares, 2) Moda y textiles, 3) Diseño de producto, 4) Diseño digital, 5) Comunicación visual y 6) Diseño como estrategia.

A través de un mapa desarrollado por el (IDI) Instituto de diseñadores en Irlanda, expone una categorización basada en el orden de su aportación de valor para el mercado Irlandés, a pesar de estar realizada bajo esta referencia consideramos esta clasificación como una tendencia global y de trascendencia para conocer parte del gran espectro que compone las ramificaciones del diseño. (EGFSN, 2017, p. 25).

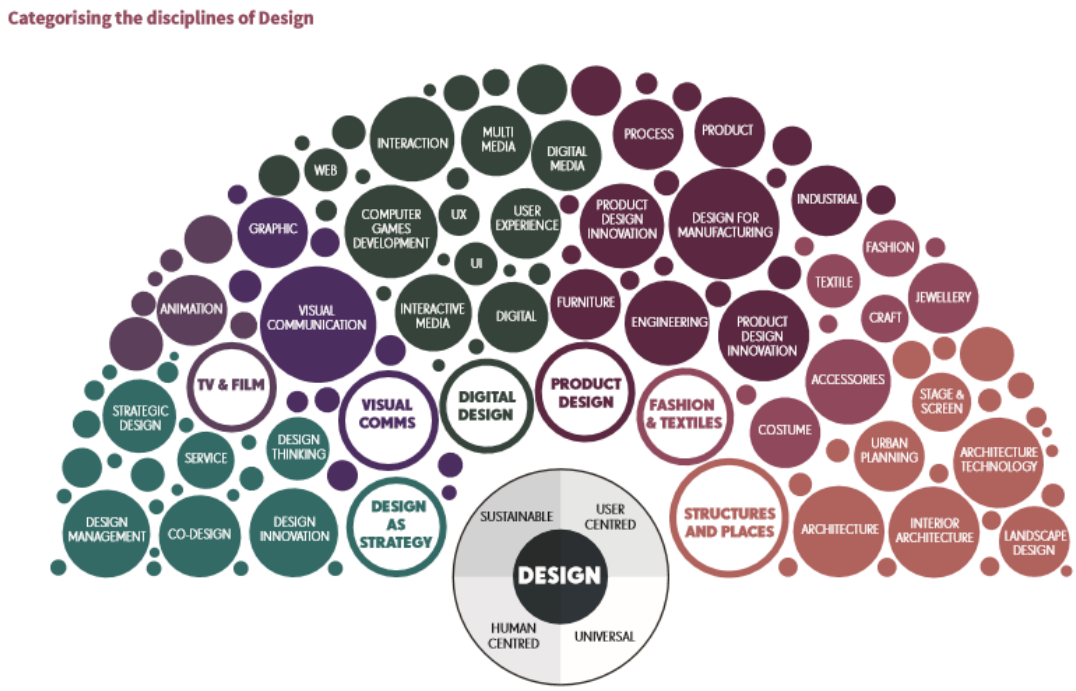

Figura 2. La figura muestra la categorización de las disciplinas en el diseño. (IDI, DEBEI, EGFSN, 2017,p.25)

Existe un espectro mucho más amplio de disciplinas del diseño y las ciencias que se relacionan con él, por el momento a manera general la clasificación anteriormente descrita nos ayuda a comprender las ramificaciones del diseño de una manera general, a partir de la cual profundizaremos más adelante en la disciplina del diseño de mobiliario para comprender su contexto actual partiendo de su historia y evolución

2.5 El Diseño de Mobiliario

Anteriormente hemos analizado el término diseño desde su etimología pero también el concepto y la visión de diversos autores, en este apartado abordaremos una cronología de los aspectos que envuelven el diseño de mobiliario, sus precedentes, estilo, forma,

significado, estética, impacto en la sociedad, uso de materiales, innovaciones y procesos de fabricación.

2.5.1 Precedentes del Diseño de Muebles.

Antes de abordar el concepto diseño de muebles o diseño de mobiliario deberíamos asimilar tal concepto desde la conjunción de dos palabras que son parte medular de nuestra investigación: muebles y diseño, considerando que sobre el último se profundizó en su propio capitulo nos abocaremos primeramente a describir el término mueble y posteriormente analizar lo que involucra esta disciplina.

En el diccionario de la lengua española se abordan dos significados de interés ya que denotan los aspectos más obvios, el término mueble que viene del latín mobilis que significa: movible, flexible, inconstante, suelto. Por lo tanto estas definiciones básicas vienen en relación a su etimología:

1. adj. Dicho del patrimonio o de la hacienda: Que se puede mover.

2. m. Cada uno de los enseres movibles que sirven para los usos necesarios o para decorar casas, oficinas y todo género de locales. (Real Academia Española, 2018)

El mueble como objeto surgió de las artes aplicadas, destinado a amueblar interiores residenciales de manera móvil o permanente. Entre otras cosas sirve para almacenar, trabajar, comer, recostarse, dormir y relajarse. El mueble puede ser usado individualmente, en sets o conjuntos de muebles. (Smardzewski, J., 2015, p.47)

Sin embargo la actividad del diseño de muebles involucra diferentes elementos mas allá de los aspectos relacionados directamente al objeto, de manera que surge como una

disciplina derivada del diseño industrial, convirtiéndose en una actividad con profundas raíces en la condición humana, la cultura y la sociedad, considerada como arte aplicada inspirada en los diferentes matices del diseño. Es un campo de estudio holístico e interdisciplinario. (Postell, J., 2012)

Los muebles forman parte de los objetos que el ser humano ha creado con la finalidad principal de darle soporte a las actividades básicas de la vida diaria, el diseño de mobiliario involucra el conocimiento y la racionalización en torno a construir objetos útiles; abarcando materiales, tecnologías y recursos que son formados por la cultura, la sociedad y la economía.

En este sentido primigenio, el concepto de mueble viene impulsado solo por la necesidad de facilitar la vida diaria inspirándose de la naturaleza en una forma intuitiva y encontrando la manera de usar elementos encontrados en su entorno aleatoria o intencionalmente que de acuerdo a su morfología se les atribuían ciertas funciones; por ejemplo un tronco de árbol derribado por el viento, piedras, musgo, pieles de animales entre otras cosas se usaban para apoyar los trabajos más comunes. (Smardzewski, J., 2015)

Existen rastros prehistóricos que datan cerca (3500-2600 AEC) ubicados en Skara Brae, Islas Pomena en Escocia, tales vestigios de una casa construida en piedra guardan e integran en su construcción diversos elementos considerados muebles ya que eran utilizados para apoyar o complementar las actividades diarias de las personas en un contexto determinado. Dichos vestigios dan soporte a una visión del diseño de mobiliario

fuertemente ligado a la arquitectura en la que los muebles forman parte y surgen del espacio interior. (Postell, J. 2011)

En seguida mostramos una imagen referente a los vestigios de Skara Brae que datan del periodo neolítico en la cual podemos observar el uso de muebles construidos en piedra, ligados estrechamente a la arquitectura.

Imagen 36. Skara Brae, cerca (3500-2600 AEC), Imagen recuperada de historicenvironment.scot.

El mueble tiene profundas raíces arquitectónicas, reforzando el concepto de complemento del espacio interior, pero a la vez ligado a la producción industrial y la artesanía. Impulsado por una combinación de intereses estructurales, utilitarios y estéticos, el mueble revela una cronología de ideas que inicia con las primeras sociedades que existieron hace más de 8,000 años. (Postell, J. 2011, p. 309)

Antes del asentamiento de las civilizaciones, las primeras culturas nacieron y se desenvolvieron en un estilo de vida nómada previo a la construcción de casas, las personas se desplazaban en grupos en busca de alimentos y se resguardaban de las inclemencias de la naturaleza en tiendas, cavernas.

Considerando las necesidades de una vida nómada, los primeros objetos concebidos fueron creados para mejorar la vida físicamente, funcionalmente y espiritualmente, así como para dar apoyo a las necesidades elementales de vivir en movimiento, las personas dormían en el suelo dentro de tiendas, convivían, compartían socialmente y comían sentados o en cuclillas alrededor del fugo. (Postell, J. 2011)

Los Nómadas tenían contenedores naturales, los cuales podrían unos de los primeros artículos indispensables de muebles para almacenar pertenencias. Además tenían mobiliario de madera, textiles, tapetes y hamacas usadas para dormir. Cada mueble debía ser portable, fácil de armar / desarmar y ligero para ser transportado largas distancias." (Postell, J. 2011, p. 309)

Eventualmente con el paso del tiempo como producto de las soluciones primitivas y estrechamente ligados a las sociedades surgieron objetos para satisfacer necesidades específicas y cumplir funciones como sentarse, recostarse, trabajar, comer, almacenar y otras. (Smardzewski, J., 2015)

Al igual que otras disciplinas del diseño, el diseño de mobiliario considera un amplio rango de aspectos de diversa naturaleza, componentes tangibles e intangibles que van desde los (tangibles) recursos económicos, materiales, los procesos de fabricación y herramientas involucradas, hasta los (intangibles) procesos de diseño, conocimientos teóricos, estrategias de marketing, aspectos relacionados al cuerpo y el comportamiento humano.

De acuerdo con Postell, J (2011) el concepto de diseño de muebles está encaminado a la producción de objetos útiles que cumplen su función, resultando en una experiencia

generalmente física que involucra una relación e interacción directa humano/objeto. Así mismo menciona que la actividad del diseño de muebles recae sobre diferentes elementos como la intuición, la toma de decisiones, habilidades de diseño, principios de ingeniería, entre otros conocimientos que derivados de un amplio rango de las disciplinas del diseño que se complementan para solucionar problemas.

Según Postell, J. (2011) el diseño de muebles es una ciencia social perteneciente a las humanidades, consideramos este postulado sumamente acertado y compartimos su visión ya que en dichos rasgos es donde encontramos una fuerte conexión con la teoría de los imaginarios sociales.

Por lo tanto dentro de los límites de las humanidades y relacionado al diseño de muebles las áreas de investigación abarcan: “la percepción humana / psicología / ciencias del comportamiento, sociología / investigación cultural, ergonomía / antropometría / proxémica, uso social / sentido de pertenencia / ubicación / vivienda (Postell, J. 2011, p. 11)

2.5.2 Clasificación de los Muebles.

Hacer una clasificación definitiva o única de los diferentes muebles que existen no sería lo más óptimo considerando que se podría diferir entre las visiones de los teóricos que hablan al respecto, además no se deberían desestimar factores emergentes relacionados con alguna de las etapas del proceso de diseño o fabricación lo cual convierte en un proceso complejo futuras categorizaciones.

Para Smardzewski, J. (2015) entre los principales factores que dificultan la homologación de las futuras categorizaciones de los tipos muebles se encuentran: el

desarrollo de nuevas tecnologías de producción, el desarrollo y uso de nuevos materiales, la versatilidad de muebles que son adoptados para diferentes usos o entornos, la coincidencia entre objetos similares usados en entornos similares, el desvanecimiento de los límites y de criterios claros para la clasificación de los muebles.

En consideración de aspectos asociados a la división del tipo de muebles Smardzewski, J. (2015) manifiesta la necesidad sistematizar los nombres del mobiliario existente y lo que podría diseñarse en el futuro, así mismo plantea la carencia y la necesidad de construir una clasificación relativamente ordenada y lógica de los muebles tomando en cuenta sus características generales y propone clasificación de acuerdo a los siguientes aspectos:

Su propósito- de acuerdo a su lugar de uso, *funcionalidad*- de acuerdo a la naturaleza humana de la actividad con la cual está asociado un tipo de mueble, *Forma y construcción*- se define respecto a la solución técnico/formal de la pieza, su influencia mutua y en el entorno, *tecnología*- de acuerdo a los materiales usados, el método de manufactura del producto, los métodos de acabado aplicados a la superficie. Por último *la calidad*- representa los más importantes requerimientos involucrados en el proceso de diseño, construcción, manufactura y los alcances comerciales del mueble. (Smardzewski, J., 2015, p. 49)

Por otro lado Postell, J. (2011) desarrolla una categorización básica o primaria tomando en cuenta la función y el uso social de los muebles que incluye: el soporte del cuerpo humano, las actividades, delimitar espacios y los que pueden sostener o contener.

Si mencionamos una clasificación de los muebles por el soporte que le dan al cuerpo humano estaríamos hablando de tareas como: sentarse, descansar, recostarse, trabajar, leer, entre otras. Por lo tanto se deberían considerar aspectos como las actividades, el contexto, el uso social, las partes del cuerpo involucradas y su impacto en el uso que involucra temas relacionados al movimiento del cuerpo, soporte de peso, soporte de la columna, reducción de incomodidad, entre otros.

Otras clasificaciones comunes para los muebles son de acuerdo a lo que pueden sostener o contener, almacenar, mostrar / exhibir y organizar. Así mismo la delimitación de espacios que incluye: dividir, porcionar, cerrar y dar forma a un determinado lugar.

Otra tipo de clasificación realizada por el mismo Postell, J. (2011) hace referencia al uso de los muebles ligados al contexto físico y social en donde son utilizados, esta clasificación nos ayuda a entender la gran variedad de usos, lugares y condiciones a las que es sometido el mobiliario así como a reflexionar en sus requerimientos.

Muebles residenciales estos que encajan principalmente en las zonas de recamara, sala, comedor y guardería o cuarto de niños, incluyendo muebles como: camas, futones, buro o mesa de noche, mesas de comedor, mesa de centro, sillas, sillones, cunas, cambiadores para bebe, entre otros.

Muebles para el cuidado de la salud, en esta clasificación se incluyen muebles relacionados a los hospitales y de uso médico como: camas de hospital, estaciones de enfermería, sillas para exámenes, sillas de ruedas.

Muebles para hostelería, esta categoría abarca todo lo referente a la industria comercial principalmente restaurantes y hoteles: todo tipo de mueble para restaurante, estancias de servicio, asientos para lobby y vestíbulo.

Muebles institucionales y para la educación, todos los muebles concebidos para instituciones ya sea educativas o gubernamentales: mesas, sillas, escritorios, podios, atriles.

Muebles multifuncionales, en esta categoría como su nombre lo indica se ubica el mobiliario que cumple más de una función como: sentarse/trabajar, almacenar/mostrar, sentarse/recostarse, entre otros.

Muebles de oficina, relacionados al entorno empresarial: sillas ergonómicas, estaciones de trabajo, archiveros y sistemas de repisas entre otros.

Muebles recreativos, complementan actividades de ocio, lúdicas y de juego como: mobiliario para acampar, sillas de jardín, mecedoras, columpios, para alberca y para deportes entre otros.

Muebles para retail o la venta al por menor, en esta categoría encajan todos los exhibidores y mostradores de gran cantidad de productos, desde alimentos hasta indumentaria.

Muebles religiosos, en esta categoría encaja principalmente el mobiliario relacionado a las religiones católicas, judía y musulmana. Teniendo objetos como: altar, ambón, podios, arcas, mesa del torah, mesa ritual, tapete para rezar y el minbor entre otros.

Todos los elementos mencionados en las anteriores clasificaciones se materializan en gran variedad de tipos de muebles, sin embargo consideramos que más allá de una

categorización basada en las tipologías y características físicas o superficiales, la concepción e intención del mueble debería surgir del entendimiento de la actividad que se realizará, las partes del cuerpo involucradas en su uso, entorno, el comportamiento y el contexto (cultural, social, psicológico) entre otros aspectos esenciales.

Puesto que en el análisis profundo del contexto radican los elementos que se deberían conocer para diseñar un mueble adecuado, perdurable y trascendente en todos los sentidos. El diseñador deberá desarrollar una fuerte capacidad de investigar e interpretar sus hallazgos para así trasmitirlos a sus productos.

Consideramos la actividad del diseño de muebles como un híbrido que involucra diversos elementos tangibles e intangibles como se ha mencionado en los párrafos anteriores. Con la finalidad de aportar estructura y coherencia a la práctica de esta disciplina se han seguido diversos procesos de diseño y metodologías, sobre entendiendo al diseñador como una variable en dichos procedimientos.

2.6 El diseño centrado en el humano y la Experiencia del usuario

En este apartado mencionaremos algunos de los métodos y tendencias de diseño que se caracterizan por involucrar características intangibles del ser humano como el estudio del comportamiento, la psicología, la cultura y los rasgos sociales entre otros elementos ligados al ser humano. En estos aspectos se encuentran inmersas esas características en las cuales algunos métodos de diseño profundizan para entender a las personas, sus necesidades, expectativas y deseos.

Nos limitaremos a analizar el diseño centrado en el usuario y la experiencia del

usuario, ya que estos métodos abarcan componentes y elementos inmersos en otras metodologías y principalmente por su carácter holístico teniendo a las personas en el centro de sus procesos. Por lo tanto establecemos esta delimitación con la intención de tener un enfoque directo así como un punto de análisis y comparativa con los rasgos de los imaginarios.

Consideramos que en torno a las categorías del imaginario social del otro emerge la estructura de los métodos centrados en el humano y la propia la experiencia del usuario, como una fracción de la experiencia humana, que tiene sus raíces en la interacción entre las personas y los objetos. Estos enfoques más humanos fueron el resultado de un proceso complejo donde finalmente la industria validó a las personas como un elemento medular en el diseño de los objetos.

2.6.1 El diseño centrado en el Humano.

Con la intención de entender la vista panorámica de todo lo que involucra este tema nos enfocaremos a describir aspectos básicos del diseño centrado en el humano, entendiendo este concepto como una etapa en la cual se encuentra el acercamiento al proceso de diseño, que vino en una cronología posterior a la era industrial en donde la atención se centraba permanentemente en la producción en masa y aspectos ligados a esta.

A partir de este momento llamaremos también (DCH) al Diseño Centrado en el Humano, concepto que consideramos una parte fundamental en nuestro trayecto hacia una comunión entre las variables abordadas en esta investigación ya que tiene un acercamiento de naturaleza post-industrial del diseño y sus productos donde se abordan

con especial importancia factores intangibles de los artefactos, lo que adquiere relevancia por el significado e intención que llevan consigo dichos artefactos.

El concepto DCH vino principalmente derivado de las reflexiones en torno a la semiótica, al hablar de este tema no profundizaremos demasiado para no desviar nuestros esfuerzos, por lo tanto acotaremos a definir la semiótica como una ciencia que analiza los elementos que componen en el lenguaje y la comunicación como son: los símbolos, signos, señales, indicios, significados, significantes, las interpretaciones, la semántica y la sintaxis entre otros.

Por lo tanto la semiótica se conecta al diseño desde la etimología y llega muy profundo en la concepción de los objetos al comunicar atributos tangibles e intangibles de los mismos, significantes y significados que pueden ser percibidos e interpretados; anteriormente en el apartado que habla del significado y origen de la palabra diseño se mencionaron términos como designio, seña e indicio entre otros, para así manifestar la intención y la identidad de los objetos a través de señales implícitas en sus atributos.

Krippendorff, K. (2006) junto a Reinhart Butter definió en 1984 el término semántica del producto que aparece por primera vez en el diario de innovación de la Asociación Americana de Diseñadores Industriales (ISDA). El término involucra las cualidades simbólicas de los objetos y al mismo tiempo se aborda como una herramienta para mejorar sus cualidades culturales; designan tal término derivado de la palabra Griega asignada al estudio de los significados o semántica al considerar que el doble propósito mencionado representa un conflicto epistemológico de la semiótica.

Eventualmente tal concepto vino a destapar una caja de pandora para diseñadores e investigadores de diseño que comenzaron a cuestionar y discutir los productos industriales no solo por sus cualidades estéticas sino también respecto a lo que estos pueden comunicar a los usuarios, su significado.

En definitiva la apertura que involucra expandir los límites de los significados que podrían estar inmersos en los objetos ha traído beneficios a la práctica del diseño, puesto que incluye aquellos significados encontrados en la dinámica e interacción entre personas y artefactos pero también provee de herramientas que ayudan al diseñador a comunicar significados específicos y de manera intencional.

El universalismo que prevalece en el occidente industrializado, tradicionalmente ha denigrado la diversidad cultural como un signo de subdesarrollo y racionalidad deficiente. La nueva aceptación de diversos significados culturales en los artefactos industriales movió el diseño al centro de proyectos de desarrollo cultural. (Krippendorff, K., 2006, p. 2)

El DCH se basa en conceptos que involucran diversos factores: Desde el diseño de productos al diseño de artefactos que pueden jugar varios roles sociales. Dese la creencia en el progreso tecnológico a la preocupación por la concepción de artefactos que dan soporte a comunidades de usuarios que además sean amigables en su uso para los miembros individuales de dicha comunidad. Desde la concepción del diseño universal y culturalmente libre al conocimiento El papel del lenguaje en la construcción de diversos mundos en comunidades específicas. Desde la imposición de funciones declaradas en los productos, capacitando, certificando o entrenando hasta permitir a las personas usar los

productos en sus propios términos. Desde diseñadores como genios solitarios hasta aquellos que pueden trabajar en equipos, incluso con usuarios e involucrar a sus clientes o socios en proyectos conjuntos. Desde la atención a los objetos, productos y artefactos materiales, su naturaleza y propiedades (ontología), hasta la conciencia de los procesos de diseño, constructivos y reconstructivos, el ciclo de vida del producto (ontogénesis) los aspectos artificiales que su propósito es proveer de sentido, conservar la utilidad y habilitarnos para sentirnos cómodos para convivir con dichos objetos sentirnos como en casa con ellos. (Krippendorff, K., 2006, p. 39)

En nuestra reflexión sobre el diseño centrado en el humano tomamos en cuenta principalmente la visión de la semántica de los productos, su significado en relación al uso, por lo tanto se encuentra fuertemente ligado a la cultura y los roles sociales, además este acercamiento al diseño ha impulsado y se ha complementado con métodos y filosofías actuales que involucran una mirada plural, critica, holística, cultural, empática e innovadora.

Así mismo este cambio de perspectiva que nos plantea el DCH impregna el significado del diseño y sus productos, con matices que en etapas mas enfocadas en el desarrollo industrial fueron imposibles de percibir, confrontándonos con un tema un tanto existencialista del diseño, donde podría surgir una interrogante cuando la actividad del diseño se torna meramente en una herramienta de consumo. Nos preguntamos hasta donde se deberían o no producir cierto tipo de productos a un nivel masivo.

En torno a las consideraciones del (DCH) asimilamos que el diseñador debería encontrar su lugar observando, estudiando, analizando y registrando el panorama en el

cual vive, descifrar su contexto para tener la capacidad de discernir en la viabilidad de una solución más allá de su trascendencia en el mercado e involucrando una reflexión en la materialización de dicha solución o idea, teniendo como protagonista de su manifiesto un discurso ético sustentable.

2.6.2 La Experiencia del Usuario.

Enseguida analizaremos la experiencia del usuario como una fracción de la experiencia humana, todo lo que se vive y el rol que juega en la percepción tanto de los espacios como los objetos que usamos en la rutina diaria, con la finalidad de entender la importancia que tiene para los diseñadores ser conscientes de estos aspectos.

A partir de ahora en este documento nos referiremos a las siglas UX (user experience) como equivalente a la experiencia del usuario., este término ha sido adoptado por diseñadores de las diversas disciplinas para referirse a la experiencia generada a partir de la interacción de las personas con los objetos, sobre todo en el ámbito relacionado a las interacciones humano-computadora. Sin embargo abordaremos el concepto de UX desde la diversidad de las disciplinas del diseño actual, donde se muestra un interés incremental hacia la práctica centrada en el humano y todo lo que envuelve las interacciones de las personas con los objetos.

Para Alben (1996) la experiencia debe ser completa y bien ensamblada, la define diciendo:

> Por experiencia nos referimos a todos los aspectos de cómo las personas usan e interactúan con un producto: la manera que lo siente en las manos, la facilidad de

entender cómo funciona, como se sienten mientras lo usan, que tan bien funciona para su propósito y que tan bien encaja en el contexto completo en donde se está usando. (p.12)

Ortiz y Aurisicchio, (2011) Mencionan que existen elementos y procesos que le dan estructura a la UX, que se construye a partir de atributos relacionados con las personas, el contexto, los objetos y las interacciones. Mediante procesos inconscientes, holísticos, conscientes, emocionales y dinámico-temporales.

Para tener un mayor contexto sobre la UX a continuación presentamos consecutivamente dos tablas comparativas, la primera habla de los principales elementos que componen la UX y la segunda expone las principales características o procesos involucrados en la dinámica entre los elementos. Tablas presentadas por Ortiz (2014) desde un análisis de las coincidencias entre diferentes autores.

Autores	**1) Usuario/a**	**2) Interacción**	**3) Producto**	**4) Contexto**
Arhippainen & Täht (2003)	Usuario/a	Interacción	Producto	Contexto de uso, factores sociales y culturales
Desmet & Hekkert (2007)	Usuario/a	Interacción	Producto	Contexto
Hassenzahl (2010)	Usuario/a	Interacción es parte del elemento 'Dinámico'	Productos interactivos	Contexto, que es parte de los elementos 'Situado' y 'Dinámico'
Hekkert & Schifferstein (2008)	Personas	Interacción	Productos	Contexto o ambiente
Forlizzi & Battarbee (2004)	Usuario/a o personas	Interacción	Productos y sistemas interactivos	Contexto o ambiente
Mahlke & Thüring (2007)	Usuario/a	Interacción	Tecnología humana	Contexto
McCarthy & Wright (2004)	Persona(s)	Interacción es parte del elemento 'Composición'	Artefactos tecnológicos	Contexto, que es parte de elemento 'Espacio-Temporal'
Hassenzahl & Tranctinsky (2006)	Perspectiva humana	Interacción es parte del contexto	Producto o uso de tecnología	Contexto o ambiente
Law et al (2009)	Usuario/a	Interacción	Productos, sistemas y objetos	Contexto
Hektner et al (2007)	Personas	Las 'actividades' ocurren en el contexto	No existe	Contexto o ambiente
Varela et al (1991)	Persona	Existe 'una relación' que une a un experimentador y un objeto experimentado, y es parte de la dimensión 'Consciencia'	Objetos	Contexto

Figura 3 Comparación de elementos que impactan la experiencia del usuario por autor. Tabla extraída de Ortiz (2014, p. 5)

En la anterior tabla se muestran los elementos que predominan en los postulados de los diversos autores, en donde Ortiz (2014) destaca que dichas coincidencias se inclinan a determinar que el usuario, la interacción, el producto y el contexto son los componentes principales de la UX.

Autores	*a) Subjetiva*	*b) Intencional*	*c) Interconectada*	*d) Consciente*	*e) Emocional*	*f) Dinámico-temporal*
Arhippainen y Taht (2003)	✓	✓	✓	?	✓	✓
Desmet y Hekkert (2007)	✓	✓	✓	✓	✓	?
Hassenzahl (2010)	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Hassenzahl et al. (2006)	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Hekkert y Schifferstein (2008)	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Forlizzi y Battarbee (2004)	✓	✓	?	✓	✓	✓
Law et al (2009)	✓	?	?	✓	✓	✓
Mahlke y Thüring (2007)	✓	✓	✓	✓	✓	?
McCarthy y Wright (2004)	×	✓	✓	✓	✓	✓
Hektner et al (2007)	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Varela et al (1991)	✓	✓	✓	✓	✓	?

Figura 4 Comparativa extraída de (Ortiz, 2014, p. 3) expone coincidencias entre diferentes autores para definir las propiedades de la experiencia del usuario (Leyenda: de acuerdo; en desacuerdo; ? indefinido).

En la anterior tabla observamos que existen múltiples similitudes entre la mayoría de los postulados, encontramos que la subjetividad, intencionalidad, interconectividad, la conciencia, el factor emocional y el atributo dinámico-temporal son valores que están intrínsecamente ligados a la UX. Por lo tanto para analizar la dinámica entre personas/objetos y la percepción de los mismos se tendrían que tomar en cuenta al menos estas características.

De acuerdo con Ortiz y Aurisicchio, (2011) y Ortiz, (2014) profundizamos en la definición de los elementos que participan en la construcción de la UX.

El usuario que lleva consigo valores, necesidades, rasgos personales, su cognición y otros aspectos biológicos.

La interacción que incluyendo tareas y actividades, es la relación de correspondencia entre el usuario y el objeto, mecanismo que permite llegar a un propósito determinado, tal interacción puede ser física y directa mediante la manipulación del artefacto o bien contemplativa al no involucrar el manejo del objeto.

El producto; entendido como una creación del ser humano para cumplir funciones específicas, puede cumplir una finalidad instrumental relacionada directamente con la razón de ser del objeto, o bien cubrir funciones simbólicas que se relacionan con lo colectivo, como un acuerdo inconsciente de lo que se debería entender de un objeto por un grupo de personas y lo que significa para dicho colectivo, que comunica. De forma similar se manifiestan las funciones estéticas, desde la percepción de los sentidos: la vista, el olfato, el tacto y el gusto. Lo que permite determinar si una experiencia es placentera o desagradable y tiene un impacto directo en las emociones y por consecuencia en la UX.

El contexto viene como un conjunto complejo y dinámico, en donde se desarrolla la interacción e influye directamente en el usuario, abarca un amplio espectro de factores.

Profundizando en contexto tenemos que este va desde lo *físico:* donde sucede la interacción, sus características espaciales y sensoriales. Lo *sistémico:* ya que los objetos no están aislados y deberían contarse como parte de un sistema en donde se relacionan

con otros objetos y como este enfoque podría mejorar la experiencia. Lo *social:* que involucra la presencia y la relación con otras personas y su impacto en la experiencia. Lo *cultural:* la influencia de la cultura en la experiencia, valores, idioma, normas y costumbres. Lo *situacional*: hace referencia a la situación particular del individuo que se interactúa con los objetos y su impacto en la usabilidad. Lo *temporal* guarda relación directa con el momento específicos donde sucede la experiencia. (Ortiz, 2014)

Desde una esfera intangible los elementos de la experiencia participan una serie de procesos anteriormente mencionados, sobre los cuales ampliamos a continuación:

Procesos subjetivos, ya que la experiencia se aborda desde una perspectiva y una percepción personal condicionada por la forma particular de pensar y sentir, por tanto será individual.

Procesos holísticos, considerando que la experiencia viene como resultado de la correspondencia entre los sistemas humanos. Demanda un entendimiento de factores biológicos, psicológicos, sociales y culturales, para explicar cómo el comportamiento, la cognición y la experiencia se conectan como consecuencia de la interacción humano/artefacto. (Otriz y Aurisicchio, 2011)

Procesos conscientes, ya que las personas están al tanto de lo que sienten y lo perciben derivado de la interacción con los objetos, si bien los procesos inconscientes juegan un rol determinante en las funciones humanas, el aspecto consciente actúa en las etapas tempranas.

Procesos Emocionales son parte medular de la experiencia, la visten y le dan atributos que impactan directamente en la percepción y la interacción con los objetos.

Procesos dinámicos-temporales Todos los rasgos de la UX se unen en un proceso dinámico en constante desarrollo y enriquecimiento, donde las experiencias pasadas afectan la interacción en tiempo presente y se complementa para influir también en experiencias futuras. (Ortiz y Aurisicchio, 2011)

Con base en las características de sus elementos y los procesos involucrados, la experiencia del usuario se podría definir como "La valoración subjetiva (agradable/desagradable), intencional, interconectada y consciente resultado de la interacción usuario-producto, la cual ocurre en un contexto y tiempo determinados." (Ortiz, 2014, p. 4)

Por otro lado en las definiciones de los imaginarios que hemos abordado en la primer parte de este documento, encontramos un énfasis sobre la relevancia del componente inconsciente en la construcción de las experiencias de vida y su influencia en la determinación de los rasgos que adquiere la sociedad, así mismo resaltamos el dialogo bilateral entre lo psíquico y lo social influyendo dinámicamente en lo individual y lo colectivo como un ciclo continuo y subjetivo.

De esta manera, a través de la UX conectamos los imaginarios a las diferentes disciplinas del diseño, ante la necesidad de entender la actividad del diseñador desde una definición compleja en la que participan procesos inconscientes así como emocionales que interactúan en la producción de la experiencia y son asimilados desde la visión del diseñador, pero también desde su impacto en las personas que usan los productos.

Capítulo 3

3.1 Propuesta

El presente capítulo representa la convergencia entre los diferentes temas por los cuales el trayecto de esta investigación nos ha llevado, lo consideramos un punto medular ya que nuestra propuesta se sustenta en la caridad y coherencia de nuestra discusión referente a la comunión entre lo Imaginario y el Diseño Contemporáneo.

3.1.1 El puente de lo Imaginario hacia las disciplinas del Diseño Contemporáneo.

Es posible que para explicar este "puente" intangible de lo imaginario hacia las disciplinas del diseño contemporáneo, deberíamos hablar del concepto de identidad. Para Vázquez (2015 p.67) los fenómenos que darán origen a la estructuración de una identidad en tiempos contemporáneos, se encontrarían alojados en un amplio marco de imaginarios conceptuales formados por variada y abundante cantidad de información y bajo un enfoque perceptual de características multidisciplinares, significados principalmente por objetos y por los otros.

La identidad cual no es construida desde el interior sino que adquiere forma y sentido a partir de cómo nos proyectamos hacia los demás, los otros son quienes validan y fijan sus expectativas de nosotros, asimismo el individuo las acoge como propias transformándolas en un ciclo continuo, que a su vez se manifiesta en la preferencia o inclinación hacia el consumo de ciertos productos. Por lo tanto Mead (1991) nos dice que:

> El individuo se convierte en un objeto para sí mismo, precisamente, porque se descubre adoptando las actitudes de los otros que están implicados en su conducta.

> Únicamente adoptando los roles de otros hemos sido capaces de volver sobre nosotros mismos (...) si las varias partes del acto social completo que los otros miembros de la sociedad llevan a cabo, están de algún modo presentes en la conducta del individuo. Es verdad, además, que el self solo puede existir para el individuo si éste asume los roles de los otros. (p. 178-179)

No obstante los imaginarios han sido estudiados y abordados desde diferentes postulados, Rubén Dittus hace un acercamiento al imaginario social del otro, en donde aborda los rasgos de la Otredad, que relacionamos al mismo tiempo con la identidad, Dittus hace una descripción de la manifestación de dichas características en los imaginarios.

Se podría decir que la Otredad es la relación del Alter (lo que no somos) –Ego (lo que somos). Nos identificamos como individuos a partir de la negación del Otro u Otros. Sabemos que somos nosotros porque no somos los otros.

De ahí que incluyamos el postulado de Cooley quien delimita la Otredad diciendo que "la necesidad de compartir es de carácter esencial y primordial, no podemos pensar en ella como algo separable o adicional a la necesidad de pensar o de ser, pues precisamente por la necesidad de compartir es como nos habilitamos para pensar o para ser." (Cooley, 2005, p. 15)

"La teoría de imaginarios sociales nos plantea un punto de vista interesante de ver la otredad, siendo parte de la *"imaginería simbólica"* que se alimenta de *"atributos, estereotipos y arquetipos"*, que definen la forma en la cual vemos y percibimos a los demás." (Dittus, 2011, p. 67)

Siguiendo en este sentido Dittus hace una división del imaginario social del Otro en cuatro categorías axiales de las cuales las primeras dos tienen un origen natural y las otras vienen de un carácter de rasgo social adquirido, dicha categorización, tiene grandes similitudes a los principales aspectos que se abordan al respecto del usuario en la mayoría de las disciplinas del diseño contemporáneo

Primeramente los de origen natural que incluyen, la categoría biológica relacionada con los sistemas humanos, lo correspondiente a él como organismo, asimismo presentan la valoración estética desde la percepción y la cognición de acuerdo a la composición biológica del sujeto. Asimismo la categoría psicológica se conecta con la clasificación utilizada por las ciencias de la conducta para interpretar los fenómenos psíquicos de los individuos que influyen en el comportamiento.

Después de esto tenemos las de rasgo social adquirido que comprenden la categoría cultural, "relacionada con los aspectos de la socialización, más específicamente con los roles que se pueden asumir en los procesos cotidianos de la vida." Y por último la categoría social, relacionada con la interacción entre personas y con "sistemas parciales tales como la economía, la política, entre otras y por ende, más relacionada con el concepto que la sociología emplea para definir el status." (Dittus, 2011, p. 88)

3.1.2 El diseño como actividad consciente que manifiesta el inconsciente desde lo imaginario.

Tanto el concepto de diseño como el de lo imaginario son complejos por involucrar variables de diversa naturaleza, en el diseño dicha complejidad la percibimos desde una

dualidad, por un lado su esfera racional y cuantificable principalmente desde parámetros técnicos y económicos que buscan generar un valor en el mundo material a través de la viabilidad, factibilidad y rentabilidad.

Por otro lado los aspectos biológicos, psicológicos, sociales y culturales son puntos clave para entender lo imaginario, a la vez el diseño se apoya o complementa para generar productos y servicios cada vez más conectados a las personas, que a través de estos satisfacen sus necesidades y le dan sentido a sus vidas, adquieren una identidad y experimentan un sentido de pertenencia hacia un determinado grupo.

Según Krippendorff, (2006) los artefactos son una manifestación tangible y entendible para sus usuarios, la manera en la que estos objetos adquieren sentido para quien lo usa es donde tiene lugar la interpretación y los aspectos intangibles del diseño, puesto que la generación de sentido es consecuencia de la misma actividad humana.

En comparación con los aspectos técnicos, económicos y cuantificables, estas situaciones anteriores se manifiestan a un nivel inconsciente, consideramos que de cierta forma son intangibles y difícilmente cuantificables desde una postura rígida, por lo tanto desde esta perspectiva consideramos esta dualidad del diseño entre lo racional y lo inconsciente.

Las disciplinas científicas en las que los diseñadores pueden confiar para racionalizar su trabajo: la psicología de la percepción, la ergonomía y la ingeniería revelan cada vez más sus limitaciones sumergiéndose en dudas epistemológicas. Las consideraciones funcionales, estéticas y de mercado que justificaron los productos de diseño en el pasado han sido reemplazadas o eclipsadas por otras preocupaciones sociales, políticas y

culturales, como la sustentabilidad ecológica y la identidad cultural. (Krippendorff, K., 2006, p. XV)

Por lo tanto de la complejidad del diseño surgen diferentes enfoques y maneras de entenderlo e investigarlo como un ente conformado por un conjunto de aspectos con orígenes diversos, pero como un todo. Desde un postulado holístico, Papanek (1977) nos dice que en casi todo lo que hacemos diariamente hay diseño y les atribuye a todas las personas la cualidad de diseñador, sitúa al diseño como la base de toda actividad humana.

Esta declaración de Papanek (1977) hace referencia a características propias del diseño, como una acción dirigida, planeada e intencional. En esta visión que calificamos como holística, el diseño no se ve como un elemento aislado o excluyente y se le atribuye la cualidad de diseño incluso a actividades como: pintar una obra de arte, escribir un concierto, limpiar y organizar el cajón de un escritorio, preparar un pastel o educar a un hijo. (p. 19)

“Diseño es el esfuerzo consciente para establecer un orden significativo” (Papanek, V., 1977, p. 19)

Por consiguiente en un sentido más profundo del concepto del diseño Víctor Margolin nos trae su perspectiva del diseño como un “vehículo que revela las motivaciones humanas para construir el mundo” de esta manera podríamos catalogar los “objetos diseñados” como un registro “de la visión del mundo que tenían sus diseñadores”. (Margolin, V., p.15, 2005)

Esta visión que describe Margolin se perfila a mostrarnos un concepto del diseño en el que los productos portan una carga propia del diseñador, como una instantánea de un

momento específico y una manera de percibir el mundo, transmitiendo a los objetos atributos que nos son físicos ni tangibles. Lo sintetiza de una forma un tanto poética en palabras de San Agustín que dice que “por medio de las cosas corpóreas y temporales podemos comprender lo eterno y lo espiritual.” (Margolin, V., p.15, 2005)

Antes de estas concepciones del diseño y sus maneras de entenderlo encontramos un precedente desde una perspectiva pedagógica postulado por el artista y docente Johannes Itten, de quien hablaremos sobre su trabajo, aportaciones y visión del diseño, no tanto de su persona. Durante su estadía en la Bauhaus entre 1919-1923. “El principio pedagógico de Johannes Itten puede describirse con parejas de opuestos: (intuición y método), o también (capacidad de vivencia subjetiva y capacidad de reconocimiento objetivo).

Sobre todo en esta postura de Itten podemos ver que prácticamente en el nacimiento de las escuelas del diseño estos aspectos conceptuales, de pensamiento, subjetivos y espirituales generalmente ligados a las artes se transfirieron al diseño ligándolos al reconocimiento objetivo de la materia y a sus características, en torno a esta hibridación giraban las clases y los ejercicios impartidos por este enigmático docente.

Al observar un cardo dibujado por los alumnos en sus ejercicios, Itten (1921) describe: “Tengo ante mí un cardo. Mis nervios motrices sienten un movimiento desgarrado, caprichoso. Mis sentidos, el tacto y la vista, registran la afilada agudeza de su movimiento formal, y mi espíritu observa su ser. Siento un cardo” (Dorste, M., 2002, p. 31)

Por lo tanto destacamos ese contraste entre intuición y método que impregna la actividad del diseño llevando al diseñador a captar, interpretar y comunicar su entorno

mediante productos del diseño: (imágenes, objetos, productos, servicios, experiencias, etc.) para posteriormente estos sean percibidos, decodificados y asimilados por las personas que los consumen usando del mismo modo la intuición y sus propios métodos.

Podríamos decir que en todo proceso de diseño participan aspectos consientes inmersos en el método proyectual así como otros inconscientes que no se puede determinar racionalmente su origen, relacionados a la intuición del diseñador y su toma de decisiones, al mismo tiempo esta cualidad de la mente inconsciente participa en la percepción de todo lo que nos rodea y percibimos los productos del diseño como objetos desde esos dos aspectos.

Así como la mente inconsciente tiene una capacidad perceptiva mucho más grande que la mente consciente, a su vez tiene una capacidad mucho mayor para mantener múltiples elementos en el pensamiento y una gama mucho mayor de tipos de elementos que pueden ser llevados en el pensamiento. (Nisbett, R. E., p. 40, 2015)

Capítulo 4

4.1 Método

> Los seres humanos utilizamos narrativas para expresar nuestras emociones, sentimientos y deseos. Narrativas diversas: escritas, verbales, no verbales y hasta artísticas, usando diversos medios, desde papel y lápiz hasta páginas en redes sociales de internet. Ellas representan nuestras identidades personales y nos ayudan a organizar las experiencias. Los diseños cualitativos pueden "capturar" tales narrativas. (Hernández, R., 2014, p. 468)

4.1.1 Diseño de la Investigación.

Nuestra investigación gira en torno al estudio de lo imaginario como generador de diseño contemporáneo a través de un estudio de caso sobre los clientes de la empresa Casah Mobiliario (a la cual describiremos a posteriori). Abordaremos el uso, percepción e interacción de dichas personas con los muebles en sus hogares, esperando encontrar coincidencias en sus patrones de comportamiento.

Por lo tanto consideramos las características encontradas en el contexto y análisis de lo imaginario, de manera que creemos conveniente realizar una investigación de enfoque cualitativo. Según Hernández, S. R. (2014) el aspecto más esencial de la investigación cualitativa radica en la exploración, el entendimiento y la interpretación de los fenómenos partiendo del punto de vista de los participantes y su relación con el contexto.

De acuerdo con (Castoriadis, 1999) "El imaginario es la determinación esencial de la psique humana, siendo entonces flujo o corriente incesante de representaciones, deseos y afectos." Entonces podríamos decir que construimos un mundo imaginario, en el que

podemos experimentar emocionalmente y atribuir significados profundos a nuestras relaciones con otras personas, con el entorno y con los objetos que usamos. En este contexto intangible aportamos nuestra carga psíquica y afectiva, tejiendo de manera latente un “lienzo” que se deja ver y forma parte de nuestras experiencias de vida y nuestra realidad misma. (Citado en Coca, et al., 2011, p.56)

Al abordar lo imaginario para relacionarlo con el diseño, el uso y la interacción de las personas con sus muebles podrían analizarse desde diferentes categorías, la biológica, psicológica, cultural y social. Los muebles han sido planeados y construidos por el hombre desde tiempos remotos, con la finalidad de dar soporte a las necesidades básicas del ser humano. Si pensamos en las relaciones que se crean entre el usuario y sus muebles hablamos de la apropiación, Identificación con objeto y sus características. Según Postell, J. (2012) el diseño de mobiliario:

Es una actividad profundamente enraizada que manifiesta a la condición humana, Es una ciencia social perteneciente a las humanidades, arte aplicada que se inspira en muchas disciplinas del diseño, y depende de un conocimiento práctico de los materiales y las técnicas de fabricación. Es un campo de estudio holístico e interdisciplinario. (Postell, J., 2012, P. 1)

En referencia a nuestro estudio de caso, consideramos pertinente mencionar lo que nos llevó al abordaje del diseño de mobiliario, su uso, interacción y la percepción de las personas entorno a los muebles, la esencia de ello radica en lo expresado por Godoy, E. (2012) donde afirma que:

> Pocos objetos llevan consigo la herencia histórica y técnica de los muebles. Una silla no es solo un objeto para sentarse, es además un abanderado cultural de las particularidades de la sociedad donde fue fabricada y usada. Además, la magia del mobiliario es que a través del uso diario influye el contexto social mediante un dialogo bidireccional continuo y evolutivo. (Citado en Postell, J., 2012, p. XIX)

Los muebles son experimentados por las personas a través de una interacción directa, en donde la persona genera su propio entendimiento del mueble, lo interpreta y lo usa a su manera, de donde surgen vínculos y relaciones usuario/objeto, partiendo de esa interacción directa podríamos decir que los muebles evolucionan con el paso de tiempo. (Postell, J., 2012)

En nuestro caso analizaremos como las personas usan, interactúan y perciben los muebles en sus hogares además describiremos como se relacionan sus emociones respecto a las actividades que realizan. Encontrando las diferencias respecto al mueble que poseen y al desean o imaginan tener, buscando coincidencias relevantes y predominantes en los patrones de comportamiento de la muestra que estudiaremos.

Basándonos en el hecho de que el estudio de lo imaginario como generador de diseño ha sido poco explorado y no encontramos alguna investigación que aborde la población a la cual nos referimos, reforzamos nuestra decisión de tomar un enfoque cualitativo, que de acuerdo con Marshal, (2011) y Preissle, (2008) “el enfoque cualitativo es recomendable cuando el tema de estudio ha sido poco explorado o no se ha hecho investigación al respecto en ningún grupo social específico”. (Hernández, S. R, p. 358, 2014)

El diseño básico de la investigación será de tipo etnográfico ya que estudiaremos la visión de los participantes para manifestar una interpretación propia. Desde una mirada general, la etnografía describe el proceder de las personas y como sus acciones son percibidas por ellos mismos.

Por lo tanto la investigación etnográfica se enfoca en lo que las personas de un determinado grupo hacen, como lo hacen y lo que significan para quienes las realizan y como son percibidas en su contexto. “Lo que busca un estudio etnográfico es describir contextualmente las relaciones complejas entre prácticas y significados para unas personas concretas sobre algo en particular (Lugares, rituales, actividad económica, institución o red social).” (Restrepo, E., 2017, p.15)

La etnografía “es holística y naturalista. Un estudio etnográfico recoge una visión global del ámbito social estudiado desde distintos puntos de vista: un punto de vista interno el de los miembros del grupo y una perspectiva externa la interpretación del propio investigador.” (Murillo, F. J. y Martínez-Garrido, C. 2010, p.3)

Se llevará a cabo mediante una etnografía de tipo particularista considerando que “se trata de la aplicación de la metodología holística en grupos particulares o en una unidad social.” (Boyle, 1994, citado en Murillo, F. J. y Martínez-Garrido, C. 2010, p.4).

4.1.2 Estudio de Caso.

Nuestro caso de estudio se realizará con los usuarios o clientes potenciales de la empresa Casah Mobiliario, mediante el análisis de sus interacciones y relaciones con sus muebles en sus hogares, con la finalidad de identificar patrones de comportamiento. Esto se

realizará recolectando información a través imágenes y narrativas, para posteriormente interpretar, describir y explicar los hallazgos.

Tomamos en cuenta varios factores para seleccionar a la empresa Casah Mobiliario para realizar nuestro estudio de caso, su ubicación, el tipo de productos que venden (diseño), su plataforma de ventas (venta directa al cliente), su segmento de mercado, su presencia en las redes sociales (interacción directa con sus usuarios), la disposición de sus integrantes para colaborar en la investigación, el acceso a su información, entre otros. Casah es una PYME que se ubica en ciudad Guadalupe en la zona metropolitana de Monterrey, Nuevo León se dedica al diseño, fabricación y venta de mobiliario, tiene un alcance nacional, sus ventas se llevan a cabo en una plataforma digital tipo e-commerce, la gran mayoría de sus productos vendidos son adquiridos por personas en la ciudad de México, el estado de Nuevo León y Jalisco ofreciendo un tiempo de entrega de 10 a 15 días hábiles. Casah cuenta con algunos estudios estadísticos sobre sus ventas y datos demográficos de sus clientes los cuales nos han proporcionado como apoyo para la definición de la población y muestra de nuestra investigación.

Con el objetivo de establecer compromisos con la empresa Casah Mobiliario programamos la primer reunión para entrevistar al director general con la finalidad de hacer un acercamiento a su filosofía y su visión de marca, a la vez que generamos raport y empatía para posteriormente conocer más a fondo sus procesos de diseño y marketing así como hacer ciertos requerimientos precisos para realizar el estudio, que incluyen datos demográficos de su mercado, volumen de pedidos y estadísticos de los productos mas vendidos. Dichos datos han sido recopilados por parte de la empresa fruto de

diversos estudios de mercado aplicados a sus clientes y seguidores a través de las redes sociales, principalmente Facebook, datos generados entre los años (2015-2018).

Casah tiene un monto de ventas aproximado de 6 MDP anuales, contando con un volumen de pedidos de 2250 piezas al año, según cifras del 2017. De acuerdo a los datos proporcionados por la empresa los 3 productos más vendidos son:

1. **El cajonero** se inspira en formas y procesos básicos (solo lo esencial), sencillo, útil, práctico y versátil, adaptándose a diferentes entornos. Fabricado en combinación de madera de encino y acero en acabado mate (disponible en diferentes combinaciones de color). Con un volumen de ventas aproximado de 350 piezas anualmente. El precio de venta directo al cliente desde su plataforma digital tiene un rango entre $2,195.00 – $2,795.00, dependiendo de la medida y características. Dimensiones generales: Longitud: 40cm, Anchura: 40cm Altura: 70cm

Imagen 37. Cajonero, Casah, 2018)

2. **El mueble de** TV pieza que destaca por su sencillez estética y espacios funcionales, concebido para convivir en cualquier espacio. Fabricado en MDF acabado en diferentes colores y bases de madera de pino. No cuenta con ensambles complicados, ni tornillos y su sencillez imprime un sello único. con un volumen de ventas aproximado de 200 piezas anualmente. El precio de venta directo al cliente desde su plataforma digital tiene un rango entre $2,190.00 – $2,990.00, dependiendo de la medida. Dimensiones generales: Longitud: 120cm, Anchura: 40cm Altura: 38cm

Imagen 38 Mueble de TV, Casah, 2018

3. **La mesa de** centro se inspira en la geometría de figuras básicas, su estructura esta formada por la yuxtaposición de triángulos. Fabricada en combinación de madera de encino y acero en acabado mate (disponible en diferentes combinaciones de color). Esta pieza es ideal como mesa de café, complemento en una sala de estar o

como complemento en cualquier espacio del hogar, cualquier objeto que se le coloca encima luce por la fineza y sencillez de su diseño. Con un volumen de ventas aproximado de 150 piezas anualmente. El precio de venta directo al cliente desde su plataforma digital $1,640.00. Dimensiones generales. Longitud: 50cm, Anchura: 50cm, Altura: 38cm

Imagen 39. Mesa de centro, Casah, 2018.

Partiendo de los 3 productos anteriormente descritos decidimos acotar a uno de ellos el estudio de caso, considerando las limitantes de tiempo y la practicidad de la aplicación del instrumento para recolectar los datos. El mueble de TV a pesar de ser el segundo mueble más vendido por “Casah” representa dos de las actividades más realizadas por los mexicanos en el tiempo libre que pasan en sus hogares (ver TV y convivir con familiares y amigos), de acuerdo de lectura CONACULTA (2015), donde se mencionan los pasatiempos de los Mexicanos destacando que el 52.9% de los dedican su tiempo libre a

ver TV, el 25.4% dedican su tiempo libre en casa a reunirse con familiares y amigos. Por lo tanto consideramos este mueble más significativo para nuestro estudio y enfocaremos el caso al análisis del uso y las interacciones con este mueble y como surgen patrones de comportamiento derivados del imaginario de los participantes en torno a esto.

Con la finalidad de acotar hacia uno de los 3 muebles mencionados nos enfocamos en investigar cuál de ellos tiene una mayor relevancia en los hogares mexicanos, para esto nos apoyamos en diferentes estadísticas que se relacionan a las actividades realizadas con mayor frecuencia en los hogares.

La encuesta nacional de lectura y escritura CONACULTA (2015) que reveló que las actividades recreativas realizadas en el tiempo libre de los mexicanos, destacando entre las actividades realizadas en el hogar: ver la televisión con un 52.9%, reuniones con amigos y familiares 25.4%, Leer libros 21%. *Basados en cantidad de porcentajes de menciones.* (p17)

Tomando en cuenta estos datos definimos que el objeto que se tomaría como referente para nuestro caso de estudio seria el mueble de TV, considerando que esta es la actividad que tiene mayor incidencia en el tiempo libre y entretenimiento de los mexicanos en su hogar. Posteriormente se seleccionarían los participantes considerando ciertos datos demográficos como la edad, nivel de estudios, ocupación, entre otros. A través de una serie preguntas se obtendrá la información vía correo electrónico u otro medio digital, mas adelante describiremos a detalle dicho instrumento.

La secuencia para recopilar la información seria la siguiente: Primeramente se da una explicación breve y clara de la finalidad de la dinámica, teniendo como objetivo la

asimilación de todos los participantes, enseguida se recolectarán datos demográficos básicos como la edad, genero, profesión, su vive solo o con cuantas personas y ubicación, con la finalidad de filtrar a aquellos participantes que no se ajusten a la caracterización de la muestra.

4.1.3 La recopilación de información y las aportaciones de los participantes.

En este apartado analizaremos la naturaleza de la información que se pretende recopilar así como la trascendencia de las aportaciones de los participantes, además se explicarán los métodos a utilizar para obtener dichas aportaciones y los conceptos en los cuales nos basamos para determinarlas.

1) La primera es una aportación de 3 imágenes fotográficas del mueble de TV y su contexto o entorno físico del hogar de cada participante.
2) La segunda aportación es una narrativa en la que los participantes describen las actividades que normalmente realizan en torno al mueble de TV y detallen como lo usan y para que les es útil.
3) La tercera aportación por parte de los participantes es una imagen derivada de una búsqueda en google.com bajo el término “mueble de TV”, del apartado de imágenes seleccionar y enviar una del mueble con el cual se identifiquen, que represente el mueble que se imaginan o desearían tener.

En lo que respecta a las aportaciones 1 y 3 utilizaremos un método visual a través de la fotografía la cual es generada por el mismo participante en su espacio personal (hogar), cuyo contenido será analizado e interpretado por el investigador y reportado a mediante una descripción.

“Según Flick, U. (2015) en la investigación visual, se tratan preguntas de contenido y forma. ¿Cuál es el contenido de una imagen y cómo se construye o se traslada? ¿Cuál es el significado y el mensaje que se ha de trasladar y cómo se llega a los receptores mediante ese material?.” (P.131)

Considerando lo propuesto por Flick, parte de la relevancia de la recogida de datos radica en el análisis, la reflexión, la interpretación y la descripción mediante la cual comunicamos el resultado al receptor.

Consideramos que a través de las narrativas y las imágenes requeridas podríamos analizar a los participantes y hacer una comparativa de ellos como un reflejo de sus posesiones, sus deseos y su interacción con los demás, apoyándonos en Mead (1991) que lo explica de la siguiente manera:

> La propiedad se convierte en un objeto tangible, porque todas las fases esenciales de la propiedad aparecen en las acciones de todos los que están implicados en el intercambio, y aparecen como rasgos esenciales de la acción del individuo (…) El individuo se convierte en un objeto para sí mismo, precisamente, porque se descubre adoptando las actitudes de los otros que están implicados en su conducta. (p. 178)

De acuerdo con lo descrito anteriormente por Mead (1991) postula que un individuo se objetualiza a través de los actos del Otro, en este postulado nos basamos para hacer visible la relevancia de analizar el diseño a partir de las narrativas de las personas buscando un descifrar el eco que resuena en personas con rasgos similares desde la perspectiva de las 4 categorías axiales del imaginario social del Otro propuestas por Ruben Dittus.

De acuerdo con Dittus R. (2011) el imaginario social del Otro se puede agrupar en 4 grandes categorías que funcionan como ejes rectores para describir lo que una persona representa para la otra, de estas categorías, dos se identifican con un origen natural, y otras dos con un carácter de rasgo social adquirido.

Primeramente los de origen natural que incluyen, la categoría biológica relacionada con los sistemas humanos, lo correspondiente a él como organismo, asimismo presenta la valoración estética desde la percepción y la cognición de acuerdo a la composición biológica del sujeto. Asimismo la categoría psicológica se conecta con la clasificación utilizada por las ciencias de la conducta para interpretar los fenómenos psíquicos de los individuos que influyen en el comportamiento, que para nosotros adquiere relevancia en la dinámica de uso así como en el apego y la identidad de la persona hacia su mueble.

Así mismo tenemos las categorías de rasgo social adquirido que comprenden lo cultural, "relacionado con los aspectos de la socialización, más específicamente con los roles que se pueden asumir en los procesos cotidianos de la vida." Y por último la categoría social, relacionada con la interacción entre personas y con "sistemas parciales tales como la economía, la política, entre otras y por ende, más relacionada con el concepto que la sociología emplea para definir el status." (Dittus, 2011, p. 88)

4.1.4 Instrumento.

Con la finalidad de recolectar los datos para su posterior análisis e interpretación diseñamos un instrumento para aplicarse de manera remota vía correo electrónico, que

nos permita primeramente conocer datos demográficos para clasificar a los participantes y posteriormente una aportación mediante imágenes y narrativas.

El instrumento de recolección de datos es el resultado de una simplificación desarrollada a partir de diferentes versiones sometidas a prueba con diferentes personas y basado en la retroalimentación de dichos participantes seleccionados por conveniencia para probar el instrumento.

Por lo tanto el instrumento final consta propiamente de 3 aportaciones de los participantes, se presenta con una breve explicación y el destino que tendrá la información aportada. Enseguida se muestra como aparece el instrumento al enviarlo de manera digital a los participantes complementando después de cada aportación lo que se pretende obtener de ella.

¿Cómo usas tus muebles?

Como parte de una investigación que estamos realizando actualmente, diseñamos una breve dinámica que nos ayudará a obtener información relevante para este proyecto.

Te agradecemos contestar o proveer la información requerida de la manera mas natural y sincera posible.

Edad:_____ Genero____ Ubicación____ Profesión___Vives solo: si / no Con cuantas personas compartes tu espacio_____

1. "Mueble de TV" por medio de 3 fotografías mostrar tu mueble de TV y el espacio que lo rodea. *(imágenes donde se vea el entorno, el mueble de TV y personas en las actividades normales de ese espacio)*

   A partir de esta aportación se desea obtener una representación visual del mueble, a través de la observación del contexto o entorno donde la persona utiliza tal objeto, con la finalidad de tener un respaldo que apoye la narrativa se obtendrá de la segunda aportación y contrastarla con la imagen, para entender las actividades que realiza el participante, como utiliza el objeto y sus relaciones con el entorno.

2. Cuéntanos las actividades que realizas con dicho mueble *(¿cómo lo usas? ¿para qué te es útil?)*

   Partiendo de esta descripción se desea llegar a puntos clave de la dinámica de uso, las actividades e interacciones usuario-objeto, que nos permitan entender el acercamiento del usuario con el mueble, si de algún modo se identifica con este y cuál es su relevancia en la rutina del participante.

3. En el buscador de Google.com introduce la palabra "**mueble de TV",** de la sección de imágenes selecciona y envía una que sería tu mueble ideal o con cual te identificas, que mueble te imaginas para tu casa o desearías tener.

   Esta es una aportación visual se indagara en las expectativas del participante esperando obtener aspectos clave relacionados con la estética de los objetos así mismo nos permitirá tener una comparativa del mueble que posee respecto al que desearía tener.

4.1.5 Interpretación de los datos.

Posterior a la recolección de datos se realizará el análisis la interpretación y una comparativa por parte del investigador esperando encontrar consistencia en los patrones de comportamiento derivados de un imaginario dominante del grupo de participantes.

Para generar dicha interpretación definiremos diversos códigos y jerarquías que servirán como parámetros para analizar y categorizar la información en el software Atlas.Ti, tales códigos están directamente ligados a las aportaciones brindadas por los participantes así como a rasgos relacionados al espacio de uso y los materiales de fabricación, entre otros aspectos así mismo se plantean en consideración de las 4 categorías axiales del imaginario social del Otro de Ruben Dittus así como las relaciones en torno a estas (biológica, psicológica, social y cultural).

Con la finalidad de simplificar la categorización, análisis e interpretación de las narrativas obtenidas por los participantes definimos los siguientes códigos: ***Apego e identidad*** mediante el cual analizamos de qué manera se identifica y relaciona la persona con su mueble. ***Dinámica de uso*** analiza las actividades que se realizan en torno al mueble de TV, como es usado en la rutina diaria y su verdadera utilidad. ***Expectativas*** analiza las discrepancias o coincidencias del mueble que posee respecto al que desea tener. ***Temporalidad*** analiza la época que representa, el estilo de acuerdo a su contexto temporal. ***Dimensiones*** se analizan las medidas del mueble en cm L=largo, A=ancho y H=altura, se mencionan las dimensiones aproximadas del mueble. ***Material*** se analiza el material o materiales que componen el mueble. ***Lo social*** analiza la interacción, las relaciones y aspectos sociales que se desarrollan en torno al objeto. ***Lo cultural*** analiza la descripción de aspectos culturales del objeto, costumbres, tradiciones y rituales que giran en torno al mueble.

Para nuestra codificación consideramos las cuatro categorías axiales del imaginario social del Otro anteriormente mencionadas y las relacionamos con otros conceptos complementarios para el análisis obteniendo la siguiente relación y enlaces:

*Apego e identidad ***es parte de*** lo Cultural

*Apego e identidad ***está asociado*** *con* lo *Social*

*Apego e identidad ***es consecuencia de*** la Dinámica de uso

*Dimensiones aproximadas ***es consecuencia de*** la Dinámica de uso

*Dimensiones aproximadas ***está asociado con*** la Temporalidad

*Dinámica de uso ***está asociado*** *con* lo Cultural

*Dinámica de uso ***es parte de*** la Temporalidad

*Expectativas *es* ***parte de*** Apego e identidad

*Expectativas ***está asociado con*** lo Cultural

*Expectativas ***está asociado con*** la Dinámica de uso

*Material ***está asociado con*** la Dimensiones aproximadas

*Material ***es consecuencia de*** la Temporalidad

*Social ***es parte de*** lo Cultural

*Temporalidad ***está asociado con*** lo Cultural

*Temporalidad ***está asociado con*** lo Social

4.4.6 Población y muestra.

Antes de hacer la caracterización de la muestra, consideramos pertinente mostrar algunos datos estadísticos relevantes dejando en claro que dichos datos son meramente para proporcionar al lector un contexto general del universo a partir del cual surge la población y muestra de esta investigación.

Según la Encuesta Nacional de los Hogares (ENH) INEGI (2016) La población estimada asciende a 122.3 millones de personas. Del total de esta población, 23.2% reside en localidades rurales y 76.8 por ciento, en localidades urbanas.

Las personas que conforman la muestra, que forma parte del segmento de mercado al cual está enfocado la empresa Casah mobiliario y a su vez representa a una población que se encuentra dispersa en 3 grupos de interés por lo tanto consideramos relevante mencionar estos grupos y como es que están conformados.

Grupos de interés:

- 25-29 (compuesta por 4.0 millones de mujeres y 3.7 millones de hombres)
- 30-34 (compuesta por 3.9 millones de mujeres y 3.5 millones de hombres)
- 35-39 (compuesta por 3.8 millones de mujeres y 3.4 millones de hombres)

Tomando como referencia estos 3 grupos de edades tenemos un total de 22.3 millones de personas en estos rangos, de los cuales el 76.8% vive en localidades urbanas, es decir 17.12 millones de personas.

Los siguientes datos estadísticos han sido considerados para nuestra investigación por tener una relevancia manifestada por la empresa Casah mobiliario y con respaldo en estadísticas propias de la empresa que indican los rangos de edades de su segmento de mercado, así como la ubicación de sus clientes entre otras características de los mismos y aspectos relevantes de su estilo de vida.

Los hogares mexicanos están compuestos en diversos formatos, para esta investigación consideramos relevantes las estadísticas respecto a los hogares parentales sin hijos ya que es un segmento que destina una parte importante de sus ingresos al consumo de productos y servicios. De acuerdo con la Encuesta Nacional de los Hogares, INEGI (2016) el 26.3% de los hogares parentales, se compone de hogares familiares sin hijos y hogares no familiares.

Otro de los parámetros principales que consideramos para acotar el estudio es el nivel educativo ya que también va ligado a los ingresos, la seguridad económica y el poder adquisitivo. Una vez que las personas tienen sus necesidades básicas cubiertas, tienen oportunidad de satisfacer necesidades de autorrealización y necesidades estéticas de

manera que los objetos que compran para amueblar y decorar sus casas van de acuerdo a sus gustos y necesidades. En consideración de esto nos concentraremos en el segmento de la población que entra en el rango de edades mencionado y que cuentan con estudios universitarios o de posgrado.

Según la publicación del Panorama de la educación. Indicadores de la OCDE 2016, En México el 16.3% de las personas de entre 25 y 64 años de edad cuentan con un nivel de educación superior o universitaria según datos del (2015), considerando estas estadísticas podríamos acotar el universo de la población en aproximadamente 2.79 millones.

Según la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) 2016, En México alrededor de 65.5 millones de personas tienen acceso a internet de las cuales el 74.3% se ubica entre los 25-34 años de edad y el 60.3% de las personas de entre 35-44 años de edad utiliza regularmente el internet, en estos grupos se encuentra englobado el segmento de mercado que abordaremos en la investigación. De acuerdo al mismo estudio, el acceso a internet se encuentra asociado de manera importante al nivel de estudios, teniendo como resultado que el 94% de las personas con estudios de educación superior ya sea licenciatura o posgrado tienen acceso a internet, es decir 9 de cada 10.

Al hablar de personas muy relacionadas a la tecnología, el internet y las redes sociales es importante mencionar que de acuerdo al 13° Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México, Asociación de Internet Mx (2017) según datos recolectados en el 2016, entre las redes sociales más utilizadas en México cabe destacar a las siguientes:

Facebook 95%, Whatsapp 93%, Youtube 72%, Twitter 66%, Instagram 59%, Linkedin 56% y Pinterest 45%.

El 80.1% de los usuarios de internet realiza actividades de entretenimiento, en lo que podríamos englobar el acceso a contenido audiovisual como servicios de streaming de audio y video como netflix, roku, youtube, spotify y deezer.

De acuerdo a la encuesta nacional de lectura y escritura CONACULTA (2015) reveló que entre las actividades recreativas realizadas en el tiempo libre, destacamos actividades realizadas en el hogar entre las que destacan por el porcentaje de menciones: ver la televisión con un 52.9%, reuniones con amigos y familiares 25.4%, Leer libros 21%. (p17)

Según el 13° Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2017, las actividades relacionadas a la compra en línea tienen una incidencia del 37% este rubro ha experimentado un crecimiento sostenido, lo cual se refleja en una comparativa entre el año 2015 y 2016 presentada en el estudio AMIPCI e-commerce, (2017) que sustenta una aumento del 28% aumentando de $257.09 mil millones en 2015 a 329.85 mil millones en 2016.

Antes de adentrarnos en las siguientes estadísticas que se refieren al comercio en línea consideramos importante definir las características de los diferentes niveles socioeconómicos que acostumbran realizar esta actividad:

Definición de niveles socioeconómicos en México según el índice de NSE de la Amai (2018):

A/B. Nivel socioeconómico que está conformado en un 82% por hogares en los que el jefe de familia tiene estudios profesionales. El 89% de esos hogares cuenta con internet fijo en la vivienda. Es el nivel que más invierte en educación (13% de su gasto) y el que menor proporción gasta en alimentos (25%)

C+. El 89% de los hogares en este nivel cuentan con uno o más vehículos de transporte y un 91% tienen acceso a internet fijo en la vivienda. El 31% de su gasto se destina a alimentos.

C. El 81% de los hogares en este nivel tienen un jefe de hogar con estudios mayores a la primaria y el 73% cuentan con acceso fijo a internet en la vivienda, del total de gastos un 35% se destina a alimentos y un 9% a educación.

De acuerdo con la Asociación de Internet Mx. (2017) el Estudio de Comercio Electrónico en México revelo las características de personas que compran por internet. Se encontró que el 51% de las personas que realizan esta actividad se encuentra en un rango de edades de entre 18-34 años, el 38% entre 35-54 años, de los cuales el 54% son hombres y el 46% mujeres y el 86% vive en la ciudad, el 42% pertenecen al nivel socioeconómico AB, el 34% al C+, el 14% al C

Los principales estados de México donde se encuentran estos compradores son Cd. De México 22%, Estado de México 13%, Jalisco 9% y Nuevo León 7%.

Población. A continuación se muestran datos estadísticos proporcionados por la empresa Casah Mobiliario a partir de los cuales definimos la caracterización de la población y muestra, considerando además el contexto general del universo de la población.

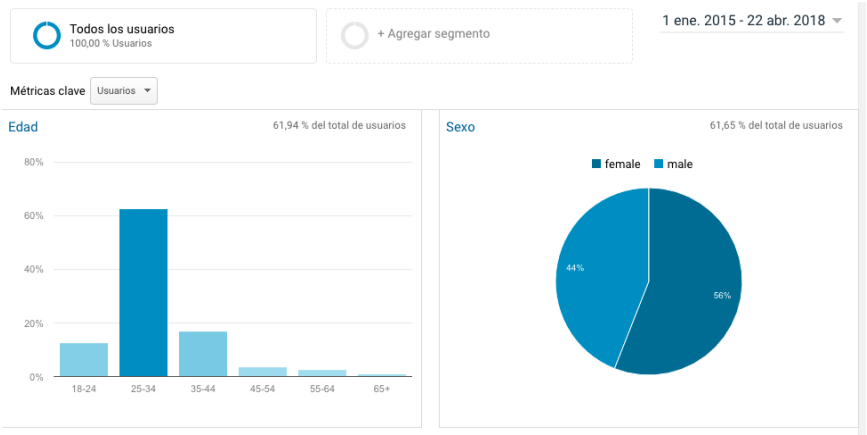

Figura 5. La figura muestra el total de los usuarios que tiene la empresa Casah a través de sus redes sociales en particular Facebook, la gráfica nos muestra los porcentajes de usuarios por rango de edades, destacando con un 60% los que se encuentran entre 25-34 años de edad y la segmentación por género, gráfica proporcionada por Casah Mobiliario.

Figure 6. La figura muestra la densidad de clientes por zona geográfica destacando la Cd. De México, Nuevo León y Jalisco, gráfica proporcionada por Casah Mobiliario.

4.4.7 Caracterización de la población.

De acuerdo a nuestra interpretación de las estadísticas mostradas anteriormente definimos que nuestra población abarca a personas de ambos géneros, de entre 25 y 35 años

principalmente, habitantes de zonas urbanas, los cuales cuentan con un nivel de estudios profesionales universitarios o de posgrado.

Teniendo entre sus rasgos principales que son independientes económicamente con un cierto grado de estabilidad, interesados en los objetos de diseño con estilo contemporáneo, minimalista y con una apariencia de (hágalo usted mismo). Estas personas dedican tiempo a elegir como quieren que sea el estilo de su casa o departamento así como cada uno de sus espacios, buscan tendencias y estilos en plataformas digitales como pinterest, instagram y blogs de diseño, la mayoría tiene mascotas. Compran online buscando marcas que tengan afinidad con lo que se puede ver en el mercado a nivel global.

Otras características de las personas pertenecientes a la población mencionada son que disfrutan de su tiempo libre en casa, compartiendo con amigos, parejas, conviven, cocinan y algunos trabajan en casa. Además buscan muebles y accesorios que complementen sus actividades de una manera práctica y con estilo a un precio accesible.

Estas personas se ubican en las principales ciudades de México, destacando Monterrey, Cd. De México, Guadalajara y Querétaro.

En este perfil encajan las personas nacidas entre los años de 1980 y 1993 principalmente, tienen diferentes dinámicas de vida en las que podemos identificar a personas que viven solas, parejas que aún no tienen hijos y las personas que viven en conjunto sin tener relación familiar, comparten los gastos principales de una casa.

Gustan de viajar nacional e internacionalmente, llevan una vida muy conectada al internet, la tecnología y las redes sociales (comparten su vida en las redes sociales),

disfrutan de ver Netflix o algún otro servicio de streaming. Sus actividades giran entorno a la convivencia, el trabajo, la comida y el entretenimiento.

Entre las personas que se encuentran en el segmento de mercado que investigamos es común que dichas personas comparten su vida y su espacio con mascotas, lo cual corroboramos con diversas publicaciones y estadísticas. De acuerdo a una publicación de Forbes México, menciona que en consideración de datos del censo 2016 del (INEGI), en México hay aproximadamente 19.5 millones de perros, lo que se traduce en un estimado de 7 de cada 10 hogares tiene una mascota. En el estudio México: mascotas en nuestros hogares realizado por consulta Mitofsky (2014) revelo que de los 1,000 hogares entrevistados alrededor de todo México, el 54.9% tienen una mascota, siendo la mas común el perro seguido por el gato, el 17% de esos hogares tienen a sus mascotas en el interior.

4.4.8 Muestra.

Para este estudio se trabajara con una muestra con una tendencia homogénea en sus características sociodemográficas que sea por conveniencia y aleatoria de 10 personas siendo representativa del mercado actual y potencial de la empresa Casah al cual tendríamos acceso por medio de una dinámica a través de sus redes sociales, con la finalidad de obtener información relevante sobre como utilizan sus muebles, trataremos de indagar a un nivel consciente e inconsciente a través de los instrumentos anteriormente descritos.

Capítulo 5

5.1 Hallazgos / Conclusiones / Recomendaciones

Durante el trayecto de nuestra investigación nos acercamos a temas complejos que tienen más de una forma de abordarse, en nuestro marco teórico desde el comienzo hicimos un esfuerzo por hilar, entretejer y diferenciar rasgos del diseño y lo imaginario que nos permitieran ordenar de una forma clara cada concepto para culminar . Con temas que nos permitieron abordar las variables como un conjunto en donde conviven y podemos entenderlas desde nuestra visión particular.

Reafirmamos que para las disciplinas del diseño la interacción con otras ciencias y otros conocimientos se ha vuelto vital, estos actos de sinergia manifestados en una proliferación de especialidades del diseño enriquecen la actividad del diseñador al mismo tiempo representan un reto para adquirir nuevos conocimientos y habilidades que les permitan figurar y sobresalir en el mercado laboral.

En el caso de nuestra investigación nos volcamos hacia la teorización en torno a la teoría de los imaginarios y los imaginarios sociales, esto nos permitió entender a fondo el concepto de lo imaginario desde la perspectiva de diversos autores con sus coincidencias y discrepancias.

Sin embargo primeramente nuestro recorrido nos llevó a profundizar en los conceptos de imaginación e imagen dejando a un lado preceptos superficiales y fantasiosos. Vemos la imaginación como la comunión entre pensamiento e imagen, la imaginación nos permite colocar los pensamientos al nivel de nuestra imagen misma.

La imagen es un tema que difícilmente puede ser abordado desde una sola perspectiva, pero en nuestro caso relacionamos este concepto a cualidades simbólicas, interpretativas y representativas del interior del ser en la que participan activamente el pensamiento, la percepción, la memoria, incluso podríamos decir que la conducta misma.

Después de contrastar las perspectivas de diversos autores encontramos afinidad y complementación entre algunos de ellos. Por lo tanto generamos un resumen que conjunta diferentes posturas que conviven en armonía para conformar la base sobre la cual construimos nuestra visión propia de lo imaginario.

En el siguiente compilado de conceptos encontramos un extracto de los postulados de Cornelius Castoriadis, Edgar Morin y Enrique Carretero:

El imaginario es la determinación esencial que brota de la psique humana siendo un flujo incesante de representaciones deseos y afectos. Las vías de entrada y de salida del sistema neurocerebral que conectan el organismo con el mundo exterior representan sólo el 2%, mientras que el 98% implica al funcionamiento interior, donde se fermentan necesidades, sueños, ideas e imágenes. Este mundo imaginario corre en paralelo y se infiltra con nuestra visión o concepción del mundo exterior.

Encontramos en este compilado que las reacciones y la forma de actuar de las personas viene dictada en gran parte por su percepción e interpretación que viene de lo más profundo de la psique así como de los estímulos externos que se transforman en su interior para manifestarse en las rutinas diarias inconscientemente, pero influyendo de manera directa en la propia concepción y construcción de la realidad.

Coincidimos con los postulados del diseño que se inclinan más hacia lo holístico y debería ser habitual verlo como algo completo que permea en todas las actividades del ser humano, así mismo consideramos que este se transforma y reforma continuamente manifestando su diversidad en una gran cantidad de disciplinas así como la combinación de las mismas.

Consideramos que el diseño y los imaginarios encuentran comunión en los aspectos intangibles del diseño, siendo esto lo que se relaciona más a la persona, sus experiencias de vida y a la subjetividad de sus interpretaciones que encuentran eco e identidad en determinados grupos sociales o colectivos.

El diseño nos muestra la propia intención, interpretación y expectativas del ser humano para construir el mundo que nos rodea, siendo los objetos, servicios, sistemas y demás productos un registro de un momento o época determinada vista a través de los ojos del diseñador, una instantánea de su visión en ese momento.

Encontramos un gran sentido y afinidad con las 4 categorías axiales del imaginario social del Otro propuestas por (Dittus, R., 2011) en donde menciona que 2 de esas categorías están ligadas a un orden natural y 2 a un rasgo social adquirido: lo biológico, lo psicológico, lo social y lo cultural. Mediante estas categorías la persona se relaciona, comunica, interpreta y representa un imaginario social ante los otros repitiendo el ciclo, para así construir inconscientemente deseos, expectativas, motivaciones y necesidades que se vuelven parámetros para grupos determinados de la sociedad.

Por otro lado encontramos en los elementos de la experiencia del usuario compilados a partir de diversos autores por (Ortiz y Aurisicchio, 2011), actores que nos ayudan a profundizar en los aspectos humanos del diseño inapelablemente ligados a las categorías anteriormente mencionadas. Dichos elementos son: el **usuario** donde se analiza principalmente lo relacionado a lo biológico y psicológico, como los valores / necesidades / sistema motor, cognitivo y afectivo / rasgos de personalidad. El **contexto** en que intervienen aspectos ligados a lo social y lo cultural, pero también se analiza el entorno físico, circunstancial y temporal. La **interacción** en esta intervienen las diversas categorías para formar un entendimiento de los objetos, podríamos decir que la relación entre el uso y la interpretación. Por último el **producto** del cual es importante analizar y entender su carga simbólica, estética e instrumental ligadas tanto a lo cultural como a lo social y lo psicológico.

Encontramos en el mueble y el diseño de mobiliario una actividad holística que manifiesta la cultura de donde es creado, involucra conocimientos de diversas disciplinas. En esta rama del diseño los aspectos tangibles e intangibles del diseño conviven de la mano, observamos que las aportaciones e innovaciones principales se consideran derivadas sobre todo de aspectos ligados a los materiales, los procesos y la tecnología. Sin embargo nuestra visión se inclina hacia retomar elementos intangibles o difícilmente cuantificables por métodos tradicionales, para profundizar en estos aspectos con la intención de encontrar aportaciones e innovaciones derivadas de tales elementos.

Por lo tanto estacamos el contraste entre intuición y el método que impregna la actividad del diseñador llevándolo a captar, interpretar y comunicar su entorno mediante

productos del diseño: (imágenes, objetos, productos, servicios, experiencias, entre otras.) para posteriormente estos sean percibidos, decodificados y asimilados por las personas que los consumen usando del mismo modo la intuición y sus propios métodos.

Podríamos decir que en todo proceso de diseño participan aspectos consientes inmersos en el método proyectual así como otros inconscientes que no se puede determinar racionalmente su origen, relacionados a la intuición del diseñador y su toma de decisiones, al mismo tiempo esta cualidad de la mente inconsciente que participa en la percepción de todo lo que nos rodea, asimismo en como percibimos los productos desde esos dos aspectos.

Percibimos al diseño contemporáneo, si nos referimos propiamente al generado actualmente como un ente que en un momento dado manifestó un cierto nivel de maestría técnica / tecnológica y abrió las puertas a las emociones como un elemento involucrado y participativo en el concepto de diseño contemporáneo.

Por consiguiente entendemos el concepto de diseño contemporáneo como una construcción inconclusa, retomando elementos de diversas etapas de la humanidad, ofreciéndolos en una propuesta abierta a la interpretación personal, pero influyendo al mismo tiempo la percepción colectiva de las necesidades. Cada vez más conectado a los rasgos y las dinámicas sociales, a las emociones y salpicado por la interacción particular con la tecnología. Es un concepto complejo al cual nos aproximamos desde una visión holística en la que no se pueden desprender los rasgos de la sociedad, su cultura y los aspectos biológicos del ser humano en un contexto temporal y una latitud determinados,

sobre todo expandiéndose desde las grandes urbes, evolucionando en el panorama actual de los productos de consumo y la cultura material.

De esta forma encontramos que la actividad del diseño y sus productos adquieren tales características de atributos sociales, culturales y psicológicos en los que la temporalidad, las circunstancias y la latitud son factores determinantes en el proceso y el resultado de esta actividad.

Concluimos que la relación entre los imaginarios y el diseño como una búsqueda o una exploración impulsada por la necesidad de entender a las personas, sus interacciones y sus artefactos en contextos definidos. Teniendo como finalidad decodificar lo inconsciente, lo intangible y las necesidades profundas del ser humano, rastreando y detectando patrones en este complejo conjunto de elementos que lo componen. Para posteriormente interpretar esas decodificaciones a través de las diversas disciplinas del diseño que en la actualidad tienen la difícil tarea de satisfacer las necesidades con productos concebidos desde un entendimiento de los componentes de la experiencia del usuario manifestados las personas, su contexto, latitud y temporalidad.

Respecto al instrumento de recopilación e interpretación de la información, este nos permitió conocer, analizar y contrastar aspectos relacionados directamente a las categorías del imaginario social del Otro, profundizando en ellos y al relacionarlos con los elementos de la experiencia del usuario, entonces podríamos decir que nuestro instrumento trata de obtener información derivada de la comunión entre el imaginario, el diseño y la experiencia del usuario. Para nuestro análisis determinamos los siguientes

conceptos: Apego e Identidad, lo cultural, las dimensiones del objeto, la dinámica de uso, las expectativas, el material de fabricación, lo social y la temporalidad.

Respecto a las aportaciones proporcionadas por los participantes a través del instrumento (ver Anexo A), se encontraron coincidencias respecto al apego y la relación de identidad que las personas guardan con el mueble que poseen se manifiesta en los objetos que almacenan, que van desde libros, aparatos, adornos, recuerdos y películas principalmente. Dicha conclusión viene derivada del análisis de las imágenes y narrativas proporcionadas en donde se encontró un patrón de coincidencia entre las diferentes aportaciones.

Al analizar las imágenes, considerando el apego y la identidad, entre mayor sea dicho apego, se presenta una mayor coincidencia entre el mueble que poseen los participantes y el que desearían tener.

El estilo que predomina en el mueble que desearían tener es un diseño moderno con una tendencia hacia el minimalismo con acentos industriales y colores naturales.

La mayoría de los participantes coinciden al tener un mueble relativamente compacto así mismo en el mueble que desearían tener, lo que viene en parte determinado por las dimensiones de las viviendas actuales.

Encontramos que los participantes con hijos tienen una relación de apego con el entorno en donde se encuentra el mueble de TV, esto detonado por las actividades de convivencia, juego y aprendizaje que ocurren en dicho espacio. Por otro lado detectamos una mayor necesidad de espacio de almacenaje que en los participantes que no tienen hijos.

Basándonos en el análisis de las aportaciones entregadas por los participantes detectamos diversas coincidencias derivadas del Imaginario Social del Otro, estos patrones le dan relevancia principalmente a la dinámica de uso, a lo cultural, al apego e identidad y a la temporalidad. Sin embargo debemos tener en cuenta que todos los elementos que tomamos en cuenta para hacer el análisis están enlazados o relacionados de alguna manera, por lo tanto consideramos importante entender dichas relaciones con sus respectivas interpretaciones. (Se recomienda ver el Anexo B)

La mayor parte de los muebles deseados por los participantes coinciden en una tipología similar con el mueble de TV de Casah mobiliario es decir un mueble bajo tipo consola. Sin embargo 2 de los participantes tienen como expectativa un mueble de tipología modular de montaje en muro y piso. Por otra parte un participante manifestó sus expectativas hacia un mueble de montaje empotrado a muro.

Se encontró que las personas buscan dar soporte a ciertas tradiciones y rituales entre los que destacan, el convivir con familia y amigos, almacenaje de objetos importantes: recuerdos de lugares visitados, suvenires, películas, eventos deportivos y almacenar colecciones.

Al investigar el imaginario social de nuestra muestra emergieron ciertos patrones de comportamiento y de coincidencias relacionados al uso de sus muebles, partiendo de nuestras conclusiones, hallazgos y resultados del instrumento. (Ver red de coincidencias y redes de análisis individuales por participante en Anexo B)

Por lo tanto consideramos que el propio instrumento es un hallazgo puesto que lo podríamos ver como principio metodológico, teniendo un trasfondo de recopilación,

análisis, interpretación y una noción para actuar sobre ajustes o modificaciones para una posible implementación, pero sobre todo vemos destacamos que tiene la cualidad de ser replicable ya sea en otros casos relacionados al mobiliario u otro tipo de objeto e incluso considerando a un segmento diferente de participantes.

Consideramos importante en esta parte de cierre de la investigación hacer tangibles nuestras interpretaciones a un contexto específico como sería el caso de la empresa Casah, su oferta de productos y su segmento de mercado por lo tanto dejamos a su consideración las siguientes recomendaciones para su caso particular.

Recomendaciones para la empresa Casah Mobiliario

- Incluir en su catálogo módulos para empotrar a muro tanto de almacenaje como de exhibición que ofrezcan combinaciones con el mueble de TV que analizamos en esta investigación.
- Analizar a profundidad las tipologías de objetos que se usan en torno al mueble de TV para generar espacios determinados o módulos que den soporte a objetos involucrados en ciertos rituales ya sea culturales, sociales o contemplativos.
- Evaluar la posibilidad de incluir espacios pequeños de almacenaje oculto para documentos importantes ya sea legales o de otro índole.
- Evaluar la creación de sistemas en torno al mueble de TV analizado con la finalidad de hacerlo más versátil para los usos y espacios actuales.

Capítulo 6

6.1 Referencias

Alben, L. (1996). *Quality of experience: defining the criteria for effective interaction design. Interactions, 3(3), 11–15.* doi:10.1145/235008.235010.

Amai. (n.d.). Indice de Niveles Socio Económicos. Recuperado de http://nse.amai.org/niveles-socio-economicos/

Aracena, T. (2015). Implicaciones del marco teórico de lo imaginario en la Psicología Social. *Saúde e Sociedade, 24(1), 189-203.* doi:10.1590/s0104-12902015000100015.

Asociación de Internet Mx. (2017). Estudio de Comercio Electrónico en México. *design.* Recuperado de https://www.asociaciondeinternet.mx/es/component/remository/func-startdown/73/lang,es-es/?Itemid=.

Baczko, B. (2005). *Los imaginarios sociales: memorias y esperanzas colectivas.* (Traducción, P. Betesch). Buenos Aires: Nueva Vision.

Beuchot, M. (2004): *Hermenéutica, analogía y símbolo.* México: Herder.

Bürdek, B. E. (2002). *Diseño: Historia, teoría y práctica del diseño industrial.* México: G. Gili.

Carretero, P., y Angel, E. (2003). Un acercamiento antropológico a lo imaginario. *Ágora , 22(1), 177-187.* Recuperado Febrero 21, 2018, de http://hdl.handle.net/10347/1223

Castoriadis, 1992, en entrevista con Hernaiz, T. (Director). (1992). Grandes Pensadores del siglo XX T1, E6 [Vídeo]. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=dbqXiJ8b2Rs)

Castoriadis, C. (2005). *Los dominios del hombre: las encrucijadas del laberinto.* Barcelona: Gedisa.

Castoriadis, C. (1999) *Figuras de lo pensable,* Frónesis-Cátedra-Universitat Valencia.

Coca, J.R., Valero, J.A., Pintos, J.L. (2011) *Nuevas Posibilidades del Imaginario Social.* Coruña: Tremn/Seasga

CONACULTA. (n.d.). Presentacion Encuesta Nacional de Lectura 2015. Recuperado de https://es.scribd.com/document/289171736/Presentacion-Encuesta-Nacional-2015

Corbin, H. (1993). *La imaginación creadora en el sufismo de Ibn-arabi*. Barcelona: Destino

Dorste, M. (2002). *Bauhaus 1919-1933.* Berlin, Taschen.

Durand, G. (2007). *La imaginación simbólica.* Buenos Aires: Amorrortu editores.

Expert Group on Future Skills Needs. (2017, November 9). Winning by Design. Recuperado en Abril 24, 2018, desde https://dbei.gov.ie/en/Publications/Winning-by-Design.html

Flick, U. (2015). *El Diseño de investigación cualitativa.* Madrid: Morata.

Garcia Canclini. "Diálogo con Néstor García Canclini: ¿Qué son los imaginarios y cómo actúan en la ciudad?" *EURE (Santiago),* Entrevista realizada por Alicia Lindón, vol. 33, no. 99, 2007, doi:10.4067/s0250-71612007000200008.

Gay, A., & Samar, L. (2004). *El diseño industrial en la historia.* Córdoba (Argentina): Tec.

Giunta, A., Fischer, A. D., & Stuby, T. (2014). *Cuándo empieza el arte contemporáneo? = When does the contemporary art begin?* Buenos Aires: Fundación arteBA.

Gravano, A. (2012). Imaginarios urbanos, planificación y participación institucional en la ciudad media: entre arcos y flechas. *Investigación + Acción*, 15(14), 87 -110. Recuperado a partir de https://revistasfaud.mdp.edu.ar/ia/article/view/14-04

Henao, C., García, D., Aguirre, E., González, A., Bracho, R., Solorzano, J., & Arboleda, A. (2017). Multidisciplinariedad, interdisciplinariedad y transdisciplinariedad en la formación para la investigación en ingeniería. *Revista Lasallista De Investigación*, *14*(1), 179–197. doi: 10.22507/rli.v14n1a16

Krippendorff, K. (2006). *The semantic turn: A new foundation for design*. Boca Raton: Taylor & Francis.

Maffesoli, M. (2004). *El tiempo de las tribus: el ocaso del individualismo en las sociedades posmodernas.* México: Siglo XXI Editores.

Maffei, G., & Fallan, K. (2014). *Made in Italy: Rethinking a century of Italian design*. London: Bloomsbury Academic.

Margolin, V. (2005). *Las políticas de lo artificial: Ensayos y estudios sobre diseño*(*1era ed.) (G. Ubaldini, trad.).* México, D.F.: D.R. Editorial Designio.

Mead, George Herbert. La génesis del self y el control social. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas, 55, 1991. pp. 178-179.*

Morin, E., Vallejo-Gomez, M., Vallejo-Gomez, N., & Girard, F. (1999). *Los siete saberes necesarios para la educación del futuro.* París: Santillana.

Murillo, F. J. y Martínez-Garrido, C. (2010). *Investigación etnográfica*. Madrid: UAM.

Narváez, A., & Carmona, G. (2017). *Etnografía y Netnografía, Su aplicación para la investigación de la arquitectura y urbanismo* (Primera edición). Ciudad de México: Pearson.

Nisbett, R. E. (2015). *Mindware tools for smart thinking*. New York, NY: Farrar, Straus and Giroux.

Papanek, V. (1977). *Diseñar para el mundo real: Ecología humana y cambio social.* Madrid: H. Blume.

Postell, J. C., Postell, J. C., & Postell, J. C. (2012). *Furniture design.* Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.

Press, M., & Cooper, R. (2009). *El Diseño como experiencia: El papel del diseño y los diseñadores en el siglo XXI* (Traducido por M. J. Rivas). Barcelona: Gustavo Gili.

Real Academia Española. (2018). *Diccionario de la lengua española* (Edición Tricentenario.). Consultado en http://www.rae.es/rae.html

Restrepo, E. (2016). *Etnografía alcances, técnicas y éticas.* Bogotá: Envión Editores.

Sampieri, R. H., Collado, C. F., Lucio, P. B., Valencia, S. M., & Paulina, M. T. (2014). *Metodología de la investigación.* México, D.F.: McGraw-Hill Education.

Santamaría Ambriz, R. (2002). Acerca del método psicoanalítico de *investigación. Universidades, (23), 49-63.*

Silva, A. (2006). *Imaginarios urbanos.* Bogotá: Arango Editores.

Silva, A. (n.d.). ¿Qué son los imaginarios urbanos? Recuperado en Marzo 21, 2018 de http://www.imaginariosurbanos.net/es/

Silva, A. (2011). Imaginarios Urbanos como Espacio Público. *Arquitecturas Del Sur*, 29(40), 16-29. Recuperado de: http://revistas.ubiobio.cl/index.php/AS/article/view/795/752

Simmel, G. (2000). La Trascendencia de la vida*. Reis. Revista Española de Investigaciones Sociológicas,* (89), 297-313.

Smardzewski, J. (2015). *Furniture design*. doi:10.1007/978-3-319-19533-9

Solares, B. (2006). Aproximaciones a la noción de Imaginario. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales,XLVIII (198), 129-141.*

Vercelloni, M., & Bianchi, R. (2004). *Design:*. Milano: A. Mondadori.

Villafañe, J. (2012). *Introducción a la teoría de la imagen.* Madrid: Pirámide

Zimmermann, Y. (2002). *Del diseño.* Barcelona: Gustavo Gili.

6.2 Imágenes

Aalto, A. (1932–1933). Bancos apilables (modelo 60). [Imagen 11]. Recuperado de https://www.moma.org/collection/works/1882?artist_id=34&locale=es&page=1&sov_referrer=artist

Arad, R. (1994). *Bookworm- Shelving Para Kartell: Architonic*. [Imagen 33] Recuperado de https://www.architonic.com/en/product/kartell-bookworm/1146413.

Balla, G. (1918). Unique vanity . [Imagen 7]. Recuperado de https://www.artsy.net/artwork/giacomo-balla-unique-vanity

Balla, G. (1918). Mampara. [Imagen 8]. Recuperado de https://www.artsy.net/artwork/giacomo-balla-balla-screen

Bertoia, H. (1952). Sillón. [Imagen 16] Recuperado de https://www.moma.org/collection/works/3145?artist_id=531&locale=es&page=1&sov_referrer=artist

Bill, M. (1949). Silla Tripie. [Imagen 9]. Recuerado de https://www.moma.org/collection/works/109180?artist_id=559&locale=es&page=1&sov_referrer=artist

Branzi, A., Corretti, G., Deganello, P., Morozzi, M., Bartolini, D., Bartolini, L., & Archizoom Asociados, (1969). Silla y Otoman Mies. [Imagen 25] Recuperado de https://www.moma.org/collection/works/89847?artist_id=26812&locale=es&page=1&sov_referrer=artist

Cajonero. (Casah Mobiliario.) [Imagen 37]. Recuperado en May 24, 2018, de https://www.casah.mx/collections/muebles/products/el-cajonero

Castiglioni, A., y Castiglioni, P. (1962). Lámpara Arco. [Imagen 18] Recuperado de https://www.moma.org/collection/works/1942?artist_id=1028&locale=es&page=1&sov_referrer=artist

Ceretti , G., Derossi, P., & Rosso , R. (1971). PRATONE - Pufs de Gufram. [Imagen 26] Recuperado de https://www.architonic.com/es/product/gufram-pratone/1014407

Chiesa, P. (1932). Fontana Table. [Imagen 5]. Recuperdo de https://www.moma.org/collection/works/105052

Colombo, J. (1967). Sillas de Apilado Universal. [Imagen 21] Recuperado de https://www.moma.org/collection/works/2515?artist_id=1196&locale=es&page=1&sov_referrer=artist

Eames, C., & Eames, R. (1956) Chaise longue y Otoman. [Imagen 14] Recuperado de https://www.moma.org/collection/works/3325

Eames, C., & Eames, R. (1946). Silla (modelo DCW). [Imagen 15] Recuperado de https://www.moma.org/collection/works/1971

Frassinelli, G. P., Magris, A., Magris, R., Natalini, A., & Cristiano, di F. T. & Superstudio (n.d.). (1967) Lámpara Gherpe . [Imagen 27] Recuperado de https://www.moma.org/collection/works/2522?artist_id=5733&locale=es&page=1&sov_referrer=artist

Jacobsen, A. (1952). Silla Serie 7 (3107). [Imagen 12].Recuperado de https://www.moma.org/collection/works/1611?artist_id=2869&locale=es&page=1&sov_referrer=artist

Jacobsen, A. (1958). Silla y Otoman Egg. [Imagen 13].Recuperado de https://www.moma.org/collection/works/167006?artist_id=2869&locale=es&page=1&sov_referrer=artist

Kawasaki, K. (1983). Epita. [Imagen 29] Recuperado de http://www.kazuokawasaki.jp/kke/2_works3.php?id=58

Kita, T. (1980). Chaise Longue Wink (modelo 111.01), [Imagen 28] Recuperado de https://www.moma.org/collection/works/1580?artist_id=3119&locale=es&page=1&sov_referrer=artist

Kuramata, S. (1986) “How High the Moon Armchair. [Imagen 30] Recuperado de https://www.moma.org/collection/works/2127?artist_id=7210&locale=es&page=1&sov_referrer=artist.

Lomazzi, P., Donato, & Pas, J. D. (1967). Sillón Inflable. [Imagen 20] Recuperado de https://www.moma.org/collection/works/92868?artist_id=1438&locale=es&page=1&sov_referrer=artist

Magistretti, V. (1966). Demetrio Mesas Apilables 45. [Imagen 19] Recuperado de https://www.moma.org/collection/works/4614?artist_id=3688&locale=es&page=1&sov_referrer=artist

Meda, A. (1994) Chaise Longue. [Imagen 32] Recuperado de, https://www.moma.org/collection/works/3007?artist_id=7277&locale=es&page=1&sov_referrer=artist.

Mesa de Centro Encino. (Casah Mobiliario). [Imagen 39]. Recuperado en May 24, 2018, dehttps://www.casah.mx/collections/muebles/products/muebles-diseno-mesa-de-centro

Morrison, Jasper. (2000) Silla Aire. *Magis*, [Imagen 35] Recuperado de https://www.magisdesign.com/es/elenco_prodotti/air-family/air-chair/.

Mueble de TV. (Casah Mobiliario). [Imagen 38]. Recuperado en May 24, 2018, de https://www.casah.mx/collections/todos-nuestros-productos/products/muebles-diseno-mueble-de-tv

Pesce, G. (1969). Chaise Longue Up 5 con Otoman Up 6. [Imagen 23] Recuperado de https://www.moma.org/collection/works/2223?artist_id=4570&locale=es&page=1&sov_referrer=artist

Ponti, G. (1932.). Mesa Lateral. [Imagen 6]. Recuperado de https://artemest.com/products/1932-side-table-by-gio-ponti

Rams, D., & Gugelot, H. (1956). Radio-Fonografo (model SK 4/10). [Imagen 10]. Recuperado de https://www.moma.org/collection/works/2649?artist_id=2398&locale=es&page=1&sov_referrer=artist

Riemerschmid, R. (1898-1899). Silla. [Imagen 1]. Recuperado de https://www.moma.org/collection/works/2165

Rietveld, G. (1923). Carretilla Infantil. [Imagen 4]. Recuperado de https://www.moma.org/collection/works/2360?artist_id=4922&locale=es&page=1&sov_referrer=artist

Saarinen, E. (1955-1956). Sillón Tulip (modelo 150). [Imagen 17] Recuperado de https://www.moma.org/collection/works/2565?artist_id=5103&locale=es&page=1&sov_referrer=artist

"Skara Brae." *Historic Environment Scotland*, [Imagen 36] Recuperado de https://www.historicenvironment.scot/visit-a-place/places/skara-brae/.

Sottsass, E., & King, P. (1968). Máquina de Escribir Portátil Valentine. [Imagen 22] Recuperado de https://www.moma.org/collection/works/4576?artist_id=5536&locale=es&page=1&sov_referrer=artist

Superstudio (1968) Bazaar. [Imagen 24] Recuperado de https://www.domusweb.it/en/from-the-archive/2011/09/23/superstudio-bazaar.html

Starck, P. (1990) Juicy Salif Lemon Squeezer. [Imagen 31] Recuperado de https://www.moma.org/collection/works/1825?artist_id=8418&locale=es&page=1&sov_referrer=artist.

Wagner, O. (1902). Sillón. [Imagen 2]. Recuperado de https://www.moma.org/collection/works/4023

Wanders, M. (1995) Silla Anudada. [Imagen 34] Recuperado de https://www.moma.org/collection/works/3586?artist_id=7588&locale=es&page=1&sov_referrer=artist.

Wright, F. (1904-06). Sillón de Oficina. [Imagen 3]. Recuperado de https://www.moma.org/collection/works/2415?artist_id=6459&locale=es&page=1&sov_referrer=artist

Lista de figuras

Figura 1. Charlotte y Peter Fiell, 2012, Línea del tiempo de los movimientos de diseño elaborada a partir de la figura publicada en el libro Diseño del Siglo XX. 40
Imagen 1 Richard Remershmid, Silla para cámara de música, 1898-99, fabricado por Vereinigte Werkstätten für Kunst im Handwerk, Múnich, Alemania. Imagen recuperada del archivo fotográfico digital del MOMA. 42
Imagen 2 Otto Wagner, Sillón, 1902, fabricado por Gebrüder Thonet, Viena, Austria. Imagen recuperada del archivo fotográfico digital del MOMA. 43
Imagen 3. Frank Lloyd Wright, Sillón1904-06, fabricado por The Van Dorn Iron Works Co., Cleveland, Ohio. Imagen recuperada del archivo fotográfico digital del MOMA..... 44
Imagen 4. Marcel Breuer, Silla (modelo B33) 1927–1928, fabricada por Gebrüder Thonet A.G., Alemania. Imagen recuperada del archivo fotográfico digital del MOMA..... 47
Imagen 4. Gerrit Rietveld, Carretilla infantil, 1923, fabricada por Gerard van de Groenekan. Imagen recuperada del archivo fotográfico digital del MOMA..... 48
Imagen 5. Pietro Chiesa, Mesa Fontana, 1932, fabricada por Fontana Arte, Italia. Imagen recuperada del archivo fotográfico digital del MOMA. 51
Imagen 6. Gio Ponti, Mesa Lateral, 1932, fabricada por Fontana Arte, Italia. Imagen recuperada de catálogo en línea Artemest. 52
Imagen 7. Giacomo Balla, Tocador, 1918. Imagen recuperada de Artsy.net. 53
Imagen 8. Giacomo Balla, Mampara, 1918. Imagen recuperada de Artsy.net. 54
Imagen 9. Max Bill , Silla Tripie, 1949, fabricada por Wohnbedarf AG, Zurich. Imagen recuperada del archivo fotográfico digital del MOMA. 57
Imagen 10. Max Bill, Reloj de pared (modelo 32/0389), 1957, fabricada por Gebrüder Junghans AG, Schramberg, Alemania. Imagen recuperada del archivo fotográfico digital del MOMA..... 58
Imagen 11. Dieter Rams, Hans Gugelot1956, Radio-Fonografo (modelo SK 4/10), , fabricada por Braun AG, Frankfurt, Alemania. Imagen recuperada del archivo fotográfico digital del MOMA..... 58
Imagen 12. Alvar Aalto1932-1933, Bancos apilables (modelo 60), fabricada por Oy Huonekalu-ja Rakennustyötehdas Ab, Turku, Finlandia. Imagen recuperada del archivo fotográfico digital del MOMA..... 60
Imagen 13. Arne Jacobsen 1952, Silla Serie 7. Fabricada por Fritz Hansen. Imagen recuperada del archivo fotográfico digital del MOMA. 61
Imagen 14. Arne Jacobsen 1958. Silla y Otoman Egg. Imagen recuperada del archivo fotográfico digital del MOMA..... 62
Imagen 15. Charles / Ray Eames, Chaise longue y Otoman, 1956. Fabricado por Herman Miller Furniture Co., Zeeland, Michigan. Imagen recuperada del archivo fotográfico digital del MOMA..... 64

Imagen 16. Charles / Ray Eames, Silla (modelo DCW), 1946. Fabricado por Evans Products Co., Molded Plywood Div., Venice, California. Imagen recuperada del archivo fotográfico digital del MOMA. 65
Imagen 17. Harry Bertoia, Sillón1952. Fabricado por Knoll Associates, Nueva York, NY. Imagen recuperada del archivo fotográfico digital del MOMA..... 66
Imagen 18. Eero Saarinen, Sillón Tulip (model 150) 1955-56. Fabricado por Knoll Associates, Nueva York, NY. Imagen recuperada del archivo fotográfico digital del MOMA. 67
Imagen 18. Achille Castiglioni /Pier Giacomo Castiglioni, Arco Lámpara de Piso 1962. Fabricadas por Flos S.p.A., Italia. Imagen recuperada del archivo fotográfico digital del MOMA. 69
Imagen 19. Vico Magistretti, Demetrio Mesas apilables 45, 1966. Fabricadas por Artemide S.p.A., Milán, Italia. Imagen recuperada del archivo fotográfico digital del MOMA. 70
Imagen 20. Paolo Lomazzi/Donato D'Urbino/Jonathan De Pas, Sillón Inflable, 1967. Fabricado por Zanotta S.p.A., Italia. Imagen recuperada del archivo fotográfico digital del MOMA..... 71
Imagen 21. Joe Colombo, Silla de apilado Universal, 1967. Fabricado por Kartell S.p.A., Milán, Italia. Imagen recuperada del archivo fotográfico digital del MOMA..... 71
Imagen 22. Ettore Sottsass/ Perry King, Valentine. Maquina de Escribir Portátil, 1968. Fabricado por Ing. C. Olivetti & C. S.p.A., Ivrea, Italia. Imagen recuperada del archivo fotográfico digital del MOMA. 72
Imagen 23. Gaetano Pesce, Chaise Lounge Up 5 y Otoman Up 6, 1969. Imagen recuperada del archivo fotográfico digital del MOMA. 72
Imagen 24. Superstudio, Bazaar, 1968. Fabricado por Giovanetti, Italia. Imagen recuperada del archivo digital de Domusweb. 74
Imagen 25. Archizoom y Asociados, Andrea Branzi, Gilberto Corretti, Paolo Deganello, Massimo Morozzi, Dario Bartolini, Lucia Bartolini. 1969, Silla y Otoman Mies. Fabricado por Poltronova, Italia. Imagen recuperada del archivo digital del Moma. 74
Imagen 26. Giorgio Ceretti /Piero Derossi / Riccardo Rosso , Pratone, 1971. Fabricado por Gufram, Italia. Imagen recuperada del archivo digital de Architonic. 75
Imagen 27. Superstudio, Gian Piero Frassinelli, Alessandro Magris, Roberto Magris, Adolfo Natalini, Cristiano Toraldo di Francia. Lámpara Gherpe, 1967. Fabricado por Poltronova, Italia. Imagen recuperada del archivo digital del Moma. 75
Imagen 28. Toshiyuki Kita, Chaise Longue Wink (modelo 111.01) 1980. Fabricado por Cassina. Milán, Ilatia Imagen recuperada del archivo digital del Moma. 78
Imagen 29. Kazuo Kawasaki, Epita 1983. Imagen recuperada kazupkawasaki.jp. 79
Imagen 30. Shiro Kuramata, How High the Moon Armchair, 1986, Fabricado por Vitra International AG. Imagen recuperada del archivo digital del Moma. 79
Imagen 31. Starck, Philippe, Exprimidor Salif, 1990,. Fabricado por Alessi, Italia. Recuperado del archivo digital del Moma. 84

Imagen 32. Alberto Meda, Chaise Longue, 1993. Fabricado por Alias S.r.l., Italia. Recuperado del archivo digital del Moma. 85
Imagen 33. Ron Arad, Repisa Bookworm , 1994,. Fabricado por Kartell, Italia. Recuperado de architonic.com. 85
Imagen 34. Marcel Wanders , Silla Anudada, 1996. Recuperado del archivo digital del Moma. 86
Figura 2. La figura muestra la categorización de las disciplinas en el diseño. (IDI, DEBEI, EGFSN, 2017,p.25) 90
Imagen 36. Skara Brae, cerca (3500-2600 AEC), Imagen recuperada de historicenvironment.scot. 93
Figura 3 Comparación de elementos que impactan la experiencia del usuario por autor. Tabla extraída de Ortiz (2014, p. 5) 106
Figura 4 Comparativa extraída de (Ortiz, 2014, p. 3) expone coincidencias entre diferentes autores para definir las propiedades de la experiencia del usuario (Leyenda: de acuerdo; en desacuerdo; ? indefinido). 106
Figura 5. La figura muestra el total de los usuarios que tiene la empresa Casah a través de sus redes sociales en particular Facebook, la gráfica nos muestra los porcentajes de usuarios por rango de edades, destacando con un 60% los que se encuentran entre 25-34 años de edad y la segmentación por género, gráfica proporcionada por Casah Mobiliario. 137
Figure 6. La figura muestra la densidad de clientes por zona geográfica destacando la Cd. De México, Nuevo León y Jalisco, gráfica proporcionada por Casah Mobiliario. 137
Imagen 40 La imagen anterior hace referencia a la aportación 1, el mueble de TV y su contexto en la vivienda del participante 1. 160
Imagen 41. Esta imagen hace referencia a la aportación 3 la cual requiere al participante proveer la imagen de un mueble de TV derivada de una búsqueda en Google eligiendo un diseño que le represente al participante una mayor afinidad, identidad y agrado. 161
Imagen 42. La imagen anterior hace referencia a la aportación 1, el mueble de TV y su contexto en la vivienda del participante 2. 162
Imagen 43. Esta imagen hace referencia a la aportación 3 la cual requiere al participante proveer la imagen de un mueble de TV derivada de una búsqueda en Google eligiendo un diseño que le represente al participante una mayor afinidad, identidad y agrado. 163
Imagen 44. La imagen anterior hace referencia a la aportación 1, el mueble de TV y su contexto en la vivienda del participante 3. 164
Imagen 45. Esta imagen hace referencia a la aportación 3 la cual requiere al participante proveer la imagen de un mueble de TV derivada de una búsqueda en Google eligiendo un diseño que le represente al participante una mayor afinidad, identidad y agrado. 165
Imagen 46. La imagen anterior hace referencia a la aportación 1, el mueble de TV y su contexto en la vivienda del participante 4. 165
Imagen 47. Esta imagen hace referencia a la aportación 3 la cual requiere al participante proveer la imagen de un mueble de TV derivada de una búsqueda en Google

eligiendo un diseño que le represente al participante una mayor afinidad, identidad y agrado. 166
Imagen 48. La imagen anterior hace referencia a la aportación 1, el mueble de TV y su contexto en la vivienda del participante 5. 167
Imagen 49. Esta imagen hace referencia a la aportación 3 la cual requiere al participante proveer la imagen de un mueble de TV derivada de una búsqueda en Google eligiendo un diseño que le represente al participante una mayor afinidad, identidad y agrado. 168
Imagen 50. La imagen anterior hace referencia a la aportación 1, el mueble de TV y su contexto en la vivienda del participante 6. 169
Imagen 51. Esta imagen hace referencia a la aportación 3 la cual requiere al participante proveer la imagen de un mueble de TV derivada de una búsqueda en Google eligiendo un diseño que le represente al participante una mayor afinidad, identidad y agrado. 170
Imagen 52. La imagen anterior hace referencia a la aportación 1, el mueble de TV y su contexto en la vivienda del participante 7. 171
Imagen 53. Esta imagen hace referencia a la aportación 3 la cual requiere al participante proveer la imagen de un mueble de TV derivada de una búsqueda en Google eligiendo un diseño que le represente al participante una mayor afinidad, identidad y agrado. 172
Imagen 54. La imagen anterior hace referencia a la aportación 1, el mueble de TV y su contexto en la vivienda del participante 8. 173
Imagen 55. Esta imagen hace referencia a la aportación 3 la cual requiere al participante proveer la imagen de un mueble de TV derivada de una búsqueda en Google eligiendo un diseño que le represente al participante una mayor afinidad, identidad y agrado. 174
Imagen 56 La imagen anterior hace referencia a la aportación 1, el mueble de TV y su contexto en la vivienda del participante 9. 175
Imagen 57. Esta imagen hace referencia a la aportación 3 la cual requiere al participante proveer la imagen de un mueble de TV derivada de una búsqueda en Google eligiendo un diseño que le represente al participante una mayor afinidad, identidad y agrado. 176
Imagen 58. La imagen anterior hace referencia a la aportación 1, el mueble de TV y su contexto en la vivienda del participante 10. 177
Imagen 59. Esta imagen hace referencia a la aportación 3 la cual requiere al participante proveer la imagen de un mueble de TV derivada de una búsqueda en Google eligiendo un diseño que le represente al participante una mayor afinidad, identidad y agrado. 178
Figura 7. La figura anterior muestra los enlaces entre los diferentes códigos establecidos en el software ATLAS.ti 180
Figura 8. La figura muestra la red de enlaces y relaciones entre los códigos establecidos en el software ATLAS.ti. 181

Figura 9. La figura anterior muestra una red de coincidencias entre los diferentes participantes considerando: el mueble del participante, el mueble deseado y la narrativa con sus respectivos enlaces a los códigos establecidos. 192
Figura 10. La figura anterior muestra la red individual del participante 1 donde se muestran los enlaces y relaciones a los diversos códigos. 193
Figura 11. La figura anterior muestra la red individual del participante 2 donde se muestran los enlaces y relaciones a los diversos códigos. 194
Figura 12. La figura anterior muestra la red individual del participante 3 donde se muestran los enlaces y relaciones a los diversos códigos. 195
Figura 13. La figura anterior muestra la red individual del participante 4 donde se muestran los enlaces y relaciones a los diversos códigos. 196
Figura 14. La figura anterior muestra la red individual del participante 5 donde se muestran los enlaces y relaciones a los diversos códigos. 197
Figura 15. La figura anterior muestra la red individual del participante 6 donde se muestran los enlaces y relaciones a los diversos códigos. 198
Figura 16. La figura anterior muestra la red individual del participante 7 donde se muestran los enlaces y relaciones a los diversos códigos. 199
Figura 17. La figura anterior muestra la red individual del participante 8 donde se muestran los enlaces y relaciones a los diversos códigos. 200
Figura 18. La figura anterior muestra la red individual del participante 9 donde se muestran los enlaces y relaciones a los diversos códigos. 201
Figura 19. La figura anterior muestra la red individual del participante 10 donde se muestran los enlaces y relaciones a los diversos códigos. 202

Capítulo 7

7.1 Anexos

En este apartado encontraremos información referente a los datos recopilados la aplicación del instrumento y su interpretación a partir de lo cual generamos parte importante de nuestros hallazgos.

7.1.1 Anexo A (Recopilación de información)

Participante 1

Datos demográficos:

Hombre / 33 años / Gerente de mercadotecnia / vive solo / Monterrey, N.L

Aportación 1 (participante 1)

La primera aportación surge del siguiente requerimiento:

"Mueble de TV" por medio de 3 fotografías mostrar tu mueble de TV y el espacio que lo rodea. *(Imágenes donde se vea el entorno, el mueble de TV y personas en las actividades normales de ese espacio)*

Imagen 40 La imagen anterior hace referencia a la aportación 1, el mueble de TV y su contexto en la vivienda del participante 1.

Aportación 2 (participante 1)

La segunda aportación se refiere a la dinámica del uso y las interacciones del participante con su mueble. Al respecto el participante nos hizo la siguiente narrativa:

> Este mueble lo compre a finales de Marzo y principalmente lo uso para soportar mi televisión, la cual mide exactamente lo que mide también el mueble. Me sirve como organizador de mis DVDS y también para poner el reproductor y una pequeña consola de emulación de videojuegos. (Participante 1, 2018.)

Aportación 3 (participante 1)

La tercera aportación se generó a partir del siguiente requerimiento: En el buscador de Google.com introduce la palabra "**mueble de TV",** de la sección de imágenes selecciona

y envía una que sería tu mueble ideal o con cual te identificas, que mueble te imaginas para tu casa o desearías tener.

Imagen 41. Esta imagen hace referencia a la aportación 3 la cual requiere al participante proveer la imagen de un mueble de TV derivada de una búsqueda en Google eligiendo un diseño que le represente al participante una mayor afinidad, identidad y agrado.

Participante 2

Datos demográficos:

Hombre / 35 años / Fotógrafo profesional/ vive con 1 persona familia / Monterrey, N.L.

Aportación 1 (participante 2)

Imagen 42. La imagen anterior hace referencia a la aportación 1, el mueble de TV y su contexto en la vivienda del participante 2.

La segunda aportación se refiere a la dinámica del uso y las interacciones del participante con su mueble. Al respecto el participante nos hizo la siguiente narrativa:

"Pues sin más, sirve para sostener la tele, el blue ray y Roku. Además de las usuales chingaderas que uno va dejando al día a día". (Participante 2, 2018)

Aportación 3 (participante 2)

Imagen 43. Esta imagen hace referencia a la aportación 3 la cual requiere al participante proveer la imagen de un mueble de TV derivada de una búsqueda en Google eligiendo un diseño que le represente al participante una mayor afinidad, identidad y agrado.

Participante 3

Datos demográficos:

Hombre / 40 años / Profesor-Diseñador/ vive solo / Monterrey, N.L.

Aportación 1 (participante 3)

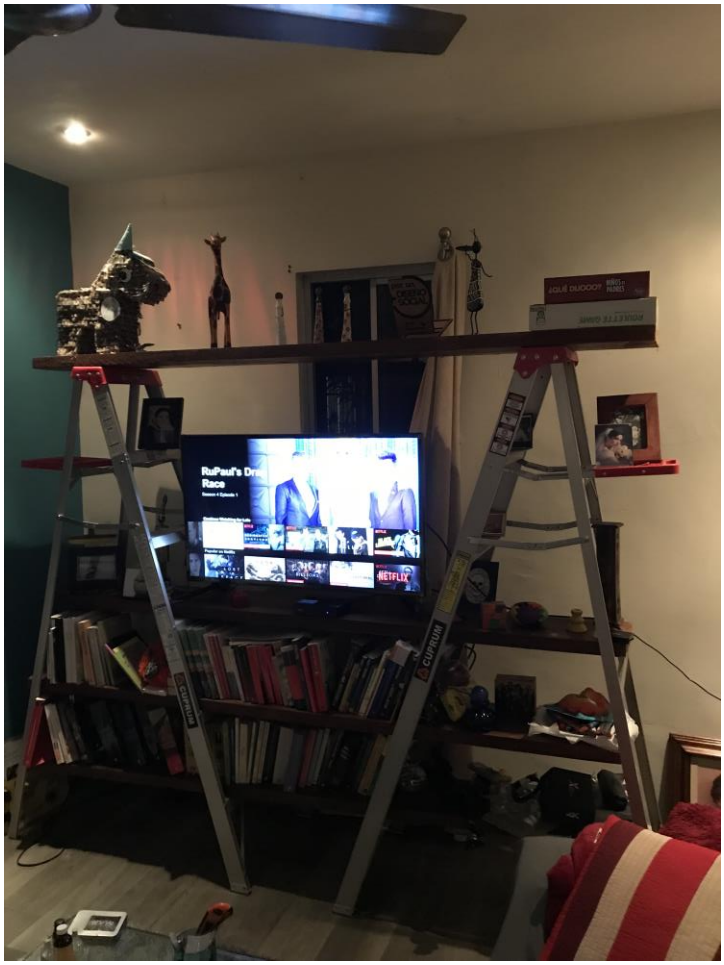

Imagen 44. La imagen anterior hace referencia a la aportación 1, el mueble de TV y su contexto en la vivienda del participante 3.

Aportación 2 (participante 3)

Esta aportación se refiere a la dinámica del uso y las interacciones del participante con su mueble. Al respecto el participante nos hizo la siguiente narrativa:

> La idea la tome de un libro que compre en Irlanda, me salió muy barato, las escaleras las compre en homedepot y las tablas me las dieron como desperdicio, yo las pinte.
>
> Lo utilizo para la tele, para poner los libros y para adornar con detalles que he comprado o que me llaman la atención. (Participante 3, 2018)

Aportación 3 (participante 3)

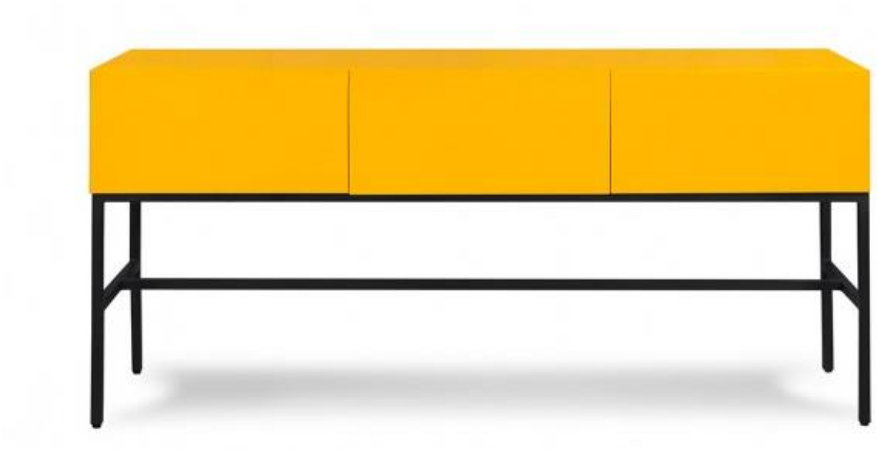

Imagen 45. Esta imagen hace referencia a la aportación 3 la cual requiere al participante proveer la imagen de un mueble de TV derivada de una búsqueda en Google eligiendo un diseño que le represente al participante una mayor afinidad, identidad y agrado.

Participante 4

Datos demográficos:

Hombre / 34 años / Especialista en compras/ vive con 1 persona familia / Monterrey, N.L.

Aportación 1 (participante 4)

Imagen 46. La imagen anterior hace referencia a la aportación 1, el mueble de TV y su contexto en la vivienda del participante 4.

Aportación 2 (participante 4)

Esta aportación se refiere a la dinámica del uso y las interacciones del participante con su mueble. Al respecto el participante nos hizo la siguiente narrativa:

> Me sirve para poder poner todo mi equipo tanto como consolas de video, así como mi equipo de audio, y me sirve también como algo decorativo ya que pongo ciertos objetos como adornos o fotos, Las actividades que hago es ver a tv como series películas o los juegos de futbol, super tazon, champions, etc. (Participante 4, 2018)

Aportación 3 (participante 4)

Imagen 47. Esta imagen hace referencia a la aportación 3 la cual requiere al participante proveer la imagen de un mueble de TV derivada de una búsqueda en Google eligiendo un diseño que le represente al participante una mayor afinidad, identidad y agrado.

Participante 4

Datos demográficos:

Mujer / 36 años / Diseñadora-Maestra / vive con 3 personas en familia / San Nicolás, N.L.

Aportación 1 (participante 5)

Imagen 48. La imagen anterior hace referencia a la aportación 1, el mueble de TV y su contexto en la vivienda del participante 5.

Aportación 2 (participante 5)

Esta aportación se refiere a la dinámica del uso y las interacciones del participante con su mueble. Al respecto el participante nos hizo la siguiente narrativa:

"Guardar juegos de mesa, algunos DVDs que veo constantemente, colocar la pantalla de TV y el reproductor de DVD donde escucho el radio o música de CD, como mesa de apoyo para algún objeto, un vaso, un libro, un juguete" (Participante 5, 2018)

Aportación 3 (participante 5)

Imagen 49. Esta imagen hace referencia a la aportación 3 la cual requiere al participante proveer la imagen de un mueble de TV derivada de una búsqueda en Google eligiendo un diseño que le represente al participante una mayor afinidad, identidad y agrado.

Participante 6

Datos demográficos:

Mujer / 33 años / Diseñadora / vive con 2 personas (familia) / General Escobedo N.L.

Aportación 1 (participante 6)

Imagen 50. La imagen anterior hace referencia a la aportación 1, el mueble de TV y su contexto en la vivienda del participante 6.

Aportación 2 (participante 6)

Esta aportación se refiere a la dinámica del uso y las interacciones del participante con su mueble. Al respecto el participante nos hizo la siguiente narrativa:

> En la sala tengo la TV sobre un mueble de cristal donde en la parte superior solo cabe la TV y en las otras 2 repisas inferiores teníamos DVD, Modem, base de teléfono, Minicomponente y Regulador de voltaje en este conectábamos los smartphone y los dejábamos sobre la mesa. (Participante 6, 2018)

Aportación 3 (participante 6)

Imagen 51. Esta imagen hace referencia a la aportación 3 la cual requiere al participante proveer la imagen de un mueble de TV derivada de una búsqueda en Google eligiendo un diseño que le represente al participante una mayor afinidad, identidad y agrado.

Prticipante 7

Datos demográficos:

Hombre / 28 años / Diseñador / vive con 1 (familia) / General Escobedo N.L.

Aportación 1 (participante 7)

Imagen 52. La imagen anterior hace referencia a la aportación 1, el mueble de TV y su contexto en la vivienda del participante 7.

Aportación 2 (participante 7)

Esta aportación se refiere a la dinámica del uso y las interacciones del participante con su mueble. Al respecto el participante nos hizo la siguiente narrativa:

"Almacenar herramientas y varias cosas en los cajones inferiores, poner adornos en la parte superior." (Participante 7, 2019)

Aportación 3 (participante 7)

Imagen 53. Esta imagen hace referencia a la aportación 3 la cual requiere al participante proveer la imagen de un mueble de TV derivada de una búsqueda en Google eligiendo un diseño que le represente al participante una mayor afinidad, identidad y agrado.

Participante 8

Datos demográficos:

Mujer / 33 años / Diseñadora / vive con 2 personas (familia) / General Escobedo N.L.

Aportación 1 (participante 8)

Imagen 54. La imagen anterior hace referencia a la aportación 1, el mueble de TV y su contexto en la vivienda del participante 8.

Aportación 2 (participante 8)

Esta aportación se refiere a la dinámica del uso y las interacciones del participante con su mueble. Al respecto el participante nos hizo la siguiente narrativa:

> Este mueble es útil para guardar cosas, los primeros dos cajones del lado derecho hay una caja donde tenemos cortaúñas, tijeras, plumas o cosas que son útiles en un momento en específico, en los otros dos cajones hay papeles como visas, pasaportes, seguro social, cosas que no son tan común traer en la bolsa. En las puertas de la izquierda no hay nada relevante, un DVD que ya no se usa, consolas de Nintendo, que ya tampoco usamos y papeles o carpetas que no son nada útiles, me atrevo a decir que cuando no sabemos dónde poner algo, se pone ahí. (Participante 8, 2019)

Aportación 3 (participante 8)

Imagen 55. Esta imagen hace referencia a la aportación 3 la cual requiere al participante proveer la imagen de un mueble de TV derivada de una búsqueda en Google eligiendo un diseño que le represente al participante una mayor afinidad, identidad y agrado.

Participante 9

Datos demográficos:

Hombre / 35 años / Diseñador / vive con 2 personas (familia) / Monterrey N.L.

Aportación 1 (participante 9)

Imagen 56 La imagen anterior hace referencia a la aportación 1, el mueble de TV y su contexto en la vivienda del participante 9.

Aportación 2 (participante 9)

Esta aportación se refiere a la dinámica del uso y las interacciones del participante con su mueble. Al respecto el participante nos hizo la siguiente narrativa: “No cuento en si con un mueble de Tv es más bien una repisa sobre la cual ponemos la pantalla, la Tv la ve mas mi hijo cuando le ponemos caricaturas o youtube.” (Participante 9, 2019)

Aportación 3 (participante 9)

Imagen 57. Esta imagen hace referencia a la aportación 3 la cual requiere al participante proveer la imagen de un mueble de TV derivada de una búsqueda en Google eligiendo un diseño que le represente al participante una mayor afinidad, identidad y agrado.

Participante 10

Datos demográficos:

Mujer / 35 años / Diseñadora / vive con 1 persona (familia) / Garcia N.L.

Aportación 1 (participante 10)

Imagen 58. La imagen anterior hace referencia a la aportación 1, el mueble de TV y su contexto en la vivienda del participante 10.

Aportación 2 (participante 10)

Esta aportación se refiere a la dinámica del uso y las interacciones del participante con su mueble. Al respecto el participante nos hizo la siguiente narrativa:

> Mi mueble para TV es también la mesa de centro de mi sala. Ahí la ponemos cuando solo estamos nosotros en la casa y cuando vienen amigos o visitas la quitamos. Contiene solo cosas decorativas y como es una mesa no hay mucho para hacer como guardarle cosas. Nos gusta que la altura se adapta al sillón y lo práctico que es como mueble de tv así como mesa de centro.(Participante 10, 2019)

Aportación 3 (participante 9)

Imagen 59. Esta imagen hace referencia a la aportación 3 la cual requiere al participante proveer la imagen de un mueble de TV derivada de una búsqueda en Google eligiendo un diseño que le represente al participante una mayor afinidad, identidad y agrado.

7.1.2 Anexo B (Interpretación de los datos)

Para realizar la interpretación delos datos proporcionados por los participantes se definieron los siguientes códigos:

Dinámica de uso analiza las actividades que se realizan en torno al mueble de TV, como es usado en la rutina diaria y su verdadera utilidad. ***Expectativas*** analiza las discrepancias o coincidencias del mueble que posee respecto al que desea tener. ***Temporalidad*** analiza la época que representa, el estilo de acuerdo a su contexto temporal. ***Dimensiones*** se analizan las medidas del mueble en cm L=largo, A=ancho y H=altura, se mencionan las dimensiones aproximadas del mueble. ***Material*** se analiza el material o materiales que componen el mueble. ***Lo social*** analiza la interacción, las relaciones y aspectos sociales que se desarrollan en torno al objeto. ***Lo cultural*** analiza la descripción de aspectos culturales del objeto, costumbres, tradiciones y rituales que giran en torno al mueble.

Los conceptos anteriormente mencionados adquieren un mayor sentido cuando los relacionamos entre sí, por consiguiente a continuación adjuntamos la lista de enlaces y relaciones entre los códigos obtenido a partir del software ATLAS.ti.

NWV: List of Code-Code Links with comments

Source	Link Type	Target	Comment
Apego e identidad	es parte de	cultural	
Apego e identidad	esta asociado con	Social	
Apego e identidad	es consecuencia de	Dinamica de uso	
Dimensiones aproximadas	es consecuencia de	Dinamica de uso	
Dimensiones aproximadas	esta asociado con	Temporalidad	
Dinamica de uso	esta asociado con	cultural	
Dinamica de uso	es parte de	Temporalidad	
Expectativas	es parte de	Apego e identidad	
Expectativas	esta asociado con	cultural	
Expectativas	esta asociado con	Dinamica de uso	
Material	esta asociado con	Dimensiones aproximadas	
Material	es consecuencia de	Temporalidad	
Social	es parte de	cultural	
Temporalidad	esta asociado con	cultural	
Temporalidad	esta asociado con	Social	

Figura 7. La figura anterior muestra los enlaces entre los diferentes códigos establecidos en el software ATLAS.ti

Dichas relaciones así como conexiones son de vital importancia para el análisis de los datos y su interpretación. A continuación muestra la red de relaciones entre los diferentes códigos.

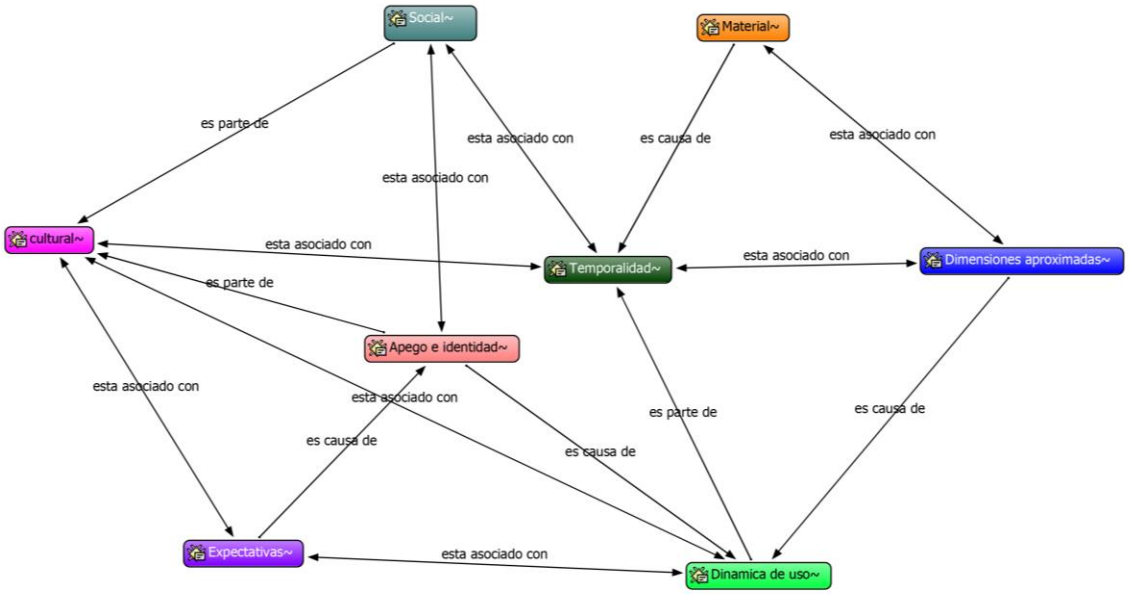

Figura 8. La figura muestra la red de enlaces y relaciones entre los códigos establecidos en el software ATLAS.ti.

Partiendo del análisis de estos códigos y las aportaciones proporcionadas por los diferentes participantes, se obtuvieron las siguientes interpretaciones:

7.2 Interpretación de aportaciones por participante según códigos establecidos

7.2.1 Apego e identidad.

Participante 1 El participante muestra un nivel de apego emocional al mueble a través del estilo y los objetos que almacena ya que el objeto tiene un muy marcado estilo moderno o midcentury, además el cuidado y el orden de las películas y aparatos que almacena manifiestan un apego hacia el mueble y las actividades que se realizan en torno al mismo.

Participante 2 El participante comunica un marcado desapego manifestado a través de su indiferencia, a pesar de realizar actividades en torno al mismo la practicidad y el factor estético juega un papel significativo en la desvalorización del objeto.

Participante 3 El participante manifiesta un nivel de apego elevado a través de los objetos que coloca en el mueble ya que estos son pertenencias significativas como libros, adornos y recuerdos,

así mismo al ser un mueble realizado por el mismo se genera un lazo emocional con el objeto.

Participante 4 A través de la observación de las imágenes proporcionadas por el participante se determinó que este se identifica con el mueble a través de los objetos que almacena en él ya que exhibe en el las películas que más observa.

Participante 5 El participante manifiesta un apego a través de los objetos que almacena y por las actividades a las que le da soporte cuando convive con sus hijos.

Participante 6 Partiendo del análisis de las imágenes proporcionadas determinamos que el participante muestra cierto apego con el mueble de TV mediante considerando lo que sucede en su contexto físico inmediato, sin embargo no muestra una conexión de identidad evidente con el mueble.

Participante 7 El participante manifiesta una cierta indiferencia hacia la estética del mueble pero un apego al contenido lo cual se proyecta en su imagen del mueble deseado y sus características.

Participante 8 En las imágenes proporcionadas por la participante se manifiesta una ligera indiferencia en cuanto a su aspecto estético, sin embargo al hablar del contenido de

los cajones encontramos que en el mueble guarda algunos objetos importantes como documentos legales y algunos otros de necesidades básicas así como de entretenimiento. Lo cual nos comunica una dualidad en el apego al mueble, por un lado se guardan cosas sin importancia y al mismo tiempo objetos prácticos de valor legal.

Participante 9 El participante manifiesta un apego al espacio y a las actividades que en el suceden, pero no se identifica con el mueble puesto que el mismo no le da un soporte adecuado a dichas actividades.

Participante 10 El participante manifiesta un nivel de apego importante al mueble ya que por su morfología de mesa coloca adornos los cuales podrían representar lazos emocionales además lo utiliza para diferentes actividades y su uso relacionado a la TV es ocasional.

7.2.2 Dimensiones aproximadas

Participante 1 L=1.20, A=45, H=55

Participante 2 L=80, A=38, H=75

Participante 3 L=240, A=35, H=200

Participante 4 L=90, A=45, H=60

Participante 5 L=80, A=55, H=45

Participante 6 L=60, A=45, H=85

Participante 7 L=80, A=45, H=135

Participante 8 L=180, A=40, H=90

Participante 9 L=50, A=25, H=150

Participante 10 L=100, A=60, H=25

7.2.3 Dinámica de uso

Participante 1 “Este mueble lo compre a finales de Marzo y principalmente lo uso para soportar mi televisión, la cual mide exactamente.”

Participante 2 “Pues sin más, sirve para sostener la tele, el blue ray y Roku. Además de las usuales chingaderas que uno va dejando al día a día.”

Participante 3 “Lo utilizo para la tele, para poner los libros y para adornar con detalles que he comprado o que me llaman la atención”

Participante 4 “Me sirve para poder poner todo mi equipo tanto como consolas de video, así como mi equipo de audio, y me sirve también como algo decorativo ya que pongo ciertos objetos como adornos o fotos Las actividades que hago es ver a tv como series películas o los juegos de futbol, super tazón, champions etc.”

Participante 5 “Guardar juegos de mesa, algunos DVD que veo constantemente, colocar la pantalla de TV y el reproductor de DVD donde escucho el radio o música de CD, como mesa de apoyo para algún objeto, un vaso, un libro, un juguete.”

Participante 6 Tengo mueble de cristal donde en la parte superior solo cabe la TV y en las otras 2 repisas inferiores teníamos DVD, Modem, base de teléfono, Minicomponente y Regulador de voltaje en este conectábamos los smartphone y los dejábamos sobre la mesa.

Participante 7 “Almacenar herramientas y varias cosas en los cajones inferiores, poner adornos en la parte superior.”

Participante 8 “Este mueble es útil para guardar cosas, los primeros dos cajones del lado derecho hay una caja donde tenemos cortaúñas, tijeras, plumas o cosas que son útiles

en un momento en específico, en los otros dos cajones hay papeles como visas, pasaportes, seguro social, cosas que no son tan común traer en la bolsa. En las puertas de la izquierda no hay nada relevante, un DVD que ya no se usa, consolas de Nintendo, que ya tampoco usamos y papeles o carpetas que no son nada útiles, me atrevo a decir que cuando no sabemos dónde poner algo, se pone ahí. “

Participante 9 “No cuento en si con un mueble de Tv es más bien una repisa sobre la cual ponemos la pantalla, la Tv le ve más mi hijo cuando le ponemos caricaturas o youtube.”

Participante 10 “Mi mueble para TV es también la mesa de centro de mi sala. Ahí la ponemos cuando solo estamos nosotros en la casa y cuando vienen amigos o visitas la quitamos. Contiene solo cosas decorativas y como es una mesa no hay mucho para hacer como guardarle cosas. Nos gusta que la altura se adapta al sillón y lo práctico que es como mueve de tv así como mesa de centro.”

7.2.4 Cultural

Participante 1 El objeto da soporte a rituales y costumbres realizados por el participante como es el coleccionar películas y disfrutar de verlas.

Participante 2 El mueble representa una parte de la cultura material de Monterrey ya que es un objeto en el que se puede observar el paso del tiempo y probablemente ha pasado de los padres a los hijos. Además da soporte a tradiciones y rituales como es el cine en casa.

Participante 3 El objeto apoya tradiciones y rituales del participante como es ingerir alimentos mientras ve TV así como dar soporte a objetos que ha coleccionado a lo largo del tiempo.

Participante 4 Para este participante el mueble de TV da soporte a determinadas tradiciones que giran en torno ver eventos de deportes como el súper tazón y los campeonatos de futbol de los equipos locales un aspecto cultural muy focalizado de los mexicanos y en particular de los regiomontanos, además funciona para dar almacenaje a las películas que más ve el usuario.

Participante 5 El mueble está relacionado al aspecto educativo ya que le da soporte a rituales como ver series, películas o escuchar música y almacenar libros que lee junto a sus hijos.

Participante 6 El mueble participa en algunos rituales y tradiciones familiares como la convivencia con su hija, actividades lúdicas y didácticas que caracterizan la unión familiar y fuertes lazos entre sus miembros.

Participante 7 El mueble está relacionado a tradiciones familiares como el almacenaje de determinados objetos, en este caso herramientas.

Participante 8 El mueble participa en algunos rituales de limpieza y de actividades cotidianas e incluso como un referente de cuando se tiene un viaje al extranjero o una visita al médico por los documentos que en él se guardan.

Participante 9 El mueble está relacionado a tradiciones y costumbres familiares como el juego y el aprendizaje denotando un marcado rasgo de unión entre los miembros de la familia.

Participante 10 el mueble participa en algunos rituales ligados los recuerdos por medio de elementos ornamentales.

7.2.5 Material

Participante 1 El objeto está fabricado enteramente de madera en tonalidad rojiza.

Participante 2 El mueble está fabricado en una combinación de derivados de madera tipo aglomerado y tubos de metal cromados.

Participante 3 Está fabricado a partir de objetos reutilizados, dos escaleras de aluminio tipo tijera y 4 tablones de madera.

Participante 4 El mueble está fabricado en una combinación de madera en tono nogal y estructura metálica color negro.

Participante 5 El objeto está fabricado en madera en tono wengue

Participante 6 El mueble está fabricado en una combinación de perfiles metálicos y vidrio transparente.

Participante 7 El objeto está fabricado en madera en tono caoba

Participante 8 El mueble está fabricado en mdf melamínico y jaladeras metálicas

Participante 9 en aglomerado melamínico color negro

Participante 10 El mueble está fabricado de madera y perfiles metálicos.

7.2.6 Social

Participante 1 En el caso de este participante las actividades sociales son limitadas dado que el objeto se encuentra en un espacio más privado y el individuo realiza las actividades solo.

Participante 2 En torno al objeto se realizan actividades como ver películas con amigos y comer frente a la TV.

Participante 3 Se realizan actividades de convivencia con amigos y cenas informales.

Participante 4 Las actividades o interacciones sociales que se llevan a cabo en torno a este mueble son de convivencia familiar y reuniones con amigos para ver eventos deportivos.

Participante 5 Las interacciones sociales aquí son de índole familiar, convivencia con hijos y familia.

Participante 6 La interacción social se da principalmente en un ámbito familiar, en donde las actividades giran en torno al juego y al aprendizaje entre padres e hijos.

Participante 7 Las interacciones sociales aquí son de índole familiar, convivencia con su pareja y para ver películas.

Participante 8 Las interacciones que suceden en este entorno no son tan frecuentes, sin embargo están más relacionadas al entretenimiento al ver películas o series con amigos o familia.

Participante 9 Las interacciones sociales son de convivencia entre familia y reuniones ocasionales con amigos.

Participante 10 Las interacciones que suceden en este entorno están relacionadas a la convivencia con amigos y familia. Por su tipología el mueble participa de manera directa dando soporte a dichas actividades.

7.2.7 Temporalidad

Participante 1 El mueble presenta una estética atemporal ya que hablamos de un estilo moderno o también llamado midcentury, característico de los años 50 y 60

Participante 2 En este caso el objeto representa un estilo retro muy común en los años 80`s en México.

Participante 3 el objeto representa un estilo característico del DIY (hazlo tú mismo) a partir de elementos de reutilización que podría verse atemporal por ser una solución intuitiva.

Participante 4 El mueble presenta características del diseño contemporáneo en sus líneas y acentos de estilo rústico vintage.

Participante 5 El objeto presenta características del estilo contemporáneo minimalista, característico de principios del 2000.

Participante 6 El mueble presenta características del diseño moderno e industrial.

Participante 7 El objeto presenta características del estilo moderno con una tipología morfológica relacionada al diseño clásico.

Participante 8 El mueble presenta características del diseño contemporáneo y minimalista.

Participante 9 L El objeto no presenta rasgos característicos de estilo ya que es mas bien un objeto utilitario.

Participante 10 El mueble presenta características del diseño industrial, rustico y con elementos de reciclaje.

7.2.8 Expectativas

Participante 1 las coincidencias entre ambos muebles son muy marcadas ya que el estilo moderno está presente en ambos, se podría decir que las expectativas tienen mas que ver con la calidad y posiblemente con el tamaño del objeto, refleja un aire de sofisticación y añoranza por las épocas pasadas.

Participante 2 En este caso las expectativas del participante se vuelcan hacia un mueble de estilo moderno industrial, que refleja estabilidad, robustez y resistencia, al mismo tiempo deja ver un carácter relajado y bohemio.

Participante 3 Las expectativas de este participante coinciden de manera importante con el mueble que tiene actualmente, dejando a desear una mayor capacidad de almacenaje y superficies para colocar más aparatos y objetos.

Participante 4 En este caso el participante cita: "La verdad no me gusto ninguno… no cambiaría por nada del mundo mi mueble es muy original".

Participante 5 las expectativas del participante respecto al mueble que posee varían en función del tamaño, capacidad de almacenaje y el color, coincide el estilo contemporáneo minimalista.

Participante 6 Las expectativas de este participante difieren sustancialmente con el mueble que posee, considerando que en el análisis de las imágenes se manifiesta una evidente necesidad de almacenaje más amplio, sus expectativas no se ajustan al espacio o acomodo actual de su sala.

Participante 7 Las expectativas del participante varían respecto al mueble que posee en función del tamaño, capacidad de almacenaje y el color, coincide en cierto modo con

aspectos manifestados en su narrativa, sobre todo lo referente al almacenaje y un enfoque práctico detectado en la simpleza de las respuestas.

Participante 8 las expectativas de este participante difieren notablemente, consideramos que un factor posible es que no hay participado en la selección compra, los deseos del participante van hacia un estilo marcadamente minimalista y tecnológico.

Participante 9 Las expectativas del participante desentonan de manera importante con el que tiene actualmente, determinamos que esto es debido a su tipología y que no es un mueble como tal. Sin embargo el participante manifiesta una marcada inclinación hacia una estética moderna e industrial.

Participante 10 las expectativas de este participante difieren en cierto sentido del mueble que posee, consideramos que esto se debe a que el mueble actual es versátil y no tiene una sola función, sin embargo notamos rasgos en común en el estilo y los materiales de ambos muebles.

7.3 Redes

Como parte del resultado de nuestra investigación obtuvimos una serie de redes de relaciones entre los códigos y las aportaciones de los participantes.

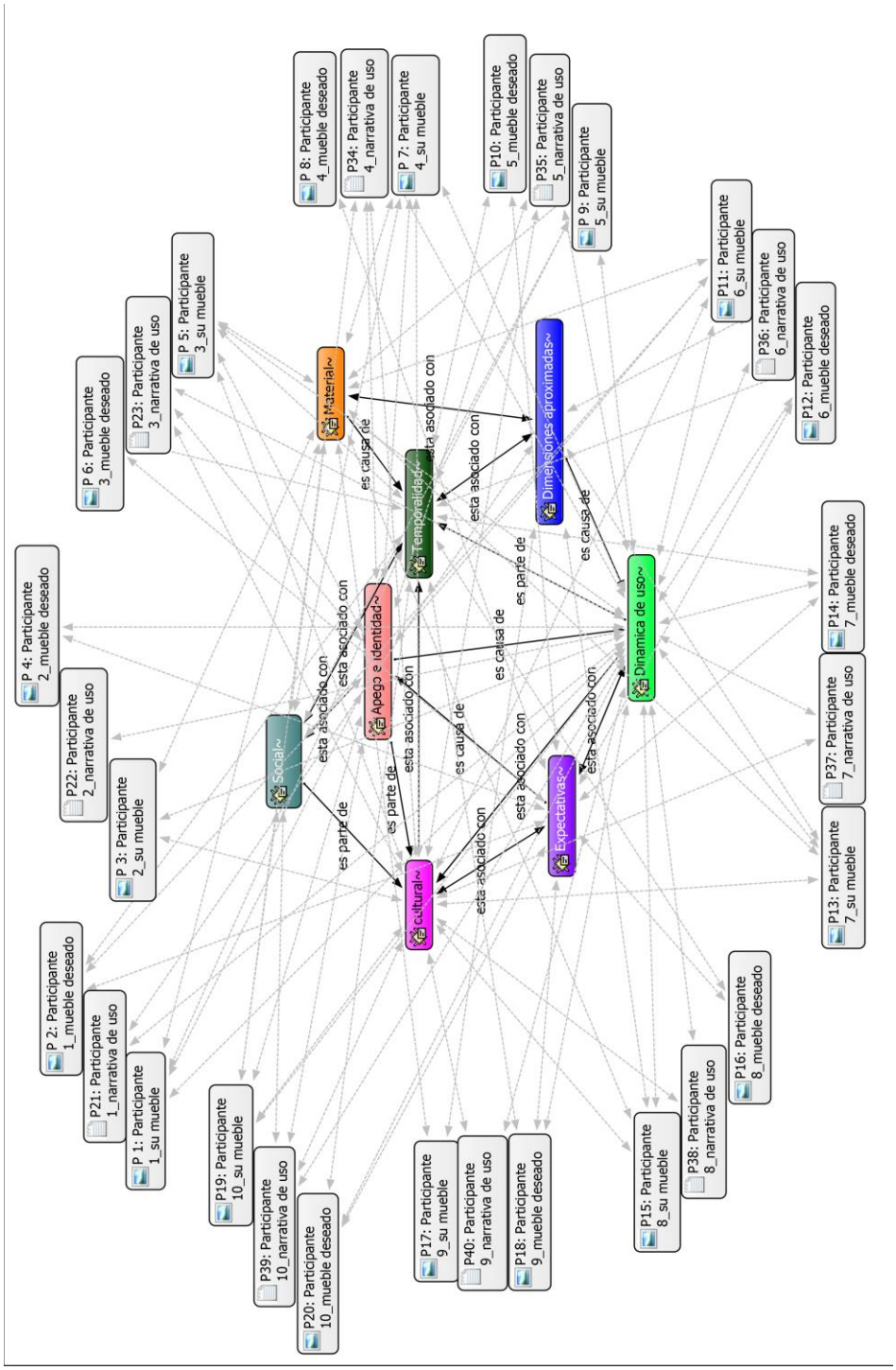

Figura 9. La figura anterior muestra una red de coincidencias entre los diferentes participantes considerando: el mueble del participante, el mueble deseado y la narrativa con sus respectivos enlaces a los códigos establecidos.

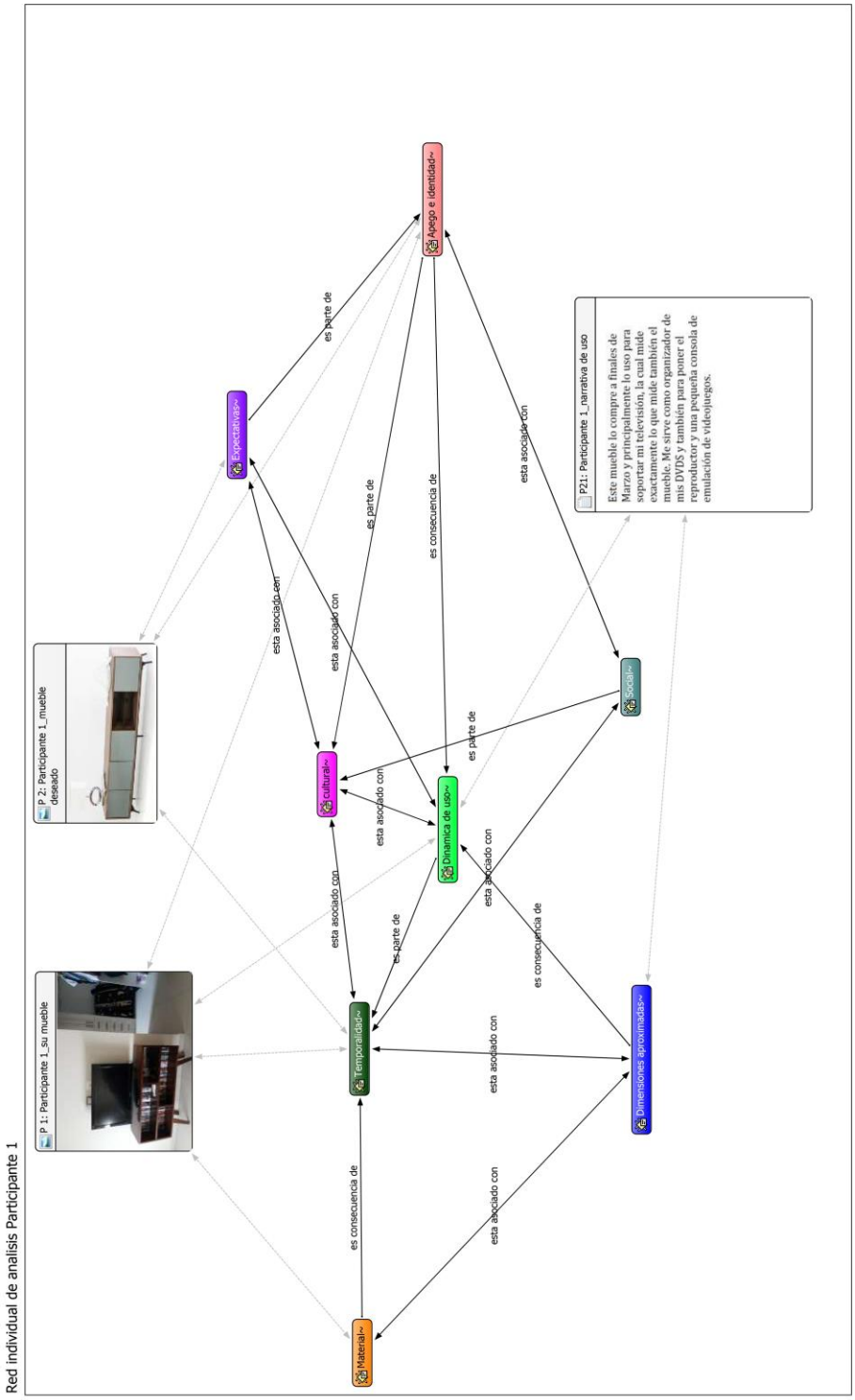

Figura 10. La figura anterior muestra la red individual del participante 1 donde se muestran los enlaces y relaciones a los diversos códigos.

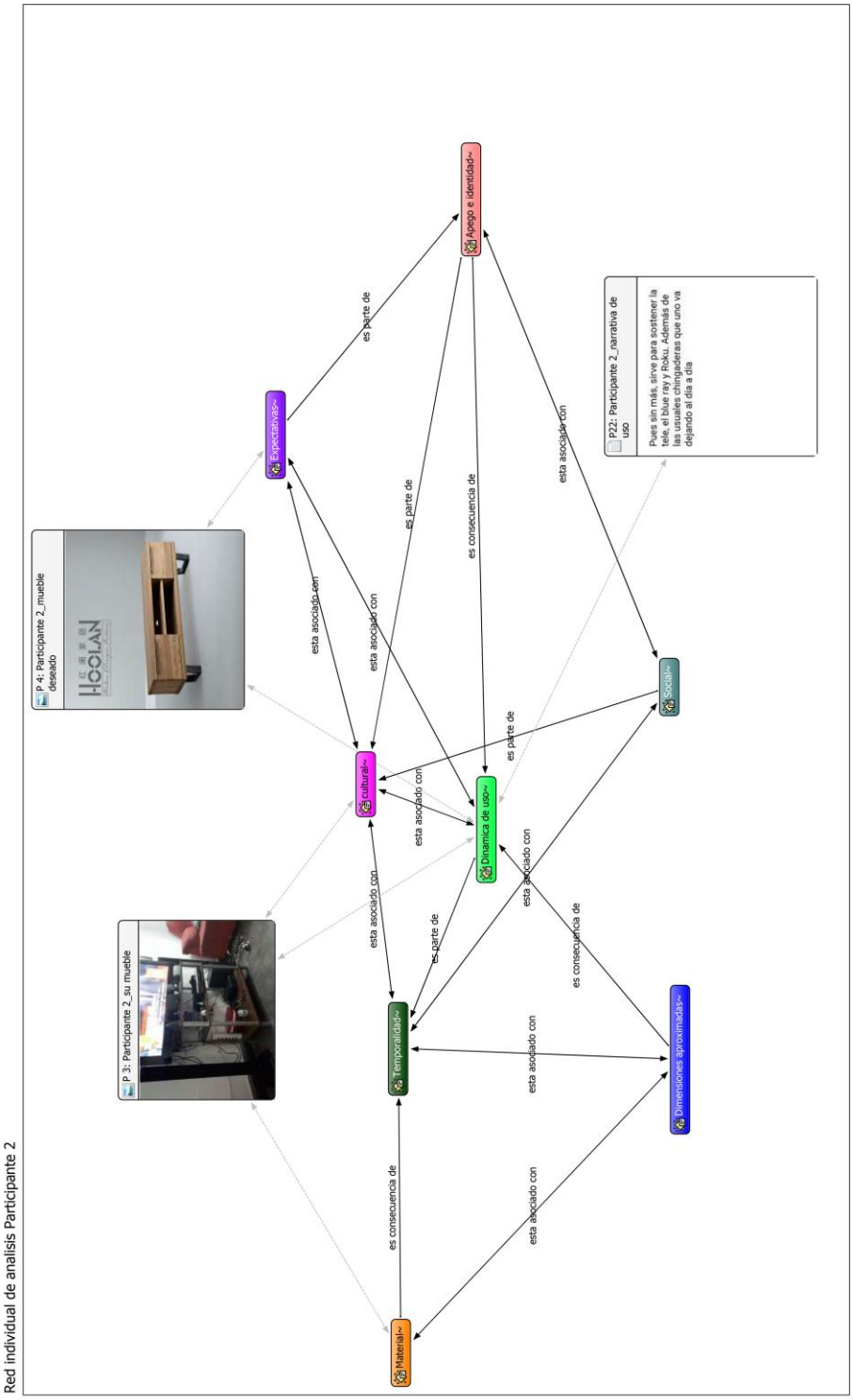

Figura 11. La figura anterior muestra la red individual del participante 2 donde se muestran los enlaces y relaciones a los diversos códigos.

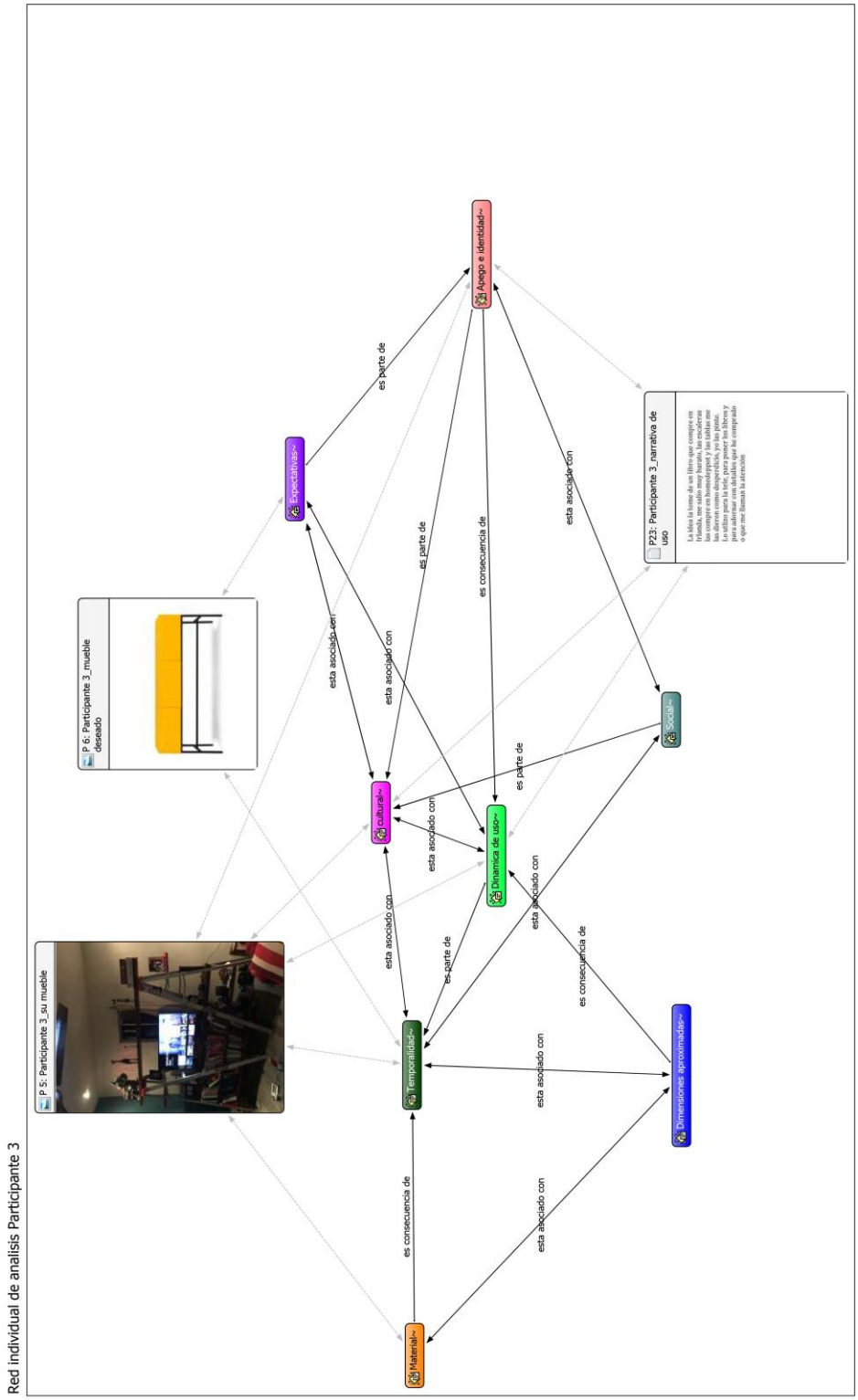

Figura 12. La figura anterior muestra la red individual del participante 3 donde se muestran los enlaces y relaciones a los diversos códigos.

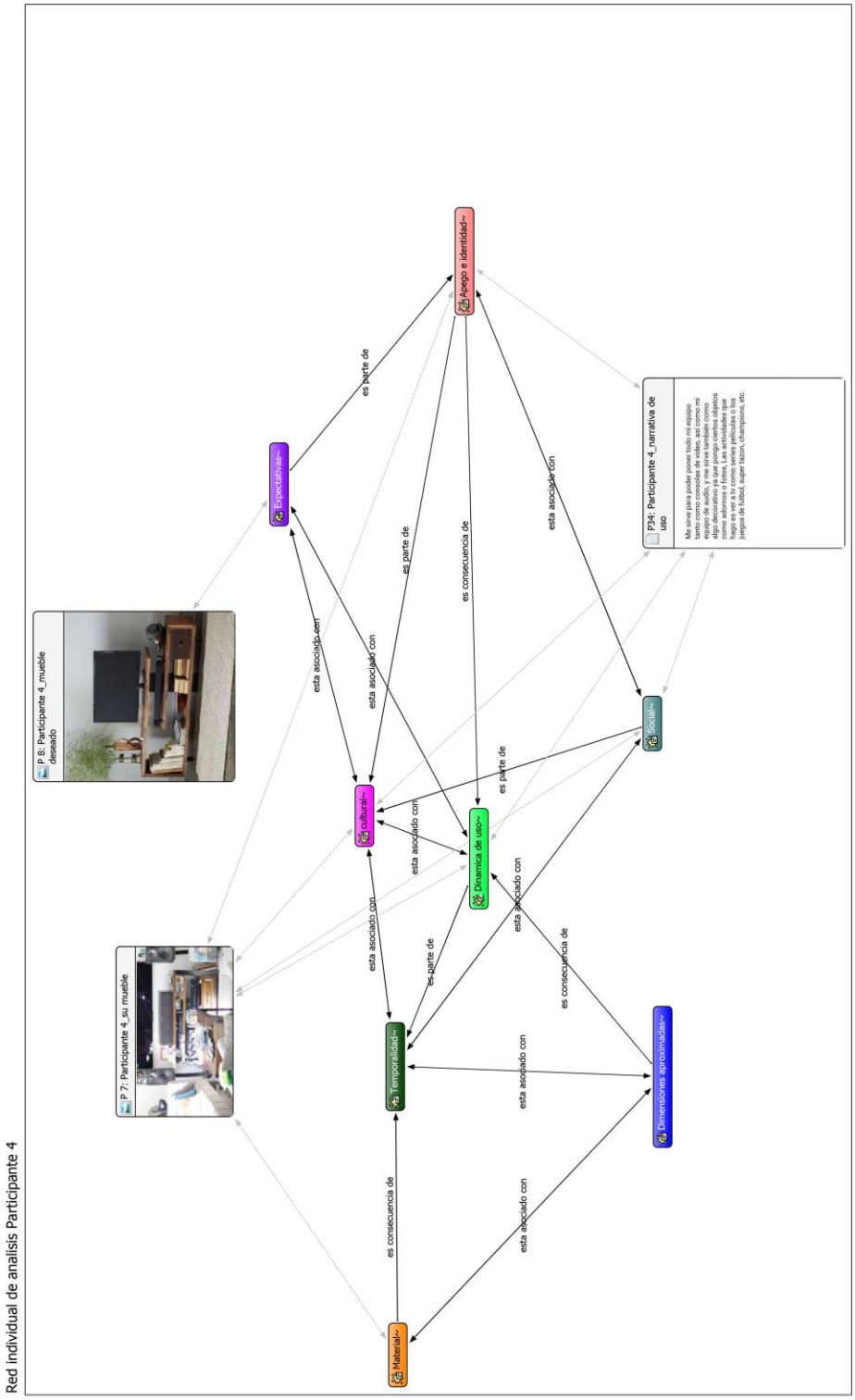

Figura 13. La figura anterior muestra la red individual del participante 4 donde se muestran los enlaces y relaciones a los diversos códigos.

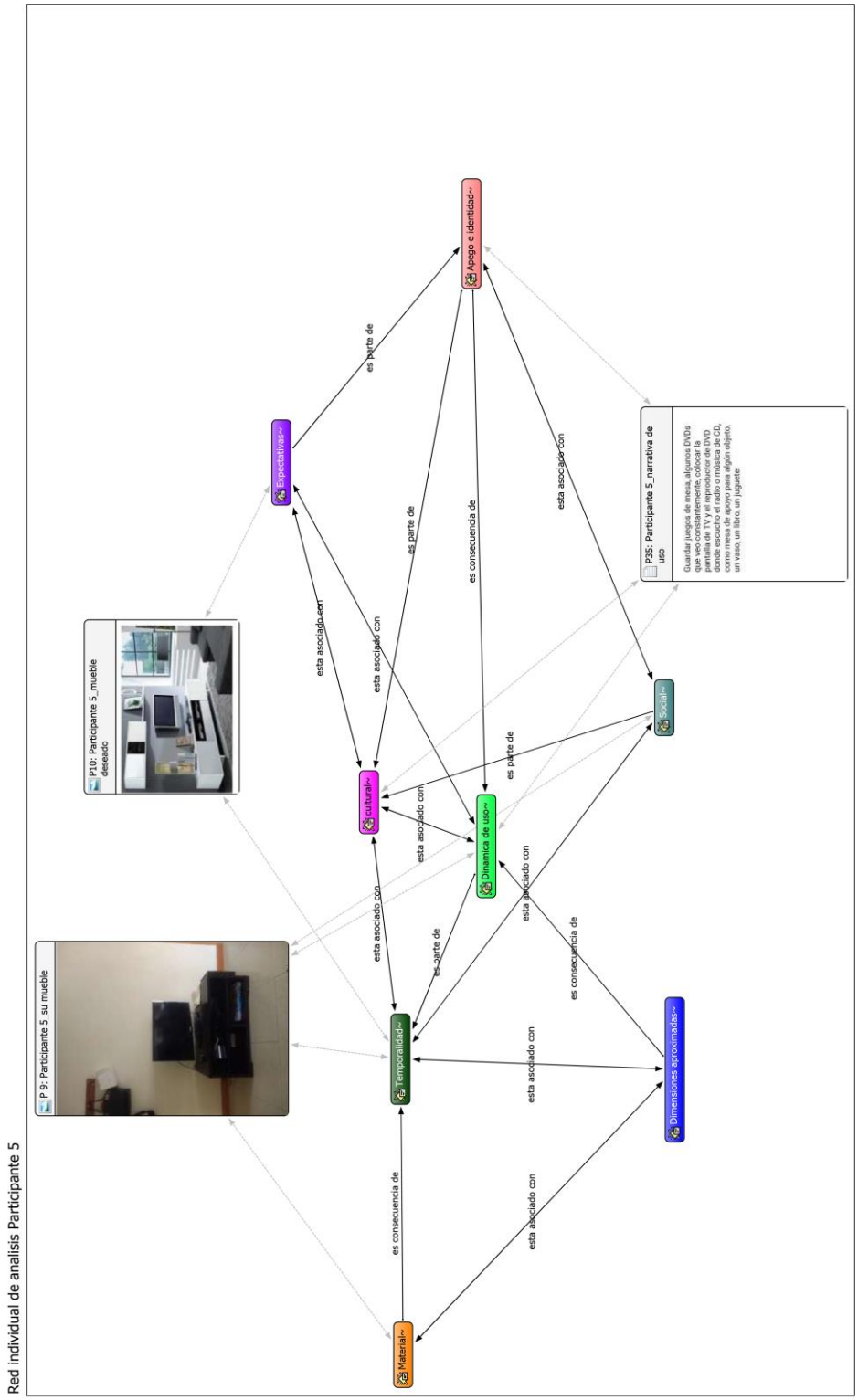

Figura 14. La figura anterior muestra la red individual del participante 5 donde se muestran los enlaces y relaciones a los diversos códigos.

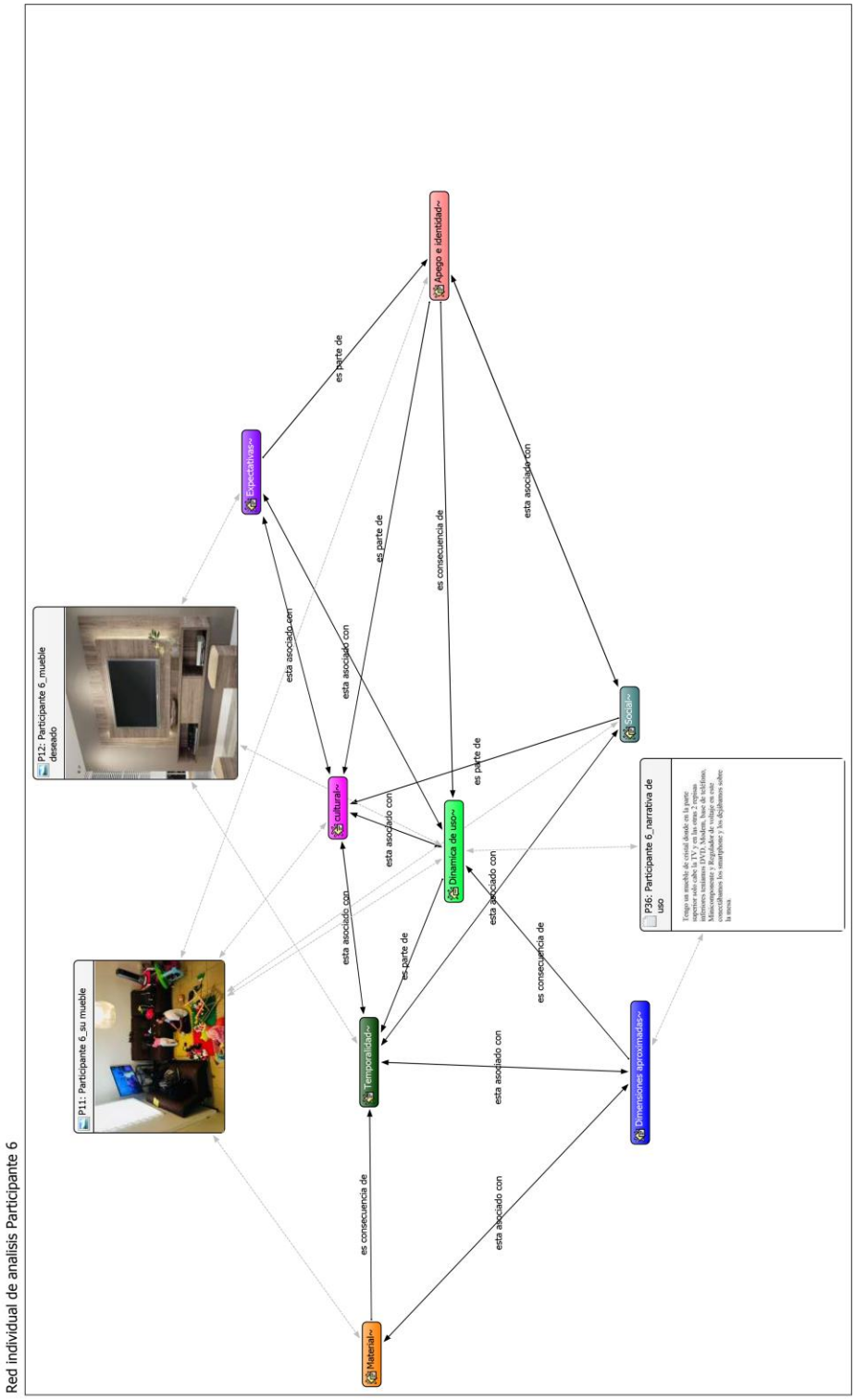

Figura 15. La figura anterior muestra la red individual del participante 6 donde se muestran los enlaces y relaciones a los diversos códigos.

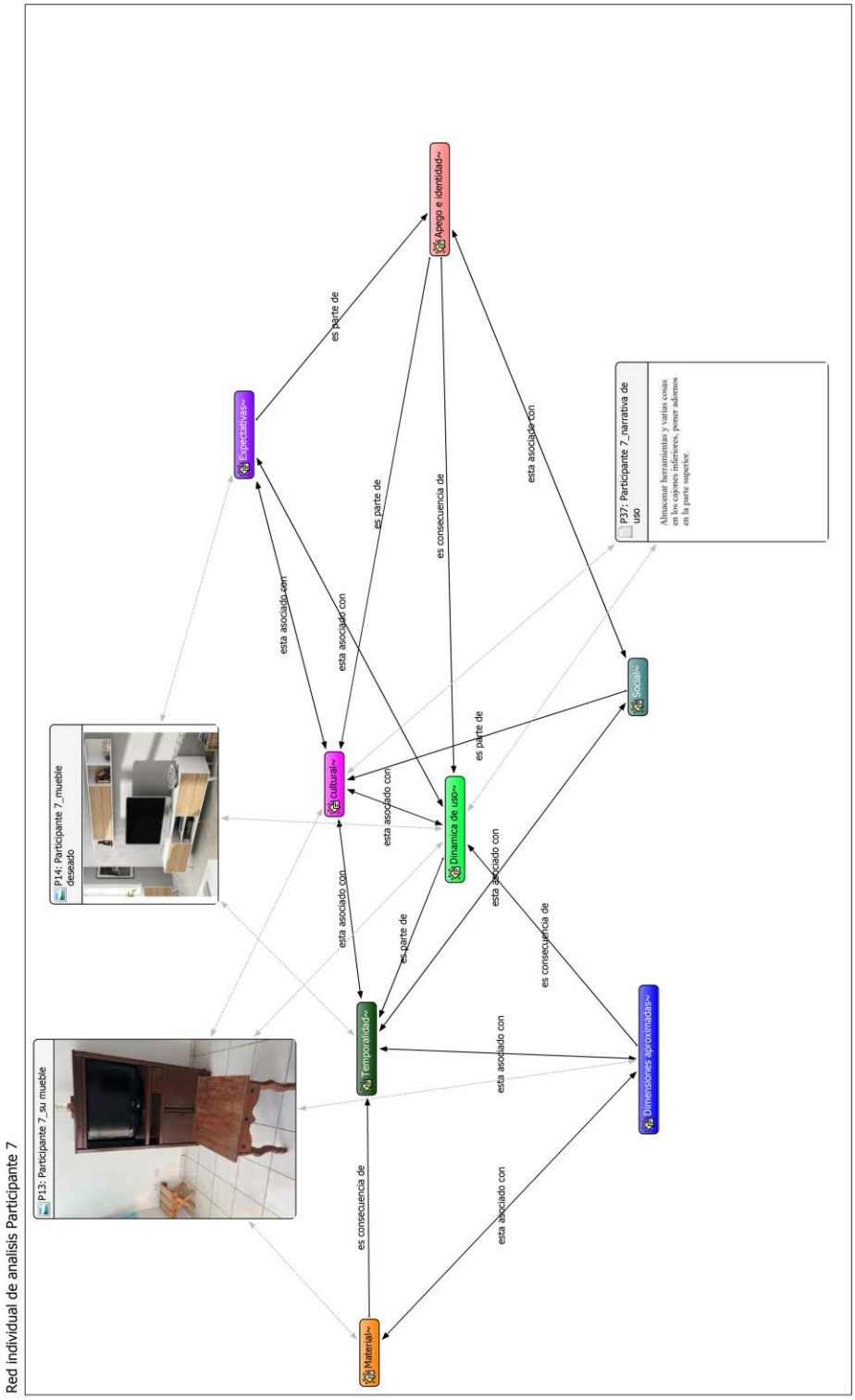

Figura 16. La figura anterior muestra la red individual del participante 7 donde se muestran los enlaces y relaciones a los diversos códigos.

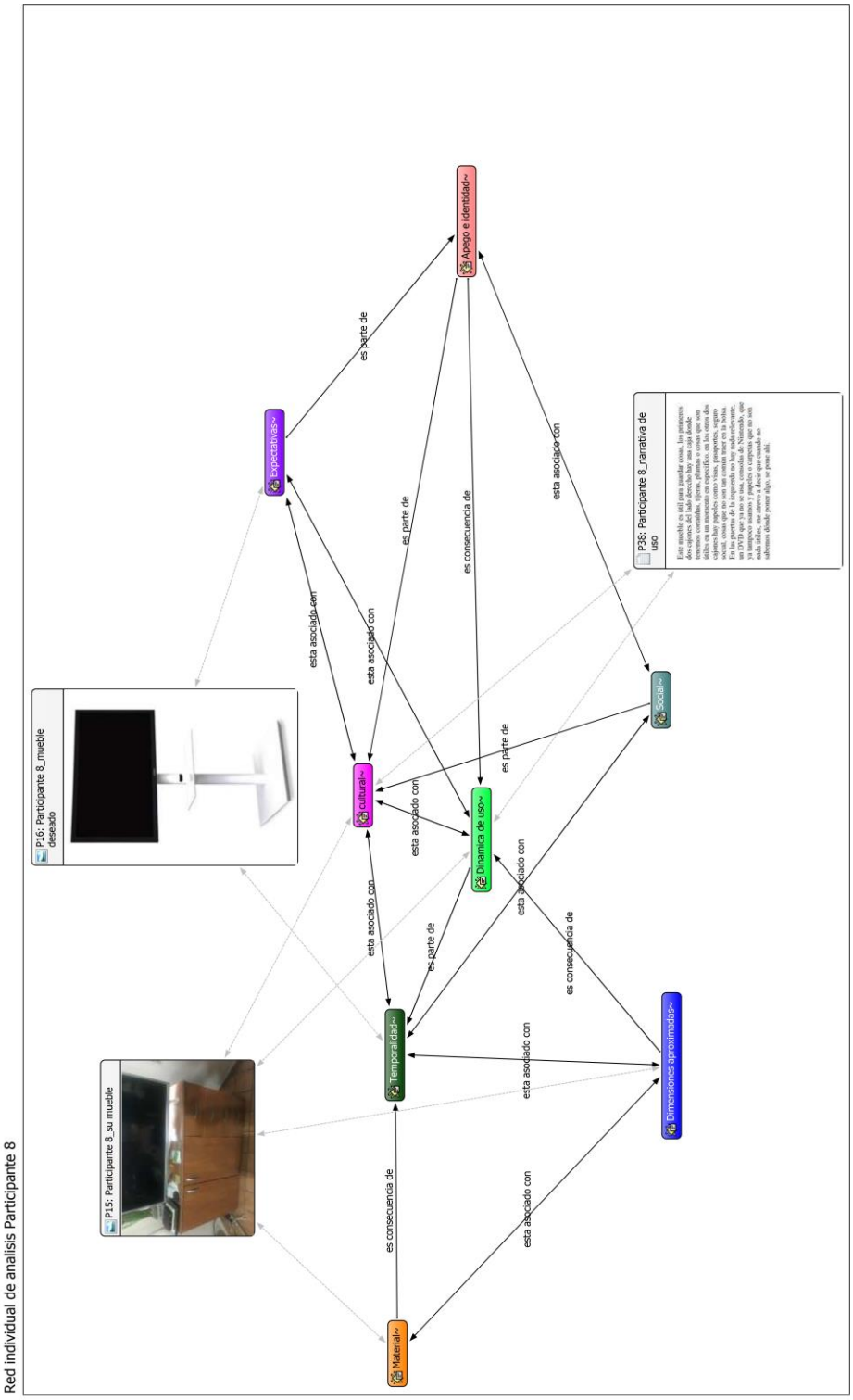

Figura 17. La figura anterior muestra la red individual del participante 8 donde se muestran los enlaces y relaciones a los diversos códigos.

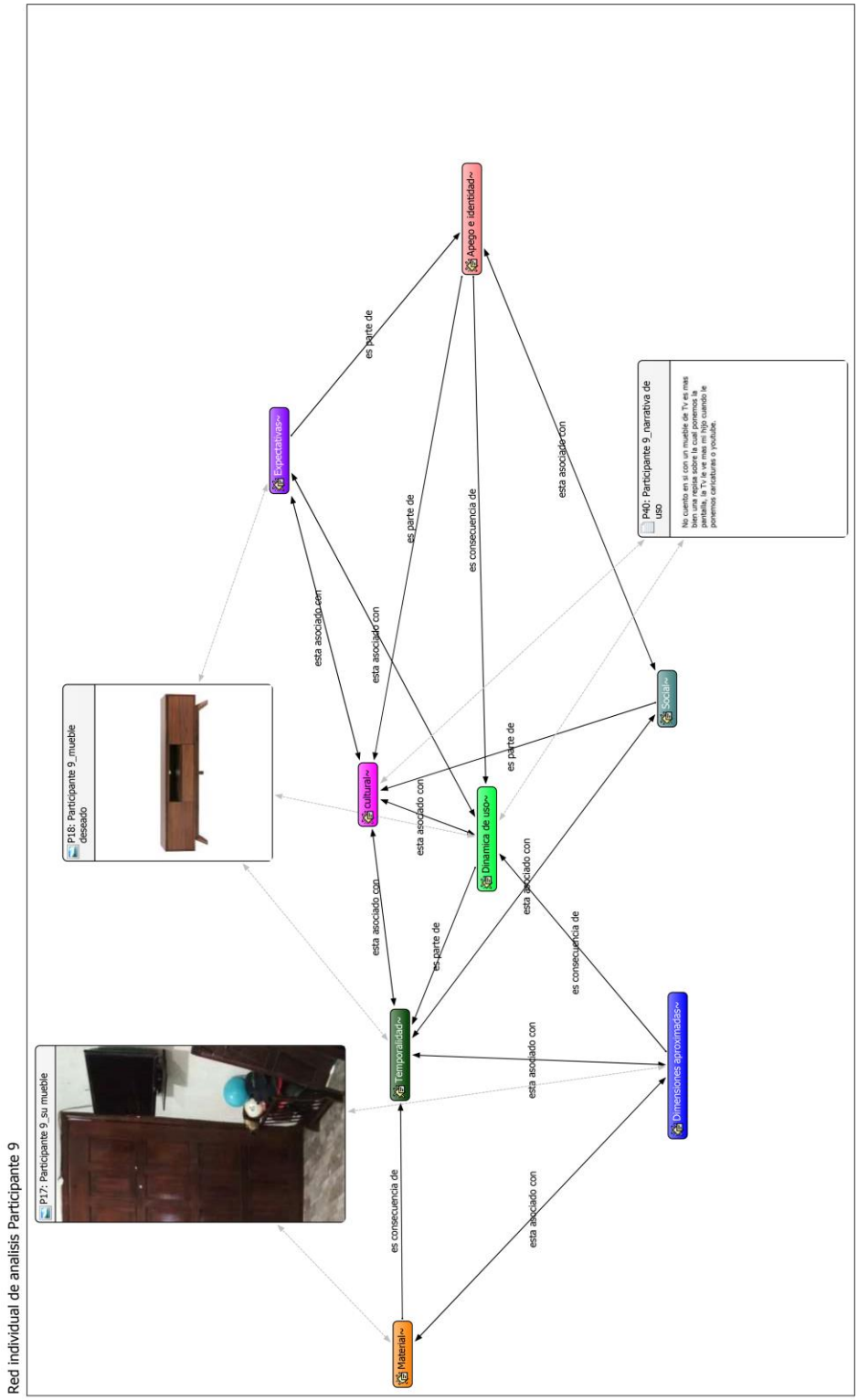

Figura 18. La figura anterior muestra la red individual del participante 9 donde se muestran los enlaces y relaciones a los diversos códigos.

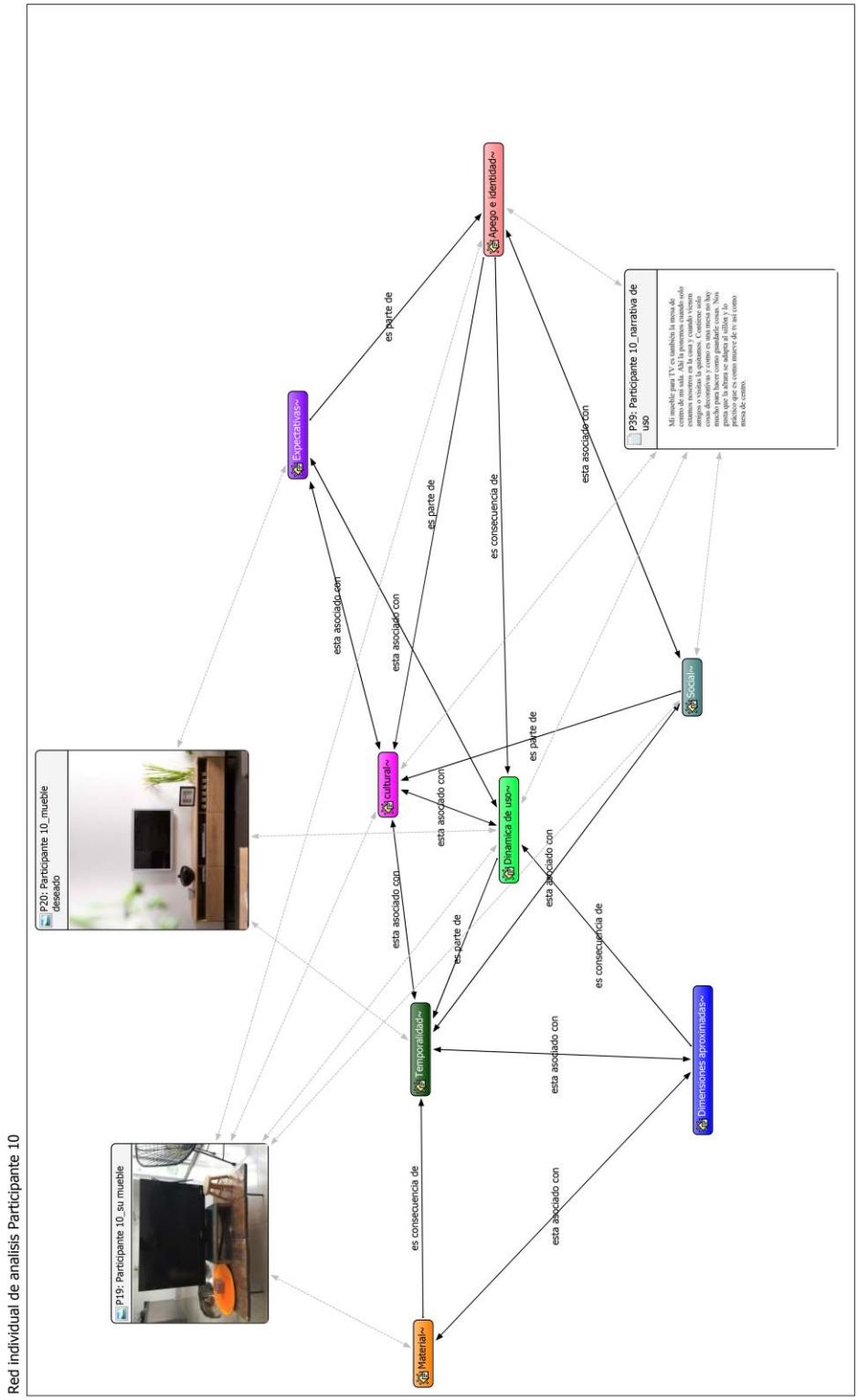

Figura 19. La figura anterior muestra la red individual del participante 10 donde se muestran los enlaces y relaciones a los diversos códigos.