

Etnografía aplicada al diseño industrial

Enrique Bonilla Rodríguez y Sandra Amelia Martí (*)

Actas de Diseño (2020, julio),
Vol. 31, pp. 61-66. ISSN 1850-2032.
Fecha de recepción: julio 2015
Fecha de aceptación: febrero 2017
Versión final: julio 2020

Resumen: En este trabajo se analizan los métodos de la antropología relacionados con la etnografía, las técnicas utilizadas de manera tradicional por los investigadores en el trabajo de campo y el conocimiento cultural de los diferentes grupos sociales. Las técnicas tradicionales de este método cualitativo detallan la importancia de la observación directa no participante, participante, la sistematización de la información recopilada y el uso de los datos secundarios, haciendo énfasis en el trabajo de campo como un elemento básico para su realización. Todo ello llevado a la práctica del diseño industrial como parte del proceso en el conocimiento de la relación objeto-usuario y el diseño centrado en el mismo. Para determinar variables que favorezcan un diseño objetivo para quienes va dirigido.

Palabras clave: Etnografía - diseño industrial - trabajo de campo - metodología.

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en p. 66]

Introducción

En la formación de antropólogos profesionales en México, un requerimiento importante consiste en realizar un trabajo de campo tan intenso y amplio como sea posible. Esta experiencia debe ser tomada con una actitud de compromiso social hacia las poblaciones en las que se trabaja, fundamentalmente pueblos indios y otros sectores sociales marcados por la pobreza y la marginación. Manuel Gamio estableció esta orientación desde principios del siglo veinte en el marco ideológico del nacionalismo de la Revolución Mexicana y ha seguido diversos cauces, desde el discurso indigenista articulado a la política social del Estado hasta el activismo radical maoísta de los años setenta.

Es indudable, entonces, que existe una larga y densa tradición etnográfica que ha dotado de un estilo propio a nuestras investigaciones antropológicas. Sin embargo, atentos a los resultados y a las definiciones de posiciones teóricas y políticas, se ha dejado de lado la reflexión metodológica, es decir, el recuento y análisis de las estrategias de investigación en el trabajo de campo, la eficacia de las técnicas desarrolladas, así como el reconocimiento de la trama del poder o ideología en la que se inscribe el investigador como persona, la investigación, los diversos personajes con los que se interactúa institucionalmente para hacer posible el trabajo para las poblaciones en las que se reside e investiga.

Alfonso Villa Rojas fue uno de los más destacados antropólogos mexicanos del siglo veinte, particularmente por su decidido compromiso con el indigenismo integracionista y con una orientación teórica funcionalista, adquirida por su formación en la Universidad de Chicago, en Estados Unidos.

El énfasis del ensayo está puesto en el trabajo de campo desarrollado por Villa Rojas en Quintana Roo y Chiapas, donde realizó investigaciones que le permitieron contribuir sustanciosamente a la etnografía de los pueblos indios mexicanos.

En su mayor parte se trata de notas breves sobre el pueblo, el clima y las personas con las que se encuentra; no hay

reflexiones personales sobre su estado de ánimo ni sobre cuestiones generales en el diario de campo de Villa Rojas. El interés por detallar estos aspectos de la estructura de este trabajo responde a dos intenciones: por una parte, destacar la complejidad implicada en la elaboración de los materiales de campo, recogidos en su mayor parte por Villa Rojas; no son descripciones simples, evidentemente, sino una presentación de datos bien organizados y estructurados. Por otra parte, señalar el diseño de una estructura expositiva que responde a una clara posición teórica establecida por Redfield a partir de sus propuestas sobre el cambio social y cultural que fue usada por Villa Rojas (Álvarez, 1995).

La lógica de su concepción teórica se reconoce asimismo en la obra de síntesis de Redfield (1941), que constituye los referentes etnográficos de su modelo teórico del *continuum folk-urbano* y que, en este trabajo, son importantes. El trabajo de campo mediante la observación directa no participante y la participante es considerado dentro y fuera de la disciplina como una de las características más distintivas de la antropología. No se tiene interés en continuar el debate sobre quién fue el inventor de este método de investigación (cualitativo) o en donde tuvo lugar por primera vez su invención. Lo importante es clarificar el método y la aplicación en poblaciones modernas y con fines específicos, en donde las técnicas mencionadas y el contexto social y cultural son importantes para conocer introspectiva y objetivamente el comportamiento del usuario de manera contextual, social y cultural, así como el uso de objetos de diseño para contar con variables que sirvan al rediseño o mejoramiento de estos objetos o bien la carencia de estos o de tecnología en contextos culturales urbanos o rurales.

La etnografía en el trabajo de campo y al estudiar poblaciones o grupos de pobladores con un interés específico es necesaria y, como señalaba Malinowskyi (1973), cuanto más cerca se vive de un poblado y más se observa a los nativos mejor. Traducido a la práctica del diseño, podemos situar que: “entre más cerca del usuario con el uso de los objetos de diseño, mejor conoceremos sus impre-

siones, sus necesidades, apreciaciones del producto en su contexto social y cultural” (Bonilla, 2012). La importancia de los postulados de la técnica etnográfica y de la importancia del trabajo de campo surgen nuevamente de Malinowski (1973) en el estudio de las Islas Tobriand. Tuvo seis aspectos cruciales que actualmente se continúan con sus matices en el trabajo de campo, metodológicos y epistemológicos: (1) vivió durante un largo período de tiempo entre los miembros de la comunidad que estudió; (2) enfocó su investigación en pocos temas específicos; (3) estudió a los Tobriandeses en su forma de vida presente y no en el pasado; (4) aprendió la lengua vernácula; (5) aumentó el número de sus observaciones sobre la vida cotidiana y las instituciones nativas; y (6) cambió el estilo de escribir los informes. Estas técnicas son ahora el fundamento de la metodología etnográfica aplicada actualmente, nombrada de muchas maneras, de acuerdo a su aplicación: método cualitativo, método descriptivo, método observacional, estudio contextual, método descriptivo, etnografía, etcétera (Malinowski, 1973). Las más de las veces tomando el nombre del objeto de estudio del que se trate como estudios cualitativos en educación o método observacional en trabajadores de ciertas industrias. En este caso, hablaremos de la Etnografía aplicada en el diseño industrial.

La etnografía y el diseño

El investigador etnográfico, al desear acercarse a la verdadera naturaleza de las realidades humanas, como es el caso, enfocada al uso de objetos de diseño, se debe centrar en la descripción y la comprensión. Por eso, se debe proceder como lo hace un antropólogo que quiere conocer una cultura diferente a la suya: profundiza en su investigación con una mente lo más abierta posible y permite que vayan emergiendo las impresiones y sus relaciones. A medida que las impresiones se van formando, las analiza y compara con diferentes medios (contrasta las fuentes de datos mediante una cierta triangulación de perspectivas teóricas diferentes), hasta que su interpretación le parezca válida y quede satisfecho intelectualmente con ella. Esto no ocurre solo por el hecho de que el documento final de los resultados vaya con una redacción legible, puesto que el trabajo más importante radica en la formación de enunciados, postulados y premisas, en donde la lógica formal juega su papel más importante: la deducción y la inducción son elementos lógicos que le dan cuerpo a la información y que, al igual que el método cuantitativo es la parte, que le da ese carácter científico y no la mera descripción de hechos (Spradley, 1980).

Aplicando la lógica simbólica tenemos los siguientes tipos de enunciados y sus relaciones y jutores para ejemplificar la construcción de premisas y conclusiones, en la construcción de los resultados de una investigación cualitativa. Esta relación nos da una idea de las formas lógicas y de la deducción o inducción que entre encontramos en cualquier estudio etnográfico: la lógica como la base de toda conclusión de la relación objeto-usuario. De esta manera es que hoy conocemos la vida y costumbres de los grupos indígenas como los Huicholes, Yaquis o Tobas o de las llamadas tribus urbanas, sin

temor a descontextualizar los hechos ni los resultados. La descripción de estos grupos da lugar a su conocimiento cultural y contextual de manera objetiva, clara y concisa. Ello como resultado de la lógica formal en el análisis de los resultados subjetivos: de ahí la riqueza de la etnografía como método cualitativo. Aun así, hay otras técnicas para conocer la subjetividad de las personas en ese contexto para hacer modelos matemáticos: el teorema de Bayes o la teoría de conjuntos borrosos, que dan cuenta de la probabilidad de lo subjetivo en la elección de objetos o de la toma de decisiones.

La literatura antropológica sobre el trabajo de campo ha desarrollado desde 1980 el concepto de reflexividad como equivalente a la Conciencia del investigador sobre su persona y los condicionamientos sociales y políticos, género, edad, pertenencia étnica, clase social y afiliación política, suelen reconocerse como parte del proceso de conocimiento *vis a vis* de los pobladores o informantes. Es decir, los aspectos inherentes al investigador tales como su ideología, sus convicciones políticas o creencias religiosas deben estar fuera de los grupos que está estudiando, debe permanecer totalmente neutral y su experiencia como observador sin prejuicios prefigurados o adquiridos por su propia experiencia, y solo anotar lo que observa. Esto incluye comportamientos y los hechos relacionados con sus mismas convicciones de investigador, ya que de no hacerlo pierde su objetividad y el estudio etnográfico pierde validez, puesto que podría mezclar sus convicciones basadas en su experiencia y olvidando las del grupo que estudia.

De ahí la importancia de estudiar y analizar en el Diseño Industrial no solo el proceso, sino cómo es el comportamiento, el uso y experiencias del objeto del diseño y también en el contexto cultural y social donde el usuario realiza esa interacción con los productos. Más aún, con los contextos donde no han llegado los avances tecnológicos y mucho menos productos modernos para satisfacer necesidades, en los cuales lo social, económico y cultural está en una fase de desarrollo a lo urbano.

Para Fabregat (1984), la vivienda y el contexto en relación con los objetos es que:

El diseño Industrial juega aquí un papel importante en varios sentidos. 1) En el de que produce la imagen a consumir del bienestar funcional derivado de la relativa capacidad económica de los individuos dentro del sistema industrial y urbano. 2) En el que establece el modelo a seguir en materia de gustos y de identificación estética, en materia de vivienda y 3) en el de que se reconoce como autoridad técnica última y como razón determinante del hábitat íntimo o refugio social donde realizarse en relativa libertad la persona.

La antropología comenzó acumulando datos sobre diferentes culturas durante la mitad del siglo XIX. Era necesario para explicar las diferencias y similitudes culturales que se presentaban. Este deseo de contar con una amplitud de diversidades culturales dio origen a las teorías antropológicas.

Una teoría es una forma que sugiere una relación entre fenómenos. Las teorías nos permiten reducir la realidad a un conjunto abstracto de principios. Estos principios

antropológicos nos permiten ver una cantidad de información etnográfica de diferentes partes del mundo. Una buena teoría es aquella que puede explicar y predecir. En otras palabras, las teorías como modelos de la realidad permiten alguna medida de orden a un mundo amplio y complejo, de ahí la aplicación en la relación objeto-usuario.

Cuando las teorías ofrecen una forma de pruebas, se usan para generar hipótesis (que son proposiciones que ofrecen una base para investigar) que luego deben ser probadas en una investigación empírica. En la prueba de una hipótesis, es posible determinar cómo acercar los datos actuales con los datos esperados.

Si el fundamento es consistente con lo que se esperaba, la teoría será fuerte; si no, la teoría deberá ser revisada o abandonada. Pero, por otro lado, la teoría origina, sirve o tiene la importancia de guía empírica que es cuando la teoría cambia en la presentación de nuevos datos (Ferraro y Andreatta, 2010).

Las teorías antropológicas dan cuenta a preguntas tales como ¿por qué la gente se comporta de determinada manera? ¿Cómo nos damos cuenta de la diversidad humana? Estas preguntas guiaron su desarrollo en el siglo XIX para teorizar y son relevantes hasta el día de hoy.

Algunas de las orientaciones teóricas, tales como el difusionismo, atraen mucho la atención y son ampliamente aceptadas hoy. Por su parte, el evolucionismo u otras, han sido modificadas y trabajadas en algo nuevo y, algunas, como el funcionalismo, continúan con alguna popularidad. Consideramos que esta última es la mejor para aplicar en el diseño industrial.

La etnografía es el estudio descriptivo de una sociedad humana en particular o al proceso de realizar tal estudio. Basada fundamentalmente en el trabajo de campo, la etnografía requiere la inmersión del etnógrafo en la cultura y la vida diaria de la gente, que son los sujetos de estudio. La etnografía se hace cargo del estudio de pequeños grupos de sujetos en su ambiente y contexto para obtener detalles entendidos de las circunstancias de los pocos sujetos a ser estudiados.

La etnografía es a la vez descriptiva e interpretativa: descriptiva porque el etnógrafo debe determinar el significado de las observaciones sin una recopilación de datos amplia o de información estadística. Clifford Geertz (1973) acuñó el término “descripción gruesa” para transmitir la metodología del etnógrafo.

Para conducir las investigaciones, los etnógrafos o también llamados trabajadores de campo, a menudo viven entre la gente que están estudiando o al menos pasan un tiempo considerable con ellos. En el campo el etnógrafo se dedica a realizar una observación participante, de ser posible en la vida diaria local, haciendo observaciones cuidadosas, participando en ceremonias y rituales importantes de una cultura o compartiendo actividades ordinarias tales como la preparación y consumo de alimentos. Esta técnica está destinada a ofrecer una perspectiva *emic*, o sea, del punto de vista nativo o del grupo de estudio, sin imponer el marco conceptual de los observadores. El punto de vista *etic* o perspectiva externa sobre la vida diaria, es un componente único y crítico de la investigación etnográfica que no influye en el investigador (Harris, 1996).

En resumen, los etnógrafos usan una técnica conocida como triangulación para identificar fuentes de datos múltiples tales como notas de campo (observación directa no participante), entrevistas y documentos del lugar, los cuales se trabajan juntos para dar soporte a los reclamos de su investigación.

La etnografía es un método de investigación cualitativa y el producto puede distinguirse de otros métodos de investigación cuantitativa, la investigación de políticas públicas y periodismo. La investigación cuantitativa usualmente presenta un gran número de casos en menor profundidad, mide la frecuencia o el uso de estadísticas. La investigación de políticas públicas generalmente ofrece información que puede ser utilizada por los políticos para decidir cómo los ambientes específicos pueden ser entendidos en términos de respuestas sociales. El periodismo ofrece salida de noticias objetivas de información en poco tiempo como una manera de tener una audiencia. Como un método de investigación cualitativa la etnografía ofrece varias ventajas: primero, la etnografía puede dar cuenta de la complejidad de los ambientes del grupo, revela interacciones entre dimensiones multifacéticas de interacciones grupales y ofrece un contexto para los comportamientos del grupo en particular.

La etnografía puede revelar cualidades de experiencias grupales en una forma que otros métodos no pueden hacerlo como un simple cuestionario cerrado y orientado a cierto fin.

Ello puede ayudar a determinar las preguntas futuras y tipos de seguimiento de las investigaciones.

Mediante la ampliación del rango de conocimiento y entendimiento del mundo, los investigadores a menudo son hábiles para entender por qué estos comportamientos ocurren.

Los métodos clásicos de la etnografía son aquellos que han sido tradicionalmente utilizados por los antropólogos, como el análisis de datos secundarios, trabajo de campo, observación de las actividades de interés, registro de las notas de campo y observaciones, participando en actividades durante las observaciones (observación participante) y llevando a cabo varias formas de entrevistas informales y semiestructuradas. Nos referimos a ellos como métodos de etnografía básica clásica para distinguirlo de otros métodos clásicos etnográficos empleados por mucho tiempo por los antropólogos, como el mapa físico de estudio del sitio, la realización de los censos del lugar y genealogías, evaluación de los lazos de redes y el uso de la fotografía y otros métodos audiovisuales. La diferencia entre las grandes categorías del método clásico y las subcategorías del método clásico básico está asociada con el entorno social a ser estudiado.

Lo amplio del método de la etnografía clásica es aquello que está frecuentemente asociado con el estudio de las comunidades o poblaciones. Este método clásico es también aplicado a otros entornos sociales, tales como organizaciones, instituciones, reuniones y cualquier contexto donde los seres humanos interactúan.

La etnografía tiene una tendencia creciente desde hace 40 años de trabajo entre etnólogos y antropólogos para trabajar en contextos no académicos o en una aplicación contextual.

El método etnográfico clásico se comparte con los métodos no clásicos. Estos métodos han sido adoptados por profesionales fuera de estas disciplinas de la etnografía y de la antropología.

Entre los métodos no clásicos de la etnografía se encuentran: el enfoque de la entrevista a otros grupos; las tecnologías asistidas por computadora (utilizando las técnicas etnográficas clásicas, como en los sistemas de información geográfica para conocer a las comunidades huésped) y las técnicas de entrevista altamente estructuradas, como las escalas psicométricas y otras técnicas de medición cognitivas. Estas son formas de entrevistas estructuradas que van ganando popularidad entre los etnógrafos por al menos 20 años, y se asocia ahora con esa disciplina. Esta técnica es una forma de investigación para dominios culturales o unidades de medios culturales.

Los datos secundarios son una referencia a los datos existentes para comparar nuevos datos que se van recopilando o han sido recientemente recolectados. Se inicia con la investigación que avala la información que existe sobre el tópico a ser estudiado.

En muchos enfoques positivistas o cuantitativos, tales como el conocimiento que ayuda al desarrollo de hipótesis para ser probadas en nuevos procesos de investigación, mediante el análisis estadístico de resultados tiene mucho peso.

En investigaciones de composición abierta y orientada o enfocada a la etnografía y a los métodos cualitativos, los análisis de los datos secundarios son importantes en explorar y asumir las investigaciones (las cuales algunos investigadores refieren a una primera hipótesis) o para generar preguntas de investigación para ser estudiadas más a fondo. Para todos los enfoques, el análisis de los datos secundarios ayuda en la identificación de lagunas en lo que se conoce como tópicos de investigaciones particulares, sugiriendo métodos específicos para ser usados y asegurar los datos más válidos relacionados a las preguntas o tópicos de interés.

Las siguientes fuentes de datos sobre la población, son complementarios para los estudios específicos:

- Publicaciones académicas y de difusión popular, incluyendo medios audiovisuales y productos.
- Archivos y datos estadísticos de varias fuentes administrativas nacionales, estatales y locales (Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI], Archivo General de la Nación), etc.
- Otros documentos de archivo, tales como mapas, atlas, resúmenes de títulos de propiedad.
- Registros y recolección de datos por clases económicas, educativas, de salud, servicio social, trabajo y asociaciones profesionales, registros de iglesia y otros que sean importantes en la función del objetivo de la investigación.
- La recolección de varios tipos de directorios incluyendo teléfonos, negocios locales, publicaciones de contenido social y especializadas.
- Datos personales e individuales como diarios, historias familiares, biografías, historias de vida, etcétera.

Es recomendable que el etnógrafo explore todo lo relacionado acerca de su objeto de estudio antes de realizar la recolección de los datos primarios.

Con respecto a los datos estadísticos existentes y otras fuentes secundarias, varias instituciones, organizaciones y asociaciones tienen datos relevantes online. Se recomienda a los investigadores primero explorar las fuentes online y pasar posteriormente a los datos de las instituciones donde existe la información en documentos impresos con los datos duros importantes.

El trabajo de campo es esencial para la etnografía, es una forma de investigación que involucra personalmente a los investigadores en las actividades sociales o grupos para llevar a cabo la investigación.

Los etnógrafos clásicos que estudian comunidades locales tienen una total inmersión de hacer trabajo de campo de 24 horas los 7 días a la semana, en diferentes momentos por año, por un largo período de tiempo; por ejemplo, un año. De esta manera el etnógrafo no solo convive en el terreno familiar y la dimensión espacial para investigar la dinámica sociocultural, sino también para observar aquellas dinámicas que cambian durante el día, semana o año. Pero no siempre la inmersión 24 por 7 es posible. A veces es innecesaria, como en el caso de investigar el uso de productos por parte del usuario en donde la información debe ser pronta e inmediata.

La orientación ontológica y epistemológica de la etnología ofrece los fundamentos para los atributos del etnógrafo, incluyendo el trabajo de campo. Entre estos atributos se encuentran los siguientes:

- El etnógrafo utiliza un enfoque holístico para abordar los sistemas culturales.
- La etnografía es el estudio de los contextos socioculturales, procesos y significados alrededor de los sistemas culturales.
- La etnografía es el estudio de los sistemas culturales desde la perspectiva *emic* y *etic*.
- La etnografía es un proceso de descubrimiento, haciendo inferencias y consultas continuas para intentar lograr la validez *emic*.
- La etnografía es un proceso iterativo de episodios de aprendizaje.
- La etnografía es un proceso ilimitado de aprendizaje emergente y no, un rígido experimento controlado.
- La etnografía es un proceso altamente flexible y creativo.
- La etnografía requiere un registro continuo y diario de trabajo de campo.
- La etnografía presenta el mundo del informante (para otros autores el huésped) de su población en el contexto humano.

En este marco, se propone la enseñanza formal de la etnografía orientada o aplicada al diseño industrial, en su proceso, conocimiento del usuario para obtener la información y el conocimiento del uso, las formas, así como los aspectos negativos de los objetos, en un contexto social y cultural del usuario.

La necesidad de conocer la relación objeto-usuario requiere de una metodología más directa en el conocimiento de la función, forma y material, entre muchas otras variables del objeto. La relación con el usuario en su mismo contexto social o familiar permite que sea de una manera más objetiva. Es decir, en el trabajo de campo con los objetos se logra observar cómo se usan, cómo se

manipulan, cuál es la forma de uso o si se utilizan conforme las expectativas del diseñador. Esto solo se puede realizar con una relación diferente, directa y objetiva con el usuario.

Para ello se propone la aplicación de la etnografía, una herramienta utilizada durante muchos años por los antropólogos en el estudio y conocimiento de los diferentes grupos culturales y sociales en nuestro país y en el mundo. Fue aplicada también en otras disciplinas como la medicina, el marketing, la producción industrial de productos de alta tecnología como los desarrollados por las empresas Philips, Nike, Zara, lo que hace ver la necesidad de su aplicación formal en el programa de Diseño Industrial de nuestra División.

Dicho método etnográfico, se ha venido ofreciendo durante al menos 10 años con resultados favorables en la práctica del diseño, por lo que es factible su aplicación en el proceso de diseño.

Los pasos del método etnográfico, aplicados al proceso de diseño, son:

1. Observación directa no participante.
2. Observación directa participante.
3. Entrevista abierta.
4. Historias de vida.
5. Cuestionario cerrado (cuantitativo).
6. Uso de audio y video.
7. Fotografía.
8. Análisis (Lógica Formal).
9. Resultados.

Se aplica la lógica formal en análisis de resultados cualitativos.

El uso del audio, video y fotografía con la relación objeto-usuario en su contexto, ofrecen información que se aplica al diseño (Antropología visual), que es otro enfoque etnográfico para hacer etnografía visualizando el comportamiento y el contexto de los usuarios.

El siguiente ejemplo es un resumen muy apretado de la aplicación de la etnografía en el proceso de diseño por parte de los alumnos de Diseño Industrial, en su formación académica, donde por supuesto algunos puntos de la técnica no son necesarios debido a las peculiaridades del proyecto. En este caso, se trata de un escritorio escolar para niños.

“Observación participante y no participante. En interacción de usuario con mobiliario”

- Diseño Industrial: IV Trimestre
- Grupo: AD03I - Jorge Adrian Cosío Kramsky
- Lugar: Calzada de la Virgen #3000, edificio 24, departamento 7, Colonia San Francisco Culhuacán, Delegación Coyoacán, C.P 04420

El día 15 de noviembre del 2012 se realiza a las 12 pm una Observación no participante donde se identifican los siguientes problemas:

1. El banco está muy bajo para los pies del usuario.

2. No tiene respaldo.
3. Es incómodo.
4. La altura y tamaño son insuficientes.

A las 12:30 pm en el mismo lugar, se realiza una observación participante, donde los problemas se plantean por parte de los entrevistados. Identifican los siguientes:

1. Se observa por parte de los padres que al niño se le generan molestia por el tiempo en que se encuentra en una mala postura.
2. Los padres manifiestan preocupación por el posible daño a la columna del infante.

Las posibles soluciones son: diseñar un objeto con la altura adecuada a la del usuario; integrar un respaldo adecuado a la silla; brindar comodidad al usuario; generar multifuncionalidad en el objeto.

Los parámetros fueron:

Seguridad

- Es “necesario” generar buena postura en los niños al encontrarse sentados.
- La altura adecuada del asiento produce buena circulación de la sangre en las piernas y pies del usuario.

Diseño

- Utilizar medidas adecuadas a la edad del usuario (tablas antropométricas).
- Generar propuestas de funcionalidad integradas al diseño general del objeto.

Conclusiones

El banco está muy bajo para los pies y obstruye la buena circulación de la sangre en las piernas del usuario. No tiene respaldo y genera una mala postura en el usuario que a largo plazo produce problemas de columna. Es incómodo, y dicha incomodidad hace más fácil al usuario estar de pie mientras observa la televisión o juega con videojuegos. La misma altura no permite compatibilidad con la mayoría de mesas y le resta utilidad al objeto.

A manera de conclusión

Se empleó el método etnográfico cualitativo, mediante los pasos de la etnografía en trabajo de campo, utilizando una bitácora en la observación directa no participante y en la observación participante, con el diseño de entrevista abierta y de cuestionarios, así como el uso de audio, video y fotografía como evidencia práctica y documental con las técnicas etnográficas. El análisis de video permite obtener los resultados contextuales culturales de la relación objeto-usuario. El análisis de los resultados se realiza con base en la lógica formal, de tal suerte que como resultado tenemos variables del diseño a utilizar en el proceso de desarrollo de los objetos de manera objetiva y real en interacción con los grupos sociales a quienes se pretende ofrecer los objetos terminados.

Referencias bibliográficas

- Álvarez, R. (1995). *La invención del método etnográfico. Reflexiones sobre trabajo de campo de Malinowsky en la melanesia*; Fieldwork and footnotes routine; pp. 143-158. Londres.
- Bonilla Rodríguez, E. (2012). *La etnografía y antropología visual en el diseño industrial*. Notas de curso, México.
- Fabregat, C. E. (1984). Antropología Industrial. *Anthropos*, 51(354), Barcelona.
- Ferraro, G. y Andreatta, S. (2010). *Cultural anthropology. An applied perspective*. USA: Wadsworth, Cengage Learning, pp. 69-70.
- Geertz, C. (1973). *The interpretation of cultura*. Nueva York, Basic Books Inc. [trad. española: La interpretación de las culturas, Gedisa, Barcelona, 1987]
- Harris, M. (1996). *El desarrollo de la teoría antropológica. Historia de las teorías de la cultura*. 14 ed. Editorial siglo XXI, Madrid.
- Malinowski, B. (1986). *Los argonautas del Pacífico Occidental*. Barcelona, Planeta-Agostini.
- Spradley, J. P. (1980). *Participant observation*. New York: Holt Rinehart and Winston.

Bibliografía

- Atkinson, P. y Hammersley, M. (1994). Ethnography and participant observation. En Denzin, Zin N. y Atkinson, P. y otros (2001). *Handbook of ethnography*. Thousands Oaks, CA: Sage.
- Banister, E. y Booth, G. (2005). Exploring innovative methodologies for childcentric consumer research. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 8 (2), pp. 157-175.
- Burgess, R. (1984). *In the Field. An Introduction to Field Research*. London, Alien & Unwin.
- Cordeiro, G. I. (2011). Les ciutats es fan per dins. Desafiaments en etnografia urbana. *Arxiu d'Etnografia de Catalunya*, 12.
- Felix, R. (2008). Product relationships, brand meanings, and symbolism form and stream brands: the case of the sports bike community. *Latin American Advances in Consumer Research*, 2, pp. 10-15.
- Foster, G. M. (1969). *Antropología aplicada*. Fondo de Cultura Económica, México.
- García, N. (1995). *Consumidores y ciudadanos: Conflictos multiculturales de la globalización*. México: Grijalbo.
- Geertz, C. (1989). *El antropólogo como autor*. Paidós, Barcelona.
- Guber, R. (2001). *La etnografía, método, campo y reflexividad*. Editorial Norma, Bogotá.
- Lewis, O. (1959). *Five Families: Mexican Case Studies in the Culture of Poverty*. New York, Basic Books.
- Lewis, O. (1961). *The Children of Sánchez*. New York, Random house.
- Roca, J. G. (1998). *Antropología industrial y de la empresa*. Ariel Antropología, España.
- Seppilli, T. (2008). L'antropologia entre individu i context: una interpretació sistèmica de la condició humana, *Arxiu d'Etnografia de Catalunya*, 11, pp. 199-229.

Abstract: In this paper we analyze the methods of anthropology related to ethnography, techniques traditionally used by researchers in field work and cultural knowledge of different social groups. The traditional techniques of this qualitative method in which the importance of direct non-participant participant observation, the systematization of collected information and the use of secondary data are detailed, with emphasis on field work as a basic element for its realization. All this led to the practice of industrial design as part of the process in the knowledge of object user relationship and design focused on it. To determine variables that favor an objective design for whom it is intended.

Keywords: Ethnography - industrial design - fieldwork - methodology.

Resumo: Neste trabalho se analisam os métodos da antropologia relacionados com a etnografia, as técnicas utilizadas de modo tradicional pelos investigadores no trabalho de campo e o conhecimento cultural dos diferentes grupos sociais. As técnicas tradicionais deste método qualitativo especificam a importância da observação direta não participante, participante, a sistematização da informação recopilada e o uso dos dados secundários, fazendo ênfase no trabalho de campo como um elemento básico para sua realização. Todo isso levado à prática do design industrial como parte do processo no conhecimento da relação objeto-usuário e o design centrado nele, para determinar variáveis que favoreçam um design objetivo para quem vá dirigido.

Palavras chave: Etnografia, design industrial, trabalho de campo, metodologia

(* **Enrique Bonilla Rodríguez**, Profesor Investigador de la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM) Unidad Xochimilco. Médico Cirujano, Antropólogo Físico. Estudios de posgrado de Ingeniería Biomédica, Diseño Industrial y Doctorado en Antropología por la ENAH. Desarrollo y patentes de equipos para laboratorio "antropómetro" e "infantómetro somatométrico", patentados por la UAM y lápiz triangular para Berol. Miembro Sociedad Mexicana de Ingeniería Biomédica, Sociedad Mexicana de Antropología Biológica y exmiembro del comité científico Internacional de la Sociedad Internacional de Ergonomía y de la Sociedad de Ergonomía y Factores Humanos de México. **Sandra Amelia Martí**, Artista visual. Miembro fundadora e integrante desde el año 1993 a la fecha del grupo mendocino Colectivo Minas de Arte. Investiga temas acerca de los "Imaginario, mitos y diversas relaciones sociales entre el arte, diseño y publicidad". Participa en espacios de creación, actividades artísticas, gestión cultural, docencia e investigación. Entre 2013 y 2015 fue Responsable del Programa Editorial de Ciencias y Artes para el Diseño en la UAM-Xochimilco, México, donde hoy es docente investigadora en Ciencias y Artes para el diseño.