

Prolegómenos metodológicos sobre la gestión estratégica del diseño: la cultura como desarrollo social

Actas de Diseño (2014, Julio),
Vol. 17, pp. 103-113. ISSN 1850-2032
Fecha de recepción: mayo 2012
Fecha de aceptación: julio 2012
Versión final: febrero 2013

Miguel Ángel Rubio, Alejandro Higuera, Arturo Santamaría y Erika Rivera (*)

Resumen: La cultura observa la particular característica del sincretismo como suma de sus historicidades, en cuyos productos y procesos se conforman las actuales identidades de los pueblos; no obstante, muchos rasgos son ahora observados como lastres de desarrollo social y económico, en virtud del concepto neoliberal de costo-beneficio. Se pretende una postura metodológica para los procesos educativos, desde el diseño estratégico, para efectos de transformar la perspectiva de cultura como pobreza, transitándola hacia una manera más sustentable de mirarla, es decir, el valor de cambio del objeto de diseño identitario debe cambiarse por su valor simbólico para su desarrollo social.

Palabras clave: Metodología - Gestión estratégica - Cultura - Desarrollo - Diseño.

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en pp. 112-113]

Introducción

En los orígenes de la humanidad, el hombre descubrió la utilidad de los instrumentos de piedra y madera desarrollando objetos con fines utilitarios e incluso simbólicos. Posteriormente, la creación de objetos fue adquiriendo una técnica más depurada y sistemática, logrando satisfacer las necesidades materiales y religiosas del grupo. Los objetos creados eran ofrecidos a otros grupos –con fines de intercambio para controlar su medio natural y simbólico–, dándose una especie de producción mercantil en pequeña escala a través del trueque u otras formas de comercio en función de los requerimientos de estos grupos sociales. Es entonces cuando nace el diseño, el arte y la artesanía, como resultado de la evolución biológica y cultural del ser humano. En este sentido, según Ricard (1982), el hombre se adapta al mundo no mediante su evolución morfológica como el caso de los animales, sino por su evolución intelectual, lo que le permite crear objetos artificiales para controlar su entorno. Así, estos objetos han ido evolucionando desde su primera forma arbitraria hasta su función utilitaria, desarrollándose en el individuo el proceso creativo objetual. El ser humano va transformándose tanto al nivel de organización social como de objetos. Es decir, para que un territorio resulte habitable el hombre debe alterar el medio, por lo que, como sostiene Ricard (*Ídem*), el hecho de hacer nuestro ambiente y hacernos a nosotros mismos constituye filogenética y ontológicamente un proceso único. Lamentablemente, en México diversos fenómenos han afectado de manera importante las actividades creativas relacionadas con el diseño artesanal, dando como resultado la pérdida de consumo de estos productos; por un lado, el impacto de productos importados e imitaciones que carecen de fundamentos identitarios y que ingresan a este país de manera masiva y a un precio muy bajo; por otro lado, pero relacionado directamente con lo anterior, las nuevas generaciones de creadores no consideran su actividad como algo rentable, lo que provoca un cambio de actividad o la migración a otros centros urbanos o

países, generando problemáticas sociales más profundas; además, en la búsqueda por una mejora a través de la tecnología en los procesos de producción, se ha perdido la noción y significación simbólica de las expresiones culturales, las cuales son resultado de un complejo pasado y han sobrevivido con el paso de los años. Es justamente aquí donde se encuentra la gestión estratégica del diseño, a través de agregarle mayor valor al objeto identitario, de modo que pueda ser no sólo más rentable (lo que contribuye a volver sostenible una actividad), sino hacia la perpetuación del rasgo cultural o simbólico que le dio origen. Es decir, el papel de la cultura se circunscribe al de su propio desarrollo en términos de su permanencia histórica, tema de actualidad al que se tiende a llamar sustentable¹, por la similitud conceptual. Entonces, el objeto del presente es presentar algunos principios metodológicos que sean de utilidad para los procesos educativos, con el fin de revalorar el diseño identitario desde sus fundamentos simbólicos con fines no sólo de desarrollo económico, sino principalmente social, a través de las formas teórico metodológicas de la gestión estratégica de proyectos de diseño.

Antecedentes

Para iniciar este apartado, es necesario observar a la cultura desde una perspectiva amplia, en virtud de que es el referente en el que gira el presente trabajo. Esta perspectiva amplia de cultura es observada como una función productiva en tanto sistema simbólico, que opera como fuerza activa en los procesos sociales (Maass, 2006). Del mismo modo, Giménez describe varias acepciones del mismo término de los que se desprende que, en términos epistemológicos –o entendiendo el concepto de manera amplia– se trata de la cosmovisión, recursos simbólicos, lingüísticos, históricos, arte, moral, costumbres, entre muchos otros sistemas de significación simbólica (Giménez, 2005). Por su parte Olmos (2004), define a la cultura