

La impronta de la identidad en un mundo globalizado

Actas de Diseño (2012, Julio),
Vol. 13, pp. 153-156. ISSN 1850-2032
Fecha de recepción: septiembre 2011
Fecha de aceptación: octubre 2011
Versión final: mayo 2012

Marcia Veneziani (*)

Resumen: El presente ensayo desarrolla el tema de la globalización y su contra cara: la identidad regional vista desde el campo del diseño de autor. A tal fin se ha tomado un caso del ámbito local con el propósito de realizar una reflexión de esa problemática donde se pone de manifiesto la sinergia entre ambas fuerzas.

Palabras clave: Globalización - regionalismo - identidad - sinergia - diseño de autor

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en pp. 156]

“...Spinoza entendió que todas las cosas quieren perseverar en su ser, la piedra eternamente quiere ser piedra y el tigre un tigre...”. Borges, J. L. (1960, p. 808)

La cuestión de la identidad

La cuestión de la identidad es una problemática de nuestro mundo posmoderno.

Reflexionar acerca de la Identidad se ha convertido en un tema que cada vez cobra más importancia en la actualidad: “una vez que empezó a menguar la probabilidad de su supervivencia sin una reflexión asociada, cuando en vez de algo obvio y *dado* empezó a parecer algo problemático, una *tarea*”. (Bauman, 2002, p. 51)

Efectivamente, las afirmaciones del sociólogo polaco salieron a la luz en el Foro de Evaluación de Proyectos de Graduación en marzo del presente año de la Facultad de Diseño y Comunicación.

Como se hizo mención en el artículo titulado “Zeitgeist: un intento de leer el espíritu de nuestro tiempo”, de la misma autora del presente escrito, como resultado de ese trabajo, la cuestión de la Identidad ocupa un lugar central en los trabajos de Graduación de los alumnos.

Esa razón fue la que motivó el abordaje de este tema en este Ensayo y el tratar de analizar el por qué de este fenómeno en la actualidad y cómo se manifiesta en las áreas del Diseño y de la Comunicación.

El Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño se presentó entonces como el lugar propicio para el abordaje de la cuestión.

Pues bien, ¿qué se entiende por Identidad? El Diccionario de la Real Academia Española la define como “el conjunto de rasgos propios de un individuo o de una colectividad que los caracterizan frente a los demás”.

Eliseo Verón en el prólogo de la edición española del libro Antropología Estructural de Levy-Strauss (1977, p. 11) afirma que “los *problemas* de la vida social son parte de la cultura y los contenidos de ésta sirven, entre otras cosas, para definir los problemas”.

Es sabido que la moda como uno de los tantos emergentes de la cultura, es un fiel reflejo de lo que sucede a nuestro alrededor.

Así pues, en este artículo se intentará realizar inicialmente una mirada macro para ir luego a lo regional, y de este modo interpelar, para finalizar, a quienes desde un emprendimiento local puedan confirmar una vez más la evidencia de la cuestión de la Identidad como una tendencia actual en el mundo de la moda y además presente en la Argentina.

La pregunta inicial sería entonces: ¿De dónde viene esta tendencia sobre la cuestión de la identidad y hacia dónde va? ¿Por qué hoy en nuestro tiempo? ¿Estamos frente a un nuevo paradigma?

Entre la homogeneidad y la diversidad

En el mundo actual, existe una tendencia a la integración de los países a través de organizaciones institucionales, movimiento de factores económicos, tecnologías de comunicación y al mismo tiempo surgen tendencias localistas o regionalistas de grupos con intereses y concepciones comunes, con la intención de reafirmar su identidad.

Esto, sin perjuicio de buscar el acceso a lo global. Obviamente las nuevas tecnologías han generado nuevas formas culturales y han redefinido las prácticas anteriores dando lugar a cambios de antiguas praxis y distintos formas y lenguajes que pueden sumarse, complementar y sustituir incluso a las viejas modalidades y usos.

Sintéticamente, podría decirse que se registra un doble movimiento:

- a. Un proceso de homogeneización en el área económica, institucional y en la comunicación
- b. El surgimiento y/o afianzamiento de identidades culturales locales.

El proceso de globalización favorece el desarrollo de distintos movimientos contemporáneamente. Por un lado, una actitud “integracionista” y por otro una tendencia separatista o autónoma.

Se observan en el plano de la política internacional, distintos grupos, integracionistas o separatistas predominantemente, que a su vez pueden tener ambos comportamientos según las distintas oportunidades.

En el presente trabajo, se pretende describir algunas tendencias presentes en la sociedad y que dejan traslucir estos fenómenos fracturantes o de limitación a los efectos de las unidades.

En las sociedades modernas podemos observar dos movimientos: por un lado, un fenómeno integrador, las alianzas económicas entre países (la Comunidad Económica Europea, el Mercosur, el A.L.C.A, entre otros) movilidad de factores, imitación de costumbres, y por el otro, el localismo que parecería actuar como un efecto de reacción para contrarrestar los efectos del primero o para obtener mayores ventajas del mismo, desde un punto de vista local. ¿Existe una contraposición entre integración, y localismo?

¿Puede crear esta contraposición –junto con otros fenómenos, tales como la fuerte tendencia hacia el federalismo que se registra en las últimas décadas– (como un primer paso hacia la acentuación de las autonomías regionales) acelerar el proceso para la gestación de un nuevo orden global?

Nuevamente surge la misma pregunta: ¿estamos frente a un cambio de paradigma?

¿Puede este proceso también acentuar algunos fenómenos –que ya llevan algunas décadas en acto– como las ideologías autonomistas, dentro de algunos Estados a modo de exaltar la propia identidad?

¿Estaremos volviendo en un futuro no muy lejano a un fenómeno como el de la Edad Media en los cuales los seres humanos se agrupaban dentro de grandes murallas para preservar su identidad y tal vez sus posiciones económicas?

...Ese “nosotros” construido a partir de la inclusión, aceptación y confirmación de sus miembros es el reino de la seguridad reconfortante (aunque rara vez tan segura como se desea), aislada del terrorífico yermo de un *fuera* habitado por “ellos”. No se puede obtener seguridad a menos que se confíen que ese “nosotros” tiene el poder para aceptar y la fuerza para proteger a los que ya han aceptado. Una identidad es percibida como segura cuando los poderes que la certifican parecen prevalecer sobre “ellos”, los extranjeros, los adversarios, los otros hostiles, a los que se interpreta simultáneamente como nosotros en el proceso de reafirmación (Bauman, 2002, p. 54)

Los simpatizantes del federalismo sostienen que territorios más pequeños, se pueden gobernar con reglas más simples. Un territorio más grande y populoso requiere un sistema más alargado y burocrático.

Es verdad que en un ámbito más reducido, es más sencillo resolver pequeños y medianos problemas a nivel local, que aplicar soluciones a nivel nacional.

Además, el ciudadano puede controlar el ejercicio de la administración pública. Esto es posible cuando el Estado es más cercano.

La agrupación en áreas geográficas, pensando en criterios económicos y políticos que contribuyan a integrar las diferentes culturas y etnias sería, un modo de evolución de una sociedad multicultural y globalizada.

Pero aquí se presenta la cuestión de algunos movimientos regionales que afirman la necesidad de autonomía como

modo de preservar su identidad, cultura e independencia. Se asociaría la palabra federalismo a la autonomía, y la autonomía a la cultura local, y la cultura local sería una defensa a la homologación de los pueblos, es decir a la globalización.

Del mismo modo, los simpatizantes de esta ideología más radical, sostienen que mediante la globalización, se utilizan las políticas de integración de la inmigración, para diluir las culturas más enraizadas.

¿Se están diluyendo los confines nacionales? ¿Son las compañías multinacionales a guiar el proceso de globalización?

Al no existir una autoridad que reglamente el proceso de globalización, ¿se pueden generar resistencias por parte de poblaciones que quieren mantener su identidad e independencia como respuesta a este fenómeno?

No se trata aquí pues de intentar dilucidar cuestiones de política internacional pero sí de echar una mirada hacia estos asuntos, con el fin de realizar cuestionamientos y fijar la mirada aguda en la manifestación de estos fenómenos en las culturas locales. Y más específicamente en el diseño de autor que es la materia en cuestión de este Congreso.

El “cómo se presenta” en nuestras culturas locales sería entonces el interrogante sobre el que se intenta discurrir.

De lo global a lo local. AMALANA: Un caso Argentino de artesanía regional

Amasando la lana: de Mongolia a Buenos Aires

La materia prima con la que trabajan estas artesanas es un producto muy noble y bien de nuestra tierra: la lana. Ellas mismas realizan el proceso de peinado y lavado con lana recién esquilada. A partir de esa materia prima –que puede ser merino o más rústica– producen el fieltro que ellas reconocen como versátil y que les permite realizar infinidad de productos.

Trabajan en plano o con volúmenes, a partir del modelado de esta fibra. Comienzan el lavado con agua y jabón y peinan la lana a mano para poder manipularla mejor. El teñido también lo hacen con productos naturales (ramitas, semillas, remolacha, cebolla, cúrcuma, cáscara de nuez, corteza de árboles).

Estas artesanas fieltristas siguen un proceso bien ecológico, aunque a veces reconocen que el hecho de vivir en la ciudad, les dificulta la posibilidad de obtener la lana y realizar los tejidos con productos naturales y por ende deben recurrir a lavanderías que les proveen la lana ya peinada y lavada.

Comenzaron en el 2009. El proceso creativo también es un proceso de investigación que se realiza a medida que se va “construyendo la materia”. La fibra va tomando distintos caminos dependiendo de cómo se la manipule: hacia un lado o hacia otro.

Para las artistas de *Amalana* (que significa amar y amasar la lana) es todo un camino de experimentación. Admiten que el trabajar con el agua y el jabón es muy placentero al tacto. Al principio amasan el paño enrollándolo en un palo para luego comenzar a frotarlo. Realizan atuendos

sin costuras, modelando las fibras, capa por capa, aplastan, amasan y golpean para llegar a un paño. Cuando la pieza es muy grande utilizan también los pies. (Ese golpeo es el que hace que la fibra se enrede).

Parten como ellas afirman “de la nada”. De la nada significa, que del vellón se sacan piezas increíbles. Y lo viven como algo mágico. Venden en las ferias. Si bien es una técnica milenaria, es muy nueva en Buenos Aires. Los talleres de las fieltistas en la capital no tienen más de cinco o seis años y en Latinoamérica ha sido una explosión en los últimos tres.

Cuentan –que la del fieltro– es una técnica típica de Mongolia y del Norte de Europa. Los primeros, realizan sus carpas, las cubren con paños del fieltro (yurtas) que los protege del frío y de la nieve, ya que es impermeable. Los europeos del norte, con técnicas bien industriales, confeccionan los famosos “*loden*”, que no son otra cosa que prendas elaboradas con fieltro, como así también los sombreros. Paños de lana que se moldean con vapor y calor. Todo lo que hacen las artesanas de *Amalana* es manual, nada industrial.

Trabajan en sus casas, y venden sus productos en algunos pocos locales y participan en un circuito de ferias en las Embajadas, en general durante el período navideño. También ofrecen sus productos en barrios cerrados y colegios generalmente cuando se realizan eventos con fines benéficos.

Dictan cursos a gente proveniente de distintos países de Latinoamérica y del interior de la Argentina. Afirman que esta técnica del fieltro aplicada a la indumentaria y a la decoración, surge en nuestro país a partir de la vuelta a lo natural y a lo ecológico: la preocupación por el cuidado del medio ambiente.

El material que utilizan es noble porque no matan al animal para sacarle la lana y con el agregado de preservar la ecología.

La tendencia de volver atrás en el tiempo y retornar al trabajo manual se observa también, en un incremento en la implementación de cursos para la elaboración de tintes naturales, los cuales crecen de forma exponencial. En cuanto al diseño, se inspiran principalmente en el color. Trabajan con tonalidades muy fuertes que ellas mismas elaboran. La identidad local la expresan a través de los tintes: los fuertes inspirados en el norte de nuestro país (fucsias con naranjas, verdes y turquesas) y los más apagados (marrones y crudos) para la línea “Patagonia”. Confiesan que utilizan el color para llamar la atención y la identidad local.

Producen también foulards de seda natural al que literalmente le amasan el vellón para que éste se deje atrapar por la seda. Esta técnica también milenaria de origen japonés, se denomina *nuno* que significa “tejido” en lengua nipona. Incorporan este arte bien oriental a lo regional, realizando diversos indumentos y nunca cosiendo o tejiendo, siempre “amasando”.

Cuando aplican la técnica *nuno*, lo hacen sólo con seda natural. Al ser más delicada, la fibra entra más fácilmente en ésta y provoca una arruga más delicada que con otro tipo de telas que tienen más cuerpo.

Rechazan trabajar en serie. Para las artistas de *Amalana*, cada pieza es un arte y al decir de Benjamin (1936) tienen su propia “aura”.

Afirman que trabajan con la imaginación: sueñan un diseño y lo plasman en una pieza única. Aunque se intente repetir, jamás una será igual a la otra. Apuntan a crecer en la creatividad y a la personalización de cada una de sus obras.

Realizan además, todo tipo de accesorios: carteras, collares como así también objetos de decoración.

Las nuevas tecnologías fueron una parte importante en este proceso: tanto para investigar, lograr difundir sus productos y dictado de talleres, como así también para buscar información de otras partes del mundo y compartirla en blogs y redes sociales.

La gente que compra estos productos son en su mayoría turistas o aquellos que aprecian los productos confeccionados totalmente a mano, de pura lana y ecológico.

A ellas, la globalización de la mano de las nuevas tecnologías, las ayudó a conocer y desarrollar esta técnica milenaria. Sin embargo concuerdan en afirmar que la tendencia local se observa en los diseños de cada artista: en los colores que se emplean y en los objetos de decoración o indumentaria que realizan.

En Latinoamérica, inicialmente, surgió como una tendencia en las prendas de vestir, en volver a la lana, a lo natural, a lo ecológico, a lo hecho a mano. Para luego extenderse también a objetos de decoración y obras de arte. Buenos Aires se convirtió en un centro de tendencias y alrededor del 2009 esta técnica comenzó a hacer furor. Cuentan que hay gente que también trabaja en fundaciones para ayudar a las comunidades indígenas del norte, instruyéndolas en esta técnica para que puedan ampliar su horizonte laboral, ya que allí está muy arraigado el tema de la hilandería a mano y el telar.

La globalización, a través de las nuevas tecnologías, les permitió a las artesanas de *Amalana* conocer la técnica para lograr implementarla en nuestro país, pero con una impronta regional resaltando la identidad local.

Estas artistas relacionan esta técnica con la cocina y el lavado de la ropa. Como ellas mismas afirman: “le ponemos el cuerpo y para ello se necesita tiempo y por sobre todo amar, lavar y amasar la lana”

Conclusiones

La afirmación de Spinoza extraída de un texto de Borges con la que se inició el presente artículo trata pues de esta resistencia –a veces manifiesta y otras veces no tanto– hacia una homogeneización cultural y global.

El tema de la identidad plasmado en la cultura regional ha sido en estas breves reflexiones, una primera aproximación hacia la tenacidad con la que las comunidades tienden a imponer su huella en un mundo que se presenta como globalizado y a la vez fragmentado.

Sobre este argumento, como es notorio y manifiesto, han tratado numerosos intelectuales de varias corrientes de pensamiento en casi todo el planeta.

En un mundo globalizado (más allá de las controversias que provocan sus defensores y detractores) se observa la convivencia de los dos aspectos que se mencionaron al inicio del presente artículo: una tendencia hacia una homogeneización cultural, comercial y de las comuni-

caciones por un lado y el surgimiento y/o afianzamiento de identidades culturales locales por el otro.

Éstos, como se ha visto, pueden ser a la vez complementarios y contradictorios.

Es verdad que, por un lado hay casos en los que la concordancia no existe, más bien sucede todo lo contrario. En este sentido también estamos asistiendo a procesos a veces violentos que se manifiestan en el rechazo a personas provenientes de otras culturas y de zonas de países en conflicto y no sólo. El factor de la identidad podría asumir, por lo tanto, una complejidad distinta, ya que conlleva el temor ancestral a la diversidad y lo extraño. A ser “invadidos por el otro”.

Quizás no se esté frente a un nuevo paradigma, sino que siempre se ha vivido en una humanidad formada por comunidades que han defendido tenazmente la propia identidad.

Posiblemente, las nuevas tecnologías ayuden a esfumar los confines “virtuales” de esas comunidades fortificadas, pero la cuestión se presenta como una dificultad mayor cuando se trata de derrumbar las antiquísimas murallas “físicas” que separan a las unidades, ya que hoy -más que nunca y paradójicamente- se observa una tendencia por parte de enteras poblaciones a afirmar la propia identidad.

La cuestión entonces, sería la de incentivar la multiplicación de casos de sinergia, con el fin de reinterpretar un nuevo modo de construcción a nivel local y latinoamericano en lo que concierne al diseño de autor, y redefinirlos como emergentes positivos dentro de una cultura global con características eminentemente identitarias y localistas. El caso al que se ha hecho referencia: “*AMALANA: Un caso Argentino de artesanía regional. De lo global a lo local*”, ha servido como ejemplo para iniciar una reflexión acerca de la sinergia entre ambas corrientes en el contexto actual que le toca expresarse al diseño de autor.

Referencias bibliográficas

Bauman, Z., (2007) *Identidad*, Buenos Aires: Losada.

Bauman, Z. (2002) *La cultura como praxis*, Barcelona: Paidós.

Benjamín, Walter [1936], *La Obra de Arte en la época de su reproductibilidad técnica*, Taurus, 1973.

Borges, J. L. (1960) “Borges y yo” en El Hacedor, *Obras Completas*, Buenos Aires: Emecé.

Lévy-Strauss, C. [1958] (1977), *Antropología Estructural*, Buenos Aires: Eudeba.

Abstract: The present text develops the topic of the globalization and its opposite face: the regional identity seen from the field of the author's design. To such an end there has taken a case of the local area with the intention of realizing a reflection of this problematic where the synergy is revealed between both forces.

Key words: Globalization - regionalism - identity - synergy - author's design

Resumo: O presente ensaio desenvolve o assunto da globalização e sua contra cara: a identidade regional a partir da área do design de autor. Com esse objetivo, foi tomado um caso do âmbito local aos fins de refletir sobre essa problemática, onde se expressa a sinergia entre ambas forças.

Palavras chave: Globalização - regionalismo - identidade - sinergia - design de autor

(*) **Marcia Veneziani.** Doctora en Comunicación Social y Licenciada en Publicidad de la Universidad del Salvador. Docente de la Universidad de Palermo en el Departamento de Investigación y Producción de la Facultad de Diseño y Comunicación. Es autora del libro *La Imagen de la Moda* y de numerosos ensayos sobre comunicación y traductora de textos académicos italianos. Conferencista del Encuentro Latinoamericano de Diseño de la Universidad de Palermo. En su actividad en la misma escribió numerosos artículos académicos. Profesora en la Maestría de Comercialización y Comunicación Publicitaria de la Universidad del Salvador.

(**) El presente escrito fue presentado como conferencia dentro del Segundo Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño (2011). Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina.