



5



6



7



8

**Figura 5.** Jardín Madero (Fuente: Valencia, 2022). **Figura 6.** Tiro Norte (Fuente: Valencia, 2022). **Figura 7.** Presa Brockman (Fuente: Valencia, 2022). **Figura 8.** Cerro Somera al fondo (Fuente: Valencia, 2022).

La principal característica de los monumentos arquitectónicos y que los convierte en la representación cultural del municipio, es su estilo arquitectónico ecléctico (art nouveau y neoclásico), con edificios y construcciones únicas en el país. Para los habitantes de El Oro de Hidalgo, los principales signos representativos de su identidad y cultura son el Palacio Municipal y el Teatro Juárez, siendo estos edificios apropiados por parte de los actores; ambos edificios se encuentran cercanos en una zona donde los habitantes pasan diariamente y se llevan a cabo intercambios sociales, económicos y culturales. La apropiación de los actores por estos signos identitarios se puede observar a través de las dinámicas que se viven en la cabecera municipal, donde a las afueras de ambos edificios, los habitantes se reúnen para exigir sus derechos, para admirar la belleza de estos, así como para descansar y generar conexiones con su espacio y entre ellos.

Los signos identificados sirven para que lo diseñado tengan coherencia y conexión con la cultura e identidad de El Oro de Hidalgo, estado de México, obteniendo información de cómo dar solución a las problemáticas que surgen en el territorio, a través de elementos con significaciones únicas que han sido adoptadas por los actores; estos signos identitarios simplifican la tarea del diseñador, al hacer uso de ellos, las personas identificarán rápidamente como objetos, productos o servicios que forman parte de su cultura e identidad, dando como resultado la apropiación por parte de los actores que se encuentran en el territorio. El diseñador al identificar los signos identitarios, podrá hacer uso de ellos, ya sea en su totalidad, una parte o elementos del mismo, para poder crear diseños con rasgos únicos y significativos que permitan una sostenibilidad cultural; resaltando los signos que forman parte fundamental de la identidad y cultura de los actores se pretende que sean apropiados por ellos, de tal forma que estos nuevos objetos, productos o servicios diseñados formen parte de su identidad y cultura, dando solución a la problemática identificada. Al hacer que los actores se apropien de lo diseñado, estos cuidarán de ellos (Utrilla, 2012), ya que se identificarán y serán ahora parte fundamental de su cultura e identidad.

## Conclusiones

El papel del diseñador se debe consolidar como un profesionalista capaz de contribuir en los problemas que surgen en los territorios; el estudio de la cultura e identidad deben ser la herramienta principal para generar respuestas con resultados que satisfagan las necesidades de los actores que forman parte de un territorio y de una cultura. La cultura al ser reinventada por el Diseñador desde su propia cultura observará los signos identitarios que surgen de la misma, con los cuales los actores ya se sienten identificados y se han apropiado de ellos a través de su cotidianidad, con lo que se generan nuevas significaciones para cada uno de esos signos.

Los signos que el diseñador ha identificado podrán ser usados al diseñar objetos, productos o servicios, cabe destacar que, al hacer uso de ellos, este podrá generar diseños con los que los actores se identifiquen, apropiándose de manera inmediata, ya que son signos especiales que se han construido a través del tiempo y forman parte de su identidad. El diseño que se realice dentro de un territorio debe partir desde la visión de los mismos actores, son ellos quienes conocen sus necesidades y las problemáticas que los aquejan, al buscar la solución desde sus propios medios, cultura e identidad, comprenderán y harán uso de lo diseñado, ya que se están usando elementos y signos para ellos ya son conocidos, identificados y apropiados. Al adoptar los nuevos diseños, se crearán nuevas significaciones haciéndolos parte de su cotidianidad y generando conexiones hacia ellos, obteniendo como resultado que los mismos actores sean quienes resguarden, cuiden y hagan uso adecuado de los objetos (Valencia, 2022 y Utrilla, 2012).

El Diseño Cultural que se propone en esta investigación busca generar una sostenibilidad de la cultura, donde se rescaten elementos que la conforman, pero sobre todo, que estos signos que han sobrevivido a lo largo del tiempo, puedan evolucionar conforme las nuevas generaciones hagan uso de ellos, de esta forma se mantendrá vigente la cultura, será

reconocida e identificada por propios y extraños. Con la sostenibilidad de la cultura se pretende que los actores que forman parte de ella la mantengan viva y vigente, que estos signos con sus significaciones heredadas de generación en generación sigan siendo usados y adoptados por todos los usuarios de los objetos, productos o servicios diseñados.

Como ejemplo se utilizaron los signos identitarios de la población de El Oro de Hidalgo: El Palacio Municipal, Teatro Juárez, Jardín Madero y el Cerro Somera. Al tener identificados estos signos, el diseñador que decida participar en resolver problemáticas dentro de la cabecera municipal, podrá hacer uso de éstos en el diseño de sus objetos, productos o servicios, facilitando su tarea, y, sobre todo, será más rápida la aceptación y uso de lo diseñado por parte de los actores.

Para concretar el Diseño Cultural y la sostenibilidad de la cultura, es necesario visualizarlo como un área de oportunidad para los diseñadores en el territorio. Se debe trascender en el estudio de la cultura e identidad desde una visión del Diseño, con lo que se puede profesionalizar como rama del diseño, se pretende documentar y divulgar de manera sistemática los casos de éxito en los que los diseñadores hacen su contribución a la resolución de problemas complejos que aquejan el territorio y las culturas. Como resultados secundarios, se pretende sensibilizar a los actores de la importancia de la cultura en su territorio, así como del Diseño para que entre los actores y los diseñadores puedan generar una sostenibilidad de la cultura y los territorios. El diseño, de esta forma, contribuirá socialmente a las problemáticas de los actores en su entorno.

Cabe destacar el agradecimiento a COMECyT, por el apoyo otorgado para llevar a cabo esta investigación y generar una sostenibilidad de la cultura, fundamental para el desarrollo de los pueblos, pero sobre todo para dar respuesta y solución a las problemáticas que surgen en el territorio a través del Diseño.

## Referencias bibliográficas

- Berger, P. y Luckmann, T. (2003). *La construcción social de la realidad*. Amorrortu.
- Carrión, J. (2007). *Estrategia. De la visión a la acción*. Editorial Libros Profesionales de Empresa ESIC.
- Costa, J. (2004). *Identidad Corporativa*. Editorial Trillas.
- Eco, H. (1988) *Signo*. Editorial Labor.
- Frosh, S. (1999). *Identity*. En A. Bullock y S. Trombley (eds.) *The New Fontana Dictionary of Modern Thought*. Harper Collins.
- Giménez, G. (2016) *Estudios sobre la cultura y las identidades sociales*. Intersecciones.
- INEGI (2021). *México en cifras*. [En línea] <https://www.inegi.org.mx/app/areasgeograficas/?ag=15>
- Julier, G. (2015). *La cultura del Diseño*. Editorial Gustavo Gili.
- Licona, W. (2004). *Gestión Cultural y Desarrollo Socioeconómico: Asuntos Transversales de la Sostenibilidad*. Primer Encuentro Nacional de Promotores y Gestores Culturales. Cuaderno 11 de Patrimonio cultural y turismo (pp. 89-100). Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

- Naciones Unidas (2024, 15 de noviembre). Sostenibilidad. *Naciones Unidas*. <https://www.un.org/es/impacto-académico/sostenibilidad#:~:text=En%201987%2C%20la%20Comisión%20Brundtland,mundo%20que%20buscan%20formas%20de>
- Peirce, C.S. (1931-1958) *The Collected Papers of Charles Sanders Peirce*. Harvard University Press, Cambridge, Vol. 1-8.
- Utrilla, S. (2012). *Determinación de los intercambios culturales en el acto de sentarse en los espacios públicos, para la reconstrucción de identidad en Toluca*. [Tesis Doctoral] Universidad Autónoma del Estado de México.
- Valencia, E. (2022) *Modelo para el Diseño de la Identidad Visual de una Marca Territorial a través del Diseño Inclusivo con Enfoque Prospectivo*. [Tesis Doctoral] Universidad Autónoma del Estado de México.
- Van Dijk, G. (2010) *Design ethnography: Talking inspiration from everyday life*. This is service design thinking, (August), 1-3.
- Wagner, R. (2019). *La invención de la cultura*. Nola Editores
- Wagner, R. (2020). *Símbolos que se significan a sí mismos*. Nola Editores.

**Abstract:** From the commitment of COMECyT (Consejo Mexiquense de Ciencia y Tecnología) with research and sustainability of culture and identity, the understanding of culture is of utmost importance for the development of the activity of Design in inhabited spaces, it depends on this that the objects, products or spaces designed, according to the branch of Design that is worked on, are adequate and solve the need for which they were created, but above all are part of the identity of the territories. The identity signs that emanate from the culture of the space are endowed with meanings, which results in their appropriation by the actors. The designer must identify these signs in order to make use of them; in this way, it will be possible to maintain and generate a cultural sustainability that allows the identity of its members to be maintained, that is to say, that the culture of the territory remains in force and evolves in accordance with the present and future time. The understanding of culture in Design will be done through the visions of anthropological authors such as Roy Wagner, Pedro Pitarch, who give their own theory to understand it through the signs that are born from it to generate strategies that facilitate the use of these in the context. This paper shows the identification of the identity signs of El Oro de Hidalgo, State of Mexico.

**Keywords:** Design - Culture - Signs - Sustainability - Identity

**Resumo:** A partir do compromisso do COMECyT (Consejo Mexiquense de Ciencia y Tecnología) com a pesquisa e a sustentabilidade da cultura e da identidade, a compreensão da cultura é de suma importância para o desenvolvimento da atividade de Design em espaços habitados, pois disso depende que os objetos, produtos ou espaços projetados, de acordo com o ramo do Design que se trabalha, sejam adequados e resolvam a necessidade para a qual foram criados, mas, sobretudo, façam parte da identidade dos territórios. Os

sinais de identidade que emanam da cultura do espaço são dotados de significados, o que resulta em sua apropriação pelos atores. O designer deve identificar esses signos para fazer uso deles; dessa forma, será possível manter e gerar uma sustentabilidade cultural que permita a manutenção da identidade de seus membros, ou seja, que a cultura do território permaneça em vigor e evolua de acordo com o tempo presente e futuro. A compreensão da cultura no Design será feita por meio das visões de autores antropológicos, como Roy Wagner e Pedro Pitarch, que dão sua própria teoria para entendê-la por meio dos sinais que nascem dela para gerar estratégias que facilitem o uso deles no contexto. Este artigo mostra a identificação dos signos de identidade de El Oro de Hidalgo, Estado do México.

**Palavras-chave:** Design - Cultura - Sinais - Sustentabilidade - Identidade

---