

Consideraciones reflexivas para la acción del diseñador a partir de la ética y la identidad

Elia del Carmen Morales González (*)
y Yésica Alejandra del Moral Zamudio (**)

Resumen: El presente artículo reflexiona sobre las implicaciones éticas del Diseño, entendido como acción con un propósito, que abarca la órbita entera de lo hecho por el ser humano, desde mensajes, objetos, imágenes e incluso ciudades, y del diseñador como generador de acciones en respuesta a problemas o necesidades, lo cual entraña su conceptualización del *otro*, aquél para el cual actúa, y su manera de interactuar con él.

El aspecto ético del Diseño se entrecruza con el concepto de identidad al proyectar las modificaciones que su actuar puede suscitar en el contexto humano y sus relaciones sociales estableciéndose una trilogía donde la acción dirigida a la finalidad de resolver una necesidad surgida del conocimiento del otro y resuelta mediante su participación produce una serie de fases que contribuyen al desarrollo del proceso de diseño.

Palabras clave: Diseño - ética - identidad - interacción - conocimiento del *otro*

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 156]

(*) Doctora en Artes Visuales por la Universidad Politécnica de Valencia, España. Docente en el Posgrado de Artes y Diseño de la Universidad Nacional Autónoma de México. eliadelc@yahoo.com.mx

(**) Doctora en Artes Visuales por la Universidad Politécnica de Valencia, España. Docente y Coordinadora de la Licenciatura en Gestión y Desarrollo de las Artes de la Universidad La Salle Oaxaca, México. ydm@yesicadelmoral.com

Introducción

El artículo parte de entender al diseño como acción, guiada por una intención, que responde a un problema o necesidad, involucrando tanto a los procesos de producción, como a los productos resultados de dicha acción, en el amplio ámbito de todo aquello que conforma el contexto humano.

La acción del diseñador establecida como capacidad de respuesta, se liga al concepto de ética en dos sentidos, la postura que asume el diseñador en su actuar al concebir al *otro* e interactuar con el otro y los cambios que su acción pueden tener en la vida práctica de los individuos al contribuir a transformar sus realidades, relaciones y contextos sociales.

El artículo plantea que cuando el diseñador, haciendo uso de su libertad de acción, decide reconocer al otro como una persona independiente y pensante, con una manera específica de sentir, actuar y entender, evaluar e integrar experiencia e información, entonces también puede decidir involucrarlo en el proceso de diseño como participante activo.

Por otro lado, cuando el diseñador reflexiona en torno a que la acción del diseño genera identidad en la medida en que los individuos que integran las sociedades tienden a identificarse con lo diseñado y con las acciones del ejercicio del diseño y también al conformar o transformar el contexto sobre el cual se sustenta la identidad social, entonces se establece que tanto ética como identidad son parte intrínseca de la acción de diseñar.

Una vez propuestos estos cruces entre diseño, ética e identidad, se añaden, a las fases generales del proceso de diseño, consideraciones para la acción reflexiva del diseñador que le permitan replantear su concepción del otro y la interacción colectiva, mismas que son ilustradas mediante dos casos prácticos de procesos de diseño.

Diseño: Acción

Los conceptos Diseño, Identidad y Ética abarcan una multiplicidad de perspectivas, de aquí que sea necesario delimitar los autores y posturas desde los cuales se genera el cruce de las nociones señaladas.

Proponer al Diseño como generador de identidad desde el pensar con el otro, precisa partir de conceptualizar el Diseño como una actividad creativa con una intención social, donde lo diseñado, producto de esa acción, es portador de aquellos valores que distinguen e identifican al *otro* como individuo y como grupo, hecho que sólo es viable mediante la acción libre y responsable del diseñador.

A efecto de dirigir este artículo hacia una perspectiva de la acción del Diseño, se retoman los fundamentos de Diseño de Walter Gropius, Victor Papanek y Jorge Frascara; los argumentos de Savater y Aristóteles para plantear el diseñar como acción reflexiva y responsable y finalmente el concepto de identidad desde lo social adoptado por Giménez y Mercado; dado que se determina partir de los fundamentos teóricos para analizarlos en su aplicación en la práctica del proceso de Diseño, el desarrollo de esta propuesta incluye también la descripción y estudio de dos casos: La Comunidad 2 de Octubre y La Casona, para ilustrar la aplicación de los cruces de estas disertaciones.

Para acercarse al concepto de diseño, se parte de las ideas del fundador de la Escuela Bauhaus, a inicios del siglo XX, Walter Gropius, quien concibió el diseño como disciplina con un campo de conocimiento y de acción estructurado, “no como un asunto intelectual ni material, sino simplemente como una parte integral de la sustancia de la vida que es necesaria para todos los habitantes de una sociedad civilizada” (1962, p.20).

De acuerdo a dicho autor, el diseño abarca la órbita entera de lo hecho por el hombre en su contexto visible, desde sencillos productos cotidianos hasta el complejo patrón de las ciudades y por ello requiere para su desarrollo del conocimiento profundo de los problemas biológicos, sociales, técnicos y artísticos de la realidad a la que busca contribuir.

En esta afirmación interesa destacar dos aspectos: el conocimiento requerido para llevar a cabo la acción de diseñar y el hecho de que los resultados de la acción de diseñar contribuyen a conformar el contexto en el que habita el ser humano.

Hasta aquí el planteamiento es amplio e inclusivo, por lo que es necesario delimitar cualidades tanto de la acción de diseñar como de sus productos.

Para los fines de este artículo, se entiende que el diseñar es acción guiada por lineamientos y proyectación en respuesta a una intención, de lo cual deriva que el valor del diseño se ubica en el cumplimiento de su propósito, sean objetos, imágenes, ciudades o mensajes.

En esta aproximación al Diseño, desde la actividad misma y para precisar algunas de sus características es oportuno el argumento de Víctor Papanek quien coincide con Gropius en ubicar el diseño como base de toda actividad humana; a ello agrega “La planificación y normativa de cualquier acto encaminado a un fin deseado y previsible constituye un proceso de diseño” (1977, p. 287).

Dicho planteamiento ofrece una bifurcación de análisis, ya que es posible centrarse en el proceso de ejecución de la acción o acciones, o bien en su resultado.

Nótese además, que ambos aspectos son designados con la misma palabra, diseño, lo cual es una característica particular de esta disciplina, el hecho de que abarca tanto el resultado de la producción, lo diseñado, como la acción del producir, permite englobar al primero en el concepto griego de *techné*, mismo que también aborda el conocimiento necesario para formar ese algo; por otro lado, la acción de producir, a partir del movimiento o cambio consciente del individuo, se puede ver expresado en el concepto griego de *praxis*, la práctica del diseño.

Continuando con la concepción del diseño como acción, es conveniente resaltar la perspectiva que Jorge Frascara presenta al afirmar que el proceso de diseño inicia con el reconocimiento de una necesidad y se lleva a cabo mediante acciones, concibe al diseñador “como aquella persona que responde a un problema con una acción, (...). Los diseñadores proponen acciones frente a problemas” (2000, p. 55).

Es oportuno remarcar que, de acuerdo a este postulado, el fin último del Diseño no es necesariamente la creación de objetos, sino la realización de acciones, en las que los objetos pueden ser medios para transformar realidades, relaciones y contextos sociales.

De esta concepción del diseño, se retoman por su relevancia: la acción individual del diseñador y la identificación de una necesidad como punto de partida de la práctica. El primer factor conduce a uno de los cruces propuestos, la ética del diseñador como individuo y como diseñador o actor, mientras que el segundo cruce surge al plantear una necesidad social ligada a la identidad de los individuos que conforman una sociedad.

Diseño y ética

En principio, para explorar la relación entre la acción del diseñador y la ética, se entiende a ésta, en su sentido más general, como la capacidad de respuesta basada en una elección libre, puesto que de ello derivan necesariamente importantes implicaciones que determinan el quehacer del diseñador.

Desde el planteamiento de Aristóteles, el hombre se distingue por dos rasgos fundamentales: la razón y lo político (Savater, 2012). Para vincular la razón con lo ético, el Filósofo de Siracusa afirma: «hemos de actuar según la recta razón» (Savater, 2012, p. 38), lo cual repercute directamente en la toma de sus decisiones individuales. El segundo rasgo, lo político, explicita que el hombre habita con los demás, en una polis. Si se traducen estos rasgos a la acción del diseñador, se observa que el aspecto ético del diseño, no sólo se manifiesta en el acto o la acción, abarca también el movimiento, el cambio producido en la vida práctica de las personas. A partir de esta lógica, se establece que la ética es parte intrínseca de la actividad del diseñador.

En este sentido, cabe agregar el argumento de Frascara respecto a esta acción.

Si concebimos al diseño como orientado hacia la acción, y vemos a la acción, más que como uso pasivo, como intervención activa y cambio creador, el diseño ya no se enfocará solamente en el objeto como forma. Por el contrario, los diseñadores se preocuparán por el desarrollo y el modelado de procesos: procesos de interacción y cambio, en los que los objetos de todas maneras desempeñen un rol central indiscutible como medios para la acción. (2000, p. 221).

De manera directa, la recta razón en la acción de diseñar se relaciona con el conocimiento de la necesidad a la cual responde el proceso de diseño, y a la comprensión de esa necesidad en el seno de la vida social de la cual surge. El segundo elemento derivado del aspecto social planteado por Aristóteles se traduce en la interacción que el diseñador tiene con los demás, con aquéllos con los que habita. De aquí que, la acción del diseñador en torno a una problemática, de la que posiblemente él es ajeno, no se limita a reaccionar ante ella desde una postura, sino que también se manifiesta en la manera de vincularse con el otro, con los demás, en la dimensión política del ser humano.

La mayoría de los autores están de acuerdo en pensar que el proceso de diseño surge del reconocimiento de una necesidad, pero ¿cómo se realiza esto? Asumir una posición ética desde el primer momento, implica para el diseñador la libre decisión de conocer a “aquel que necesita”, para determinar con él, la realidad de su necesidad, su origen y las posibles soluciones que son aplicables desde sus circunstancias. Esto se origina en la concepción que tiene el diseñador de la disciplina y de sí mismo como ejecutor de la misma, “la postura que se adopta respecto al diseño repercute en la forma en la que se conceptualiza hacia quien va dirigido el diseño” (Frascara, 2000, p. 48).

En ese sentido, en su interacción con el otro, el diseñador decide reconocerlo como persona independiente y pensante, con una manera específica de entender, evaluar e integrar experiencia e información y de sentir y actuar. Al establecer una relación que parte de la

similitud entre sujetos, se favorece la participación activa de ambas partes en las distintas etapas del proceso de diseño. De esta manera el diseño se realiza no únicamente pensando *en el otro*, sino *con el otro*.

El individuo que vive su contexto es quien tiene el conocimiento profundo de sus necesidades, de aquí que los procesos de interacción entre el diseñador y la gente contribuyan a la identificación de aquellos problemas que son susceptibles de ser resueltos mediante la acción del diseño. De esta manera, la respuesta a cómo se identifica una necesidad vinculada con el diseño es a partir de la postura ética del diseñador, de conocer al otro desde su contexto y promover su participación en la acción del diseño en el entendido de que es quien mejor conoce su problemática puesto que la vive.

Esta decisión de incorporar al *otro* dentro del equipo de diseño para enfocarse en sus auténticas necesidades, es también reconocido por Víctor Papanek (1977) e incluido en su modelo de diseño. Dicho autor agrega un requisito más para la correcta definición del problema o necesidad, el trabajo conjunto de un equipo multidisciplinario, lo cual se retoma como parte importante de la propuesta de diseño que se postula en este documento. El trabajo del diseñador, como identificador de problemas y generador de acciones, es una actividad colaborativa en la que se requiere, además de la participación de la gente afectada, la intervención de especialistas de otras disciplinas que contribuyan a la generación de acciones en la búsqueda de mejorar el bienestar de dichas personas.

Las características de cada caso y la identificación del problema determinarán la pertinencia de las disciplinas; el papel del diseñador es la de un facilitador que ayuda a establecer un diálogo conjunto con la gente afectada y los especialistas. Al mismo tiempo, el conocimiento de la gente, con quien se plantea una interacción en el proceso de diseño, entraña el conocimiento de sus valores, contexto y forma de vida, aspectos que indudablemente están relacionados con las identidades individuales y colectivas.

Diseño e identidad

Abordar la concepción de identidad desde lo social conduce al segundo cruce implicado la relación diseño-ética-identidad, desde donde *la acción del diseño con el otro genera identidad*. Para escribir sobre identidad se retoma el acercamiento desde las Ciencias Sociales. A partir del concepto de identidad individual que postula Mercado Maldonado se definen las características de la identidad social e identidad colectiva, para referirse a los grupos sobre los que se incide mediante el acto de diseñar.

Desde el sujeto individual, la identidad es un

Ejercicio de autorreflexión, a través del cual el individuo pondera sus capacidades y potencialidades, tiene conciencia de lo que es como persona; sin embargo, como el individuo no está solo, sino que convive con otros, el autoconocimiento implica reconocerse como miembro de un grupo; lo cual, a su vez, le permite diferenciarse de los miembros de otros grupos. (2010, p. 231).

A este argumento, Gilberto Giménez (2010) agrega que en este proceso intervienen dos tipos de atributos: de pertenencia social (clase social, etnicidad, colectividades territorializadas, edad, género, entre otros) y particularizantes (atributos caracteriológicos (estilo de vida, relaciones, biografía, objetos, y demás) mismos que contribuyen a la distinción. Como se observa, en esta concepción, hay aspectos que son compartidos, por lo que generan pertenencia a grupos y constituyen semejanzas, pero hay otros que son propios del individuo y establecen, justo, sus diferencias.

Existen las identidades colectivas, cuyo concepto difiere un tanto de las identidades individuales en cuanto que el grupo no se puede concebir como un individuo y constituye un “acontecimiento”. Sin embargo, estas identidades se distinguen de su entorno, definen sus límites y tienen una duración temporal. Requieren del reconocimiento social y poseen memoria colectiva. El autor afirma que las identidades sociales se inscriben y apoyan en un contexto, “requieren, en primera instancia y como condición de posibilidad, de *contextos de interacción* estables constituidos en forma de “mundos familiares” de la vida ordinaria, conocidos desde dentro por los actores sociales (...) con fines prácticos” (Giménez 2010, p. 10).

Al reflexionar la actividad de Diseño a partir de su cruce con la identidad, es claro que la acción del diseño se ejerce con grupos que sustentan identidades colectivas, cuyas particularidades, diferencias, problemáticas y necesidades sólo se pueden conocer mediante la interacción del diseñador con el grupo en cuestión.

Derivado de esa interacción, es posible reconocer que el Diseño puede contribuir al sentido de identidad social mediante la identificación de los individuos de una sociedad con lo diseñado o con las acciones del ejercicio del diseño. En ese sentido es posible establecer que tanto ética como identidad son parte intrínseca de la acción de diseñar.

Proceso de diseño

En un segundo momento, la información recabada en torno a los problemas, valores y contexto del otro se utiliza para la proposición de posibles soluciones-acciones en las que el diseñador, desde la perspectiva de la ética, y de preferencia en conjunto con los expertos multidisciplinarios, trata de proyectar los efectos que éstas puedan tener en las relaciones entre las personas, con otros objetos y en otras situaciones antes de su implementación.

Y finalmente, se lleva a cabo la realización y evaluación del proyecto para conocer su eficacia y alcance en el logro de la modificación del contexto y/o comportamiento y las actitudes de la gente, para contribuir a la transformación de una realidad existente en una realidad deseada (Frascara, 2000), lo que corresponde al momento de cierre de la acción de diseñar. Este planteamiento, aunque muy general, describe las etapas de un proceso de Diseño, sin embargo, es importante resaltar que la acción misma de la producción de lo diseñado también implica un método, entendido como normas de acción para seguir un camino organizado y lógico. Inicialmente dichos métodos fueron importados de otras disciplinas y aplicados a la acción del diseño, pero poco a poco han surgido propuestas específicas al Diseño. Algunas hacen énfasis en la producción de objetos, como el Método Proyectual de

Bruno Munari (1983), otras como el Modelo General del Proceso de Diseño desarrollado en la División de Ciencias y Artes para el Diseño de la Universidad Autónoma Metropolitana Azcapotzalco en México (1992), buscan establecer un equilibrio entre aspectos teóricos y prácticos que combinan el uso de tecnología con una metodología crítica en una propuesta unificada de todas las disciplinas comunes del Diseño. Más tarde surgen los métodos no lineales como el modelo de Victor Papanek de Diseño Generalizador Integrado (1977) y los modelos para la generación de diseño alternativo.

En este artículo no se pretende proponer ningún modelo, simplemente se integra, a las fases generales del proceso de Diseño, una serie de consideraciones para la acción reflexiva del diseñador que le permitan replantear su concepción del otro para provocar una interacción participativa.

A continuación se presenta el resultado de esta combinación.

- Contexto del caso.
- Ética de la interacción
- Integración de un equipo multidisciplinario
- Identificación de la necesidad-problema
- Planteamiento de acciones
- Relación Diseño e identidad
- Desarrollo del proyecto
- Realización y evaluación

Estas fases que no son necesariamente secuenciales puesto que interactúan de manera dinámica y por lo tanto se emplearán en distinto orden en los dos casos prácticos descritos a continuación para ejemplificar la implementación de los conceptos señalados anteriormente así como su interactividad en una situación práctica de diseño. que son ilustradas mediante dos casos prácticos de procesos de diseño.

Caso 1: La Casona

- Contexto del caso

La presentación del siguiente caso parte del conocimiento del contexto específico de los sujetos involucrados en el proceso de diseño. En noviembre y diciembre del 2017 se realizó un proyecto comunitario de dibujo infantil con la comunidad indígena Otomí de la Zona Rosa de la Ciudad de México asentada en un complejo habitacional de treinta departamentos ubicado en Avenida Chapultepec 342 conocido como La Casona.

La comunidad de ciento veintisiete personas está compuesta en su totalidad por familias originarias de Santiago Mexquititlán un poblado ubicado al sur del estado mexicano de Querétaro. Santiago Mexquititlán es uno de los asentamientos otomíes más antiguos de esa región puesto que fue fundado en 1520 como una iniciativa de las autoridades virreinales para consolidar un proyecto de población encaminado a conseguir mano de obra

para las estancias ganaderas. Por ello sus fundadores pertenecían a grupos otomíes desplazados de otras zonas, otomíes reubicados a la fuerza y habitantes de caseríos dispersos a quienes los franciscanos congregaron alrededor de una iglesia (Valverde, 2009).

- Ética de la interacción

Desde el inicio se buscó desarrollar el proyecto como una actividad colaborativa y por ello se pidió la autorización de la asamblea de la comunidad y la participación de sus miembros, logrando que cada uno de ellos se convirtiera en un participante de la acción, desde la similitud, reconociendo y validando su manera específica de entender, evaluar e integrar experiencia e información y de sentir y actuar.

El diseñador partió de querer conocer a la comunidad y trabajar con ella en las acciones determinadas en conjunto en respuesta a las necesidades expresadas por aquellos que las viven.

- Integración de un equipo multidisciplinario

Además de la participación de los adultos y niños de la comunidad desde el inicio del proyecto, se contó con la asesoría del grupo Habitajes, un equipo multidisciplinario que lleva a cabo proyectos en relación al estudio y acciones sobre el Espacio público y quienes contaban con una relación de cinco años de colaboración con la comunidad.

- Identificación de la necesidad-problema

El conocimiento de la comunidad que tenía el equipo multidisciplinario derivado de los distintos proyectos realizados en conjunto, fue la primera guía para la identificación de una de las necesidades. Los miembros de Habitajes destacaron la necesidad de involucrar a los niños de la comunidad en actividades creativas y con ello en mente, en la primera reunión con los representantes de la asamblea, se planteó una segunda necesidad o interés, la generación de un producto que contribuyera al posicionamiento del grupo frente a sus colaboradores y beneficiarios haciendo énfasis en su identidad cultural.

- Planteamientos de acciones

En respuesta a la primera necesidad, el involucramiento de los niños de la comunidad en actividades creativas, se decidió en reunión de asamblea, organizar sesiones de dibujo dirigidas únicamente a los niños, cuyo propósito era darles un espacio de expresión gráfica mediante el cual pudieran explorar lo que ya podían y sabían hacer.

Este involucramiento participativo surgido del conocimiento y experiencia previa de los niños que derivó en su acción de dibujar resultó sorprendente para los adultos, contribuyendo a valorar sus capacidades y talentos y a reconocer su capacidad de expresar los valores de identidad de la comunidad.

En relación a la segunda necesidad, se discutieron en asamblea distintos materiales gráficos que pudieran incluir imágenes elaboradas por los niños en las sesiones de dibujo y que pudieran ser repartidos entre las familias de la comunidad y entre sus benefactores y colaboradores y se acordó elaborar un calendario debido a su cualidad práctica de uso, la facilidad que su formato ofrecía para incluir varios dibujos y mensajes en distintas hojas y

la posibilidad de imprimirlo y distribuirlo fácilmente. Se acordó entonces trabajar con los adultos de la comunidad en sesiones separadas para seleccionar los temas de interés que serían trabajados en las sesiones de dibujo para ilustrar el calendario, las fechas relevantes a resaltar, la selección e interpretación de los dibujos obtenidos y la construcción de las frases en otomí, la lengua originaria del grupo, como acompañamiento de las imágenes para promover su conservación entre los niños pequeños que asisten a escuelas públicas donde toda la enseñanza se realiza en español.

Se establecieron fechas para las sesiones de dibujo y se invitó a los niños de la comunidad, conformándose un grupo compuesto de cinco niños en edades de 3 a 5 años y cuatro niños con edades de 8 a 9 años. Respecto a los temas de interés, los adultos de la comunidad determinaron la importancia de trabajar en torno al pueblo de origen (Santiago Mexquititlán) y sus fiestas tradicionales. La comunidad también seleccionó los días a resaltar en el calendario de acuerdo a las fechas que les resultan importantes: el 15 de mayo día de San Isidro Labrador por su relación con la siembra, el 25 de julio cuando es la fiesta de su Santo Patrono Santiago, el 1 y 2 de noviembre cuando recuerdan a sus Fieles Difuntos y el 12 de diciembre cuando festejan a la Virgen de Guadalupe. Todo ello debía aparecer marcado con un círculo rosa, de acuerdo a su propia decisión, por encontrarse asentados en la Zona Rosa de la Ciudad de México. También pidieron incluir el calendario lunar porque dijeron que es muy importante para ellos.

- Relación diseño e identidad

La unidad doméstica es la estructura de referencia de los niños y desde ese contexto se educan en ciertos valores, normas e ideas que según Oscar Lewis (1989) son intrínsecos a situaciones de necesidad en poblaciones que se han adaptado a nuevos entornos físicos, contextos ecológicos y nuevas relaciones sociales determinadas por condiciones ambientales y políticas gubernamentales, lo cual es el caso de la comunidad de La Casona, puesto que sus miembros emigraron desde Santiago Mexquititlán a la Ciudad de México en busca de oportunidades de trabajo.

Los dibujos ofrecen información sobre el contexto social específico de los niños tales como aspectos de sus relaciones familiares y grupo social y también son descripciones de lugares de acuerdo a Michel de Certeau (2000) quien define por lugar el orden según el cual los elementos se distribuyen en relaciones de coexistencia.

Cada uno de los elementos representados en los dibujos está dispuesto uno al lado de otro, describiendo el conocimiento del orden del lugar, pero a través de las narraciones de los niños esos lugares se convierten en lugares practicados, es decir, en espacios donde “se recoge agua” o “se hacen las tortillas.”

En relación al calendario, los adultos solicitaron la inclusión de un logotipo que se encuentra pintado en uno de los patios interiores del conjunto habitacional con la leyenda “Orgullo Otomí” y la imagen de una de las muñecas de tela elaboradas por las mujeres de la comunidad que porta su traje típico por considerarla como un símbolo otomí importante ya que su venta ha contribuido al sustento económico de la comunidad por generaciones.

- Desarrollo del proyecto

La comunidad ofreció sus propios espacios para la realización de las sesiones de dibujo tales como su sala de asambleas y su taller de serigrafía.

Se ofreció a los niños distintos materiales de dibujo para fomentar su habilidad de experimentación plástica, poniendo a su disposición lápices de color, crayolas, gises, acrílicos y un número ilimitado de hojas bond.

El trabajo fue altamente interactivo puesto que los niños tienen relaciones familiares y de amistad entre ellos y de iniciativa propia se ayudaban y cuidaban de los pequeños. Además durante las sesiones desarrollaron conversaciones alternadas con juego que revelaron distintos aspectos de sus vidas, en ese sentido los dibujos pueden ser interpretados como formas de conocimiento que surgen de la observación de su medio ambiente y de la experiencia de un contexto cultural específico que es otomí.

En cada dibujo se escribió el nombre de su autor, cuando los niños sabían escribir ellos mismos lo hacían, y al término de cada dibujo había una plática con cada niño para preguntarle lo que había hecho, de esa manera ellos describieron cada detalle representado. En todo momento se respetaron sus decisiones y opiniones sobre qué hacer y cómo hacerlo. Como resultado de las sesiones se obtuvieron alrededor de cincuenta dibujos.

Para abordar el tema del pueblo se decidió partir del tema “casa” como una forma inicial de acercamiento a la representación del espacio físico-cultural de los niños y de ahí moverse hacia el pueblo con todo lo que fuera derivando del interés de los niños.

Con relación al tema de la fiesta se preguntó a los niños cuál era su fiesta favorita y la respuesta fue unánime, ¡cuando hay feria! En sus dibujos de feria aparecen sus juegos mecánicos, puestos y comidas favoritas. Una vez terminadas las sesiones de dibujo se convocó a una asamblea con los directivos de la comunidad y los padres de familia de los niños participantes para mostrarles los dibujos obtenidos.

Los adultos reinterpretaron los dibujos de los niños de acuerdo a sus propias experiencias y memorias colectivas, por ejemplo el dibujo de un pez les remitió a la Presa Comunidad Santiago, una presa ubicada muy cerca de Santiago Mexquititlán que por mucho tiempo sirvió como centro de pesca y riego, donde las familias iban a pasar el día.

Los corazones, flores, mariposas y estrellas dibujados por las niñas más pequeñas les recordaron el florecimiento del campo en Santiago y a las máscaras elaboradas en cartulina y pintadas con colores acrílicos decidieron nombrarlas “La fantasía de los niños” por la fascinación que los niños tienen con la lucha libre. La recepción de los dibujos por parte de los adultos tuvo una dimensión social en la cual se determinó su significado como tal (Jones, 2014) y de acuerdo a ello se les nombró, conectando universos de experiencia que aparentemente no tienen conexión. El nombramiento de cada dibujo fue escrito en otomí de manera consensada entre los miembros de la comunidad.

- Realización y evaluación

La actividad de la diseñadora se centró en el desarrollo del calendario como producto de diseño gráfico. Una vez que se seleccionaron las imágenes con la comunidad se hizo una propuesta gráfica que fue presentada a la asamblea para su aprobación.

Se imprimieron ciento cincuenta copias del calendario que se repartieron en una reunión a cada una de las familias de la comunidad quedando veintitrés ejemplares para repartir entre su red de colaboradores y amigos con el objetivo de promoverse como comunidad. Independientemente del carácter práctico del calendario como un elemento de medición del tiempo, su producción fue relevante para la comunidad Otomí de La Casona porque cuenta con los dos tipos de atributos señalados por Gilberto Giménez (2010), de pertenencia social y particularizantes en el sentido de que contiene la representación personal de cada niño de sus propias historias personales.

Las sesiones de dibujo ofrecieron a los niños un espacio de expresión y juego donde se les permitió explorar nuevos materiales y la acción de dibujar se convirtió en un ejercicio de autorreflexión sobre ellos, sus familias y su comunidad. Además, la convivencia entre ellos a lo largo de las sesiones les permitió conocer y profundizar otros aspectos de los niños con quienes conviven cotidianamente.

Para los niños fue importante ver sus dibujos incluidos en un material impreso y colgados en sus casas y las de sus familiares y amigos ya que fue una manera de contar con el reconocimiento y validación de la comunidad y ello contribuyó a reforzar su sentido de pertenencia a la colectividad. También fue útil para ellos tener palabras claves en Otomí asociadas a los dibujos puesto que algunos expresaron su dificultad para relacionarse con la lengua de su comunidad.

Los adultos, además de contar con la satisfacción de ver los dibujos de sus niños impresos decorando sus casas, encontraron elementos culturales de interpretación y evocación relevantes a su memoria colectiva, (Giménez, 2010).

Caso 2: Comunidad 2 de Octubre.

- Contexto del caso

El desmedido proceso de urbanización que se llevó a cabo en la Ciudad de México durante los años 80's, junto con los problemas económicos producidos en las zonas del campo fueron algunos de los factores que contribuyeron a que la gente de zonas rurales emigrara hacia las ciudades en busca de mejores condiciones de vida, el establecimiento de la Colonia 2 de Octubre surgió como resultado de estas condiciones.

Se utilizó el término Comunidad 2 de Octubre para referirse al grupo de personas ubicadas en la Colonia 2 de Octubre situada en el sur de la Ciudad de México, a la altura del kilómetro 8.5 de la Carretera al Ajusco, en la ahora Alcaldía Tlalpan. Dicha zona contaba con una extensión de 24 hectáreas en una zona predominantemente boscosa.

El hecho de que la propiedad de los terrenos donde se asentó la comunidad estuviera en litigio y el que la colonia careciera de infraestructura urbana (agua, luz, pavimentación) fueron factores fundamentales que contribuyeron a la conformación de la comunidad, como grupo organizado que tuvo como objetivos principales: el reconocimiento legal de la propiedad y las acciones conjuntas en pro de contar con los servicios requeridos para la mejoría de su calidad de vida.

Ante este panorama, la facción de Autogobierno de la Facultad de Arquitectura de la Universidad Nacional Autónoma de México, promovió, como proyectos terminales de tesis, la realización de anteproyectos de vivienda, que respondieran a las necesidades de diversos grupos sociales marginados.

La diseñadora se integró al equipo de trabajo de dicha Facultad en 1983 para participar y proponer acciones frente a los problemas de la Comunidad 2 de Octubre desde la perspectiva del diseño, empleando el resultado del trabajo final como tesis profesional.

El conocimiento del contexto, la interacción con la gente, la integración a un equipo multidisciplinario (arquitectos, doctora, pintor y diseñadora), junto con la realización de estudios cuantitativos y cualitativos contribuyeron a la identificación de los problemas en los que pudo incidir el Diseño.

Las estadísticas obtenidas a partir de esta investigación, brindaron información relevante sobre diversos aspectos entre los cuales destacan:

El 74 % de la población que formó parte de este grupo vino de provincia, campesinos que llegaron a vivir a esos terrenos por el alto costo de las rentas y falta de productividad en el campo, así como carencia de recursos económicos. Al mes de marzo de 1983 se consideró una población de 1800 personas, que comprendió 380 familias, formadas, en promedio, por 5 miembros cada una. El 45.9 % de la población eran mujeres. 921 personas tenían entre 0 y 15 años de edad (51.2 %). Aproximadamente el 54.8 % de la población, a nivel de estudios, se situaban en la educación básica (nivel primaria). Este factor dificultó su acceso a empleos. La economía de la comunidad estaba basada en el 11 % del total de la población. En cuanto al espacio, el terreno contaba con una escuela primaria, una pre-primaria y un centro para asambleas, en el que se ubicaron las oficinas del movimiento y un dispensario, construidas por ellos, dado que era una comunidad marginada no contaban con un apoyo gubernamental.

Los puntos anteriores constituyen datos y cifras, que no proporcionan información sobre cómo pensaba la gente, cómo vivía esa realidad.

Una comunidad consiste en la trama de relaciones correspondientes a su vida cotidiana. Trama de relaciones que se expresan en lenguajes, gestos, vestimentas, objetos, espacios, ritos, costumbres, expectativas, creencias, estereotipos, conceptos, formas de amistad, de amor y de autoritarismo, juegos, trabajo... (Prieto, 1982, p. 92)

- Integración de un equipo multidisciplinario

El equipo multidisciplinario, se presentó ante la comunidad en su asamblea dominical, para plantearles el interés de un trabajo conjunto en torno a sus necesidades.

Para determinar las características propias de esta comunidad e identificar las necesidades, los integrantes del equipo multidisciplinario realizaron estudios cuantitativos y cualitativos. En primer lugar se efectuaron 2 tipos de encuestas para recabar información general, como son: causas de movilización, edad, miembros de la familia ocupación, estudios, características de la vivienda, etc.; el segundo tipo de encuesta recabó información relacionado sobre hábitos higiénicos, alimentación y enfermedades predominantes en los

habitantes de la colonia. Por otro lado los estudios cualitativos se realizaron a partir de conversaciones directas con la gente.

- Ética de la interacción

Parte del conocimiento del contexto se obtuvo a partir de la relación que el diseñador y el grupo multidisciplinario estableció con las personas, no sólo a través de una comunicación verbal, sino quizás y más importante mediante la integración de la diseñadora a la realidad de la gente; ejemplo de ello fue la colaboración de la diseñadora en las faenas dominicales en las que se reunía la comunidad, equipada con palas y cubetas, con el propósito de nivelar la tierra y delimitar caminos para el acceso a automóviles, esto constituyó una manera de interacción con el *otro* basada en la vida cotidiana.

Diseñar bien quiere decir entender las complejas interacciones de contextos humanos en el ambiente comunicacional. Requiere conocimiento, no sólo de percepción y discriminación visual, sino también de la ecología total de la evaluación, de la discriminación de valores, identidad, territorialidad, status, y toda otra dimensión que afecte o altere la conducta humana personal y social. (Frascara, 2000, p. 244).

Después de las faenas de abrir calles, los integrantes de la comunidad asistían a la asamblea en donde se exponían los problemas grupales y los acuerdos para solucionarlos. En esas reuniones, el equipo multidisciplinario planteaba actividades y avances de las mismas, a fin de mantener una comunicación continua con los integrantes de la comunidad y conocer, de manera personal, sus problemáticas y percepciones individuales.

El comportamiento, a nivel de comunicación, durante las entrevistas, fue abierto y franco, actitud de escucha y respeto hacia los compañeros, afectuoso entre los miembros de la comunidad, desconfiado, al inicio, en su relación con personas ajenas al grupo, agradecidos ante la ayuda ofrecida al grupo, y sentido de participación.

- Identificación de la necesidad-problema

El equipo multidisciplinario empezó a identificar necesidades vinculadas a sus especialidades. Así, la doctora, quien trabajaba tres días a la semana en el dispensario, detectó algunas enfermedades recurrentes en los habitantes de la colonia. Aunado a ello, se analizaron los resultados del cuestionario relacionado con hábitos de higiene y alimenticios. Cabe destacar que las enfermedades encontradas más recurrentes fueron gastro-intestinales y de garganta; el 91 % de las viviendas de los entrevistados tenía fosa, no siempre fosa séptica en lugar de baño y su alimentación estaba basada en tortillas y frijoles principalmente. La población infantil de 0 a 10 años fue la más enfermiza durante el periodo de tres meses en el que se llevó a cabo el estudio.

La forma más directa de asegurar que las necesidades de los usuarios se reflejen en un diseño es reunir datos sobre esas necesidades mediante encuestas de opinión, cuestionarios, entrevistas (...). La idea básica es preguntarle a la gente ¿Qué quiere, y qué problemas necesitan solucionar? (Elliot/Cross, 1980, p. 55).

Por otro lado, a partir de conversaciones directas con la gente emergió una lista de necesidades, entre las que destacaron las siguientes: limpieza personal, limpieza de alimentos, prevención de enfermedades y nutrición.

- Planteamiento de acciones

Tanto la información estadística como el contacto directo con la gente aportaron a la identificación de los problemas en los que podía contribuir el diseño con acciones para su solución, mismas que tuvieron como objetivo modificar los hábitos higiénicos y alimenticios de la comunidad para mejorar su salud a través de centrar la comunicación visual en las acciones humanas mediante una estrategia comunicacional eficaz surgida del conocimiento de la gente, -el *otro*-, desde su contexto hasta sus percepciones. “Es hora de que el diseño de comunicaciones se ocupe de las cosas que realmente importan: la vida, la muerte, el dolor, la felicidad y el bienestar de la gente” (Frascara, 2000, p. 83).

- Relación Diseño e identidad

En este concepto del diseño como acción social, es importante reconocer las diferencias y semejanzas que identificaban al grupo. Los integrantes de la comunidad eran en su mayoría de origen provinciano, predominando el género femenino y prevaletiendo la población joven (entre 0 y 30 años, el 79.4 %). El grado de escolaridad promedio era de tercero de primaria. Estas características contribuyeron en su manera de percibir e interpretar mensajes. Los rasgos de identidad colectiva encontrados en la comunidad 2 de Octubre fueron posesión de la tierra como patrimonio familiar, reconocimiento legal de esta propiedad, creación de una conciencia grupal, búsqueda de equipar a la comunidad de una infraestructura y servicios básicos y del mejoramiento del nivel de vida, tanto individual como grupal. Ello, además de una memoria colectiva mantuvo cohesionada a la comunidad como una organización bien estructurada, en el sentido de que contaba con “una definición común y compartida de las *orientaciones de la acción* del grupo en cuestión, es decir, los fines, los medios y el campo de la acción” (Giménez, 2010, p 8).

Conceptualizar el *diseño como acción con el otro* conlleva el considerar la identidad colectiva en las acciones a realizar, por ello, fue requisito revisar cuáles eran los medios de comunicación visual que la comunidad utilizaba para comunicarse entre ellos y cuáles para hacerse presente cuando se trataba de externar sus demandas ante el gobierno en marchas y/o plantones, esta información muestra sus formas de expresión y su manera de enfrentarse a la realidad.

Como medios de comunicación para externar sus demandas ante las autoridades utilizaban mantas con imágenes y textos, pintadas por los dirigentes de la organización junto con voluntarios de la comunidad. Los periódicos murales y soportes gráficos en los que registraban, mediante fotografías y textos, los momentos relevantes de la lucha de la comunidad, es decir, la biografía colectiva (fundación de la colonia, desalojos, agresiones por parte del gobierno, etc.) los utilizaban como medios de comunicación hacia el interior de la comunidad.

- Desarrollo del proyecto

La acción del diseñador giró en torno a la generación de recursos didácticos sobre prevención de enfermedades, coordinación de un taller de diseño participativo y elaboración conjunta de carteles y mantas con los dibujos realizados en el taller. A continuación se detalla el proceso.

Las fases previas permitieron identificar un problema de salud específico: enfermedades gastro-intestinales por falta de higiene y afecciones a la garganta, debidas a las condiciones de vida de la comunidad. El desarrollo del proyecto comprendió la realización de las acciones planteadas, cuyo objetivo fue modificar los hábitos higiénicos y alimenticios y por ende repercutir en la salud de los integrantes de la comunidad.

Para ello, se reconocieron los códigos utilizados cotidianamente en su comunicación y se propuso el desarrollo de talleres participativos integrados por la doctora, la diseñadora y los integrantes de la comunidad interesados.

La participación en el taller fue libre y voluntaria. Se realizó la invitación a los interesados durante la asamblea general, el horario se estableció en conjunto con los integrantes de la comunidad; el material para dibujar fue proporcionado por la diseñadora y se impartió en el espacio destinado a las asambleas generales.

El taller se denominó taller de diseño participativo, se plantearon cuatro sesiones, una por semana, cada sesión tuvo una duración de dos horas en un horario matutino. El objetivo del taller fue que la gente de la comunidad expresara, mediante dibujos, posibilidades de solución ante la problemática identificada, es decir, que las alternativas de solución surgieran de ellos y de su contexto y en esos dibujos expresaran su realidad cotidiana. El taller estuvo dividido en dos actividades: la primera consistió en una plática, impartida por la doctora, sobre Higiene, alimentación y prevención de enfermedades, un tema por sesión. La duración de la plática fue alrededor de 30 minutos. La segunda parte del taller, cuya duración fue de una hora y media a dos horas, promovió que dibujaran los participantes lo que consideraban más importante del tema expuesto, ya fuese el problema, la solución o ambos.

Al término de los dibujos, éstos eran expuestos para que todos los integrantes del taller pudiesen verlos y a partir de ello, revisar cuáles eran entendidos y cómo se interpretaban; posteriormente eran colocados en el periódico mural, ubicado en el lugar para las asambleas, situación que permitía que todos los integrantes de la comunidad viesen los dibujos realizados en el taller, este aspecto fue muy importante porque, al representar la realidad que vivían a diario, había una identificación con lo representado, además del saber que uno de su grupo era el autor de la imagen.

- Realización y evaluación

Después de finalizar las sesiones correspondientes al taller de diseño participativo, se realizó una selección de los dibujos que eran comprendidos más rápidamente y expresaban la cotidianidad de la comunidad.

Los cuatro dibujos elegidos fueron reproducidos en carteles, por medio de grabados en linóleo y serigrafía para los textos, otros fueron pintados en mantas. Para la ubicación de estos medios se utilizó el sistema organizativo de la comunidad que participó en su colo-

cación, así que fueron situados en casas y en los principales puntos de la comunidad como el dispensario, escuela y centro de asambleas.

Las imágenes expresaron su contexto y cotidianidad junto con sus formas de percibir y evaluar la realidad, dibujaron letrinas porque no había baños y eso era parte de su contexto. La diseñadora reconoció a los integrantes de la comunidad como el otro y trabajó con ellos en un constante diálogo para finalmente proponer una serie de mensajes visuales con los cuales se pudieran identificar y generar experiencias significativas que pudieran influenciar positivamente en sus vidas.

Conclusiones

Los casos presentados muestran la acción del diseñador en su interacción con grupos con características particulares, grupos que se han constituido como tales en la medida en que comparten atributos de pertenencia social tales como percepciones de vida o bien circunstancias temporales que los identifican y distinguen de otros, circunscritas a un contexto que genera el sentido de identidad social dentro del cual surgen necesidades o problemas específicos que determinan las acciones del diseño.

La identificación de necesidades referida al conocimiento del otro, abre el cruce entre ética e identidad, al tomar conciencia de que la acción del diseño se ejerce con grupos que sustentan identidades sociales relativas a un contexto particular pero que también cuentan con atributos personalizantes que se ven afectados tanto por la acción misma del diseño como por sus productos.

El proceso que se siguió en ambos casos para generar el conocimiento necesario del grupo en cuestión partió de la formación de talleres participativos en los que la gente pudiera expresar su vida cotidiana y aquello que le es importante, esto es, aspectos de su identidad individual y colectiva.

Entre las acciones llevadas a cabo, en ambos casos, destacan la decisión consciente de las diseñadoras de interactuar con las comunidades para conocerlas y a partir de ello, distinguir sus necesidades y problemáticas y plantear posibles respuestas acompañadas del apoyo de equipos multidisciplinarios.

La interacción de las diseñadoras basada en el conocimiento del otro desde su contexto y su interés en promover su participación en la acción del diseño, condujo al diseñar o actuar con el otro, tanto en el desarrollo de las imágenes elaboradas, como en su interpretación y selección de medios de comunicación adecuados a las necesidades detectadas.

Este tipo de interacción que implica el uso de la razón para la toma de decisiones con libertad y voluntad para ejecutar acciones enfocadas a un fin, que es el bienestar del otro, remite a la capacidad reflexiva de la práctica ética del diseñador.

De aquí que se proponga la interacción *con el otro*, desde sus rasgos individuales y colectivos, como principio ético del diseñador.

Si bien, los fundamentos y concepciones sobre el Diseño constituyen la teoría de la cual se deriva su práctica, es indudable que el ejercicio del Diseñar enriquece y retroalimenta

dicha teoría como se observa en los casos presentados mediante los cuales fue posible validar consideraciones surgidas del cruce entre Diseño, ética e identidad que nutren la teoría presentada.

Listado de Referencias Bibliográficas

- Buchanan, R. (1989) "Declaration by Design: Rhetoric, Argument, and Demonstration in Design Practice" En Margolin Victor, *Design Discourse, History/Theory/Criticism*. Chicago: The University of Chicago Press.
- De Certeau, M. (2000) *La invención de lo cotidiano. 1 Artes de hacer*. Traductor Alejandro Pescador, México: Universidad Iberoamericana, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.
- Elliott, David/Cross, N. (1980) *Diseño, tecnología y participación*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Esteve de Quesada, A. (2001) *Creación y proyecto*. Valencia: Instituto Alfons el Magnanim.
- Frascara, J. (2000) *Diseño gráfico para la gente*. Buenos Aires: Infinito.
- Giménez, G. *La cultura como identidad y la identidad como cultura*. México: Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM.
- Giménez, G. (2010) *Cultura, identidad y procesos de individualización*. México: Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM.
- Gropius, W. (1962) *Scope of Total Architecture*. USA: Collier Books.
- Jones, A. (2014) "Performar, performatividad, performance... y la política de la huella material" En: *Perform. How to Do Things with(out) Words*, p. 58 a 87. Editor Chantal Pontbriand, Madrid, España: Sternberg Press.
- Larrain, J. (2003) "El concepto de Identidad" En: *Revista FAMECOS. Porto Alegre no. 21*. Agosto 2003. Disponible en: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/3211/2476>
- Lewis, O. (1989) *Antropología de la pobreza. Cinco familias*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Mercado Maldonado, A. y Hernández Oliva, A. (2010) "El proceso de construcción de la identidad Colectiva" En: *Convergencia. Revista de Ciencias sociales, núm. 53*. México: Universidad Autónoma del Estado de México.
- Morin, E. (1999) *Los siete saberes necesarios para la educación del futuro*. México: UNESCO.
- Munari, B. (1983) *¿Cómo nacen los objetos?*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Papanek, V. (1977) *Diseñar para el mundo real: Ecología Humana y Cambio Social* Madrid: Blume.
- Press M. y Cooper, R. (2009) *El diseño como experiencia. El papel del diseño y los diseñadores en el siglo XXI*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Prieto, D. (1982) *Diseño y comunicación*. México: UAM-Xochimilco.
- Savater, F. (2012) *La aventura de pensar*. Colombia: Debolsillo.
- Valverde López, A. (2009) "Santiago Mexquititlán: un pueblo de indios, siglos XVI-XVIII" En: *Dimensión Antropológica*, p. 7-44, vol. 45, enero-abril.

Zimmermann, Y. (2011) "El diseño como concepto universal. Reflexiones sobre la vida de una palabra." En: *Foroalfa*. Disponible en: <http://foroalfa.org/yves-zimmermann>.

Abstract: This article is a reflection upon the ethical implications of design, which is understood to mean "action with a purpose" and encompasses the entire gamut of what is done by humans, from messages to objects, images, and even cities, and of the designer as a generator of actions in response to problems or needs, implying his or her conceptualization of "the *other*" for whom he or she acts, and the way in which he or she interacts with that other.

The ethical aspects of design are intertwined with the concept of identity when the designer conceives of the impact that his or her actions can generate in the sphere of people and their social relationships, establishing a triad where action aimed at addressing a problem that has come to the designer's attention through knowledge of the other and then is solved through the other's participation, thus giving rise to a series of phases that contribute to the development of the design process.

Keywords: Design- ethics - identity- interaction – other's knowledge

Resumo: Este artigo reflete sobre as implicações éticas do Design, entendido como ação com um objetivo, que abrange toda a órbita do que é feito pelo homem, a partir de mensagens, objetos, imagens e até cidades, e o designer como gerador de ações em resposta a problemas ou necessidades, o que implica sua conceituação do outro, aquele por quem ele atua e sua maneira de interagir com ele.

O aspecto ético do Design se cruza com o conceito de identidade ao projetar as modificações que suas ações podem gerar no contexto humano e em suas relações sociais, estabelecendo uma trilogia em que a ação visa solucionar uma necessidade decorrente do conhecimento do outro e resolvida através de sua participação, eles geram uma série de fases que contribuem para o desenvolvimento do processo de design.

Palavras chave: design - ética - identidade - interação - conhecimento do outro

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo]
