

Antropología aplicada al diseño: Un acercamiento metodológico

Anthropology applied to design: A methodological approach

Sandra Hipatia Nuñez Torres
Universidad Técnica de Ambato, Ecuador

Taña Elizabeth Escobar Guanoluisa
Universidad Técnica de Ambato, Ecuador

Autor para correspondencia: sh.nunez@uta.edu.ec /0999805418 /032462051
Fecha de recepción: 02 de octubre de 2018 - Fecha de aceptación: 30 octubre de 2018

Resumen: El discurso del diseño contemporáneo se fundamenta en la función social que determina el accionar del ser humano como agente portador y productor de sentido en un contexto determinado. Situación de la cual no se apropia la metodología de enseñanza del diseño para la generación de proyectos de investigación, de titulación y práctica proyectual en la academia. La presente investigación tiene como objetivo proponer un método antropológico aplicado al diseño. La metodología se fundamenta en una investigación para el diseño, desde un enfoque cualitativo y un estudio de casos aplicados en el aula con estudiantes de carreras de Diseño. La aplicación del método etnográfico en diseño permite al diseñador una interlocución subjetiva con el usuario, en este sentido, ambos sujetos dialogan sobre cómo representar social y materialmente la realidad. Desde la visión del diseñador - *sujeto cognoscente* - con la intención de describir o interpretar el universo simbólico del usuario - *sujeto de análisis*-. Como resultado se obtuvo 18 proyectos de investigación que se articulan en el nudo problematizador, la representación social del diseño y el esquema antropológico.

Palabras clave: antropología, diseño, etnografía, interdisciplinariedad, metodología

Abstract: The discourse of contemporary design is based on the social function that determines the action of the human being as a carrier and producer of meaning in a given context. Situation of which does not appropriate the methodology of teaching design for the generation of research projects, degree and project practice in the academy. The objective of this research is to propose an anthropological method applied to design. The methodology is based on a research for design, from a qualitative approach and a case study applied in the classroom with students of Design careers. The application of the ethnographic method in design allows the designer a subjective dialogue with the user, in this sense, both subjects discuss how to represent reality and socially. From the vision of the designer - knowing subject - with the intention of describing or interpreting the symbolic universe of the user - subject of analysis. As a result, 18 research projects were obtained that are articulated in the problematic knot, the social representation of the design and the anthropological scheme.

Key Words: anthropology, design, ethnography, interdisciplinarity, methodology

Introducción

Desde el discurso del diseño actual la dimensión del sentido cobra significado al vincularse con el quehacer del ser humano como lo expone *Rojas Rodríguez & Saavedra Torres (2015)*, “El diseño se ha venido transformando en una disciplina con capacidad de analizar y resolver problemas de la sociedad, y, por tanto en una fuente de nuevo conocimiento que permite incrementar el beneficio social” (pág.) Situación de la cual no se apropia la metodología de enseñanza del diseño para la generación de proyectos de investigación, de titulación y práctica proyectual. Este factor fue considerado en las asignaturas –disertadas por las autoras - de Diseño de Proyectos de Investigación y Desarrollo de la investigación de las Carreras de Diseño de Espacios Arquitectónicos y Diseño Textil e Indumentaria de la Facultad de Diseño Arquitectura y Artes de la Universidad Técnica de Ambato. Tales asignaturas fecundan proyectos de titulación y proyectos integradores de los futuros profesionales en diseño.

Toda vez que la investigación en diseño persigue como fin la generación de conocimiento con el fin de diseñar (Manzini, 2015). Conocimiento que debe ser producto de una realidad social donde el sujeto es el actor que le otorga un sentido al objeto diseñado en un determinado contexto. Los proyectos de titulación deben articular la dimensión ontológica a través de la etnografía como método cualitativo de investigación social y desde una reflexión de la interdisciplinariedad del método etnográfico, es posible entablar un diálogo intersubjetivo entre el diseñador y el usuario como sujetos creadores de sentido. (Guber, 2001; Guerrero, 2010)

El presente artículo tiene como objetivo esbozar una antropología aplicada en la investigación en diseño. La antropología aplicada al diseño es una propuesta teórica y metodológica que el diseñador emplea con la intención de describir o interpretar el universo simbólico del usuario. En el establecimiento de la relación diseñador-usuario se propone la aplicación del método etnográfico dentro de un proceso de significación. La aplicación del método etnográfico en diseño permite al diseñador una interlocución subjetiva con el usuario, en este sentido, ambos sujetos dialogan sobre cómo representar social y materialmente la realidad. Por medio de la etnografía se puede acceder a los universos simbólicos de los actores sociales con la intención de realizar una descripción o interpretación de *sus* significados y significaciones.

El diseño se ha preocupado únicamente por la funcionalidad estética, empero, de lado se queda la representación social de lo simbólico. La identificación morfológica responde a la necesidad de una lectura simbólica de la realidad. El sistema de representaciones del usuario trasciende la realidad exterior y es por esto que a partir de una aplicación del método etnográfico en diseño, el diseñador puede acercarse a esas dimensiones más profundas de la realidad. (Gerrero Arias, 2010)

En primer lugar se presenta una reflexión sobre la interdisciplinariedad del diseño en relación con la ciencia antropológica. A continuación se muestra una aplicación etnográfica para la investigación en diseño. El método etnográfico tiene cuatro categorías de análisis que son analizadas por separado. La noción de forma desde la semiología examina la construcción simbólica de la realidad, los significantes y significados dentro del proceso de significación que realizan los actores sociales sobre *su* realidad. Asimismo, se hace una delimitación espaciotemporal de la realidad para determinar el contexto donde se producen y reproducen las

representaciones y manifestaciones. Por último, se propone una representación social y material del diseño en relación con la dimensión de sentido. El diseño se consolida en la investigación social y mira hacia un horizonte epistémico que debe considerar inexorablemente un plano ético y político del ejercicio profesional del diseñador.

La etnografía aplicada al diseño

En este acápite se analiza la aplicación del método etnográfico para la investigación en diseño desde una antropología aplicada al diseño. La etnografía es por antonomasia el método empleado por la ciencia antropológica. Los dos paradigmas dominantes de la investigación social asociados al trabajo de campo etnográfico, son el positivismo y el naturalismo (Guber, *La etnografía, método, campo y reflexividad*, 2001). La fenomenología asimismo ofrece un punto de vista alterno y diferente del positivista acerca de la objetividad y los métodos apropiados para el estudio de la conducta humana. Básicamente, esta orientación sostiene que los científicos sociales no pueden comprender la conducta humana sin entender el marco interno de referencia desde el cual los sujetos interpretan sus pensamientos, sentimientos y acciones (Martínez Miguélez, 2004). Al reflexionar filosóficamente sobre la aplicación del método etnográfico en investigación en diseño, se hace una ponderación epistemológica de lo que comprendería una antropología aplicada al diseño.

La interdisciplinariedad de las ciencias sociales permite acercar al investigador social, al diseñador, a un método etnográfico propio de la ciencia antropológica a través de cual podrá describir o interpretar los universos simbólicos de los usuarios. Al respecto, Apud (2013) se plantea el objetivo de repensar el método etnográfico, con miras a escapar de algunas constricciones metodológicas naturalizadas –principalmente aquellas vinculadas a la antropología posmoderna–, con la intención de plantear una etnografía multitécnica, reflexiva, y en diálogo interdisciplinario.

Cabe recalcar que el método etnográfico es esencialmente cualitativo. Los estudios cualitativos intentan describir sistemáticamente las características de las variables y fenómenos (con el fin de generar y perfeccionar categorías conceptuales, descubrir y validar asociaciones entre fenómenos o comparar los constructos y postulados generados a partir de fenómenos observados en distintos contextos), así como el descubrimiento de relaciones causales, pero evita asumir constructos o relaciones a priori (Quecedo & Castaño, 2002). Según Guerrero (2010) los métodos cualitativos están alcanzando un rol preponderante en la investigación social actual.

En efecto, el trabajo de campo etnográfico tuvo una cuna positivista. El naturalismo se ha pretendido como una alternativa epistemológica donde la ciencia social accede a una realidad (pre)interpretada por los sujetos (Guber, *La etnografía, método, campo y reflexividad*, 2001). En vez de extremar la objetividad externa con respecto al campo, los naturalistas proponen la fusión del investigador con los sujetos de estudio, transformándolo en uno más que aprehende la lógica de la vida social como lo hacen sus miembros. Por consiguiente, el investigador no se propone explicar una cultura sino interpretarla o comprenderla. De la misma forma, el positivismo fue criticado desde las teorías interpretativistas que postulaban que los hechos humanos no se rigen por movimientos mecánicos ni por un orden inmanente y externo a los individuos, sino por las significaciones que éstos asignan a sus acciones (Guber, 2004).

La propuesta metodológica para la aplicación etnográfica en diseño es el diálogo intersubjetivo entre el diseñador y el usuario, una interlocución de subjetividades que le permitirá al diseñador representar social y gráficamente la realidad. Los universos simbólicos de ambos sujetos están enmarcados en un escenario de lucha de sentidos. Para Rosaldo (2000) el análisis social ahora debe enfrentarse con el hecho de que sus objetos de análisis también son sujetos que analizan e interrogan críticamente a los etnógrafos, sus escritos, su ética y su política.

En este sentido, Guber (2004) señala que estas premisas plantearon algunas consecuencias importantes en la concepción de la naturaleza y función del trabajo de campo antropológico: el reconocimiento de la subjetividad del investigador en el proceso de conocimiento y del campo de las significaciones sociales cuya relevancia está siempre más comprometida con la particularidad que con la generalidad, de modo que el investigador debe reconstruir la lógica y coherencia propias e inherentes a la cultura que estudia.

El usuario es *informante* (Guber, 2004) y *sujeto de análisis* (Rosaldo, Cultura y verdad, 2000), desde esta configuración de la aplicación del método etnográfico en la investigación en diseño, el diseñador-investigador-etnógrafo establece una relación comunicacional que se convertirá en una interlocución subjetiva. El diálogo intersubjetivo entre el usuario y el diseñador, permitirá crear una representación social y gráfica del diseño. La reflexividad inherente al trabajo de campo es el proceso de interacción, diferenciación y reciprocidad entre la reflexividad del sujeto cognoscente -sentido común, teoría, modelos explicativos- y la de los actores o sujetos/objetos de investigación (Guber, 2001). El usuario es quien busca la intervención del diseñador con la intención de satisfacer una necesidad.

Las técnicas de recolección de datos (Guber, 2001) entre las que se debe mencionar a la coresidencia, la observación participante, el diario de campo, historias desde la vida (Guerrero, 2010), encuestas y cuestionarios, la entrevista antropológica -no directiva- (Guber, 2004), entre otras; servirán al diseñador-etnógrafo en la interpretación de los datos y en la construcción del dato antropológico. La aplicación del método etnográfico en diseño permitirá al diseñador acceder al universo simbólico del usuario, sin embargo, desde la reflexividad el diseñador asimismo permitirá al usuario acceder a *su* universo simbólico, ambos sujetos estarán inmersos dentro de un proceso de interacción simbólica.

La etnografía aplicada al diseño es propuesta y guía metodológica para la sistematización de datos sobre la diversidad y diferencias de las culturas (Guerrero, 2002). Para el análisis de un hecho sociocultural, se propone la utilización de cuatro categorías conceptuales y metodológicas: noción de forma, espacialidad, temporalidad y sentido. Dichas categorías no pueden ser analizadas en manera aislada, ya que se encuentran integradas dialécticamente en la realidad y constituyen un sistema y como tal actúan en forma interrelacionada. Ningún fenómeno, proceso o hecho de la realidad, deja de estar atravesado por el espacio, el tiempo y el sentido; no existe nada que no se dé en un espacio concreto, que no tenga una historia y que no tenga significados y significaciones, es decir, que se haga por y para algo.

Noción de forma

Una noción de forma desde la semiología es la propuesta a examinar en este apartado. La significación como proceso diseñado permite indagar la relevancia del significante frente al significado o viceversa, asimismo el estructuralismo y la deconstrucción son postulados que complementan el análisis propuesto. El materialismo tácito surge desde una concepción extrínseca, la «noción de forma» está condicionada por una construcción concreta del mundo que constituye una configuración física y significante.

En el diseño, la significación mantiene una relación dinámica entre el usuario y el diseñador. El usuario busca que sendos significados sean representados a través de significantes construidos por el diseñador. La concretización de una abstracción condicionada es el objetivo que busca la interpretación semiológica dentro del campo profesional del diseño. La noción de forma está ligada al diseño desde una interrelación semiológica que confronta la objetividad del diseñador frente a la subjetividad del usuario en el gran universo de los signos.

Las teorías de los signos aparecen a través de la historia de la filosofía, la primera referencia explícita a la semiótica como rama de la filosofía surge en la obra de John Locke en el «*Essay Concerning Human Understanding*» (1690). Sin embargo, las dos tradiciones principales de la semiótica contemporánea parten de los postulados del lingüista suizo Ferdinand de Saussure (1857-1913) y del filósofo norteamericano Charles Sanders Peirce, respectivamente (1839-1914). El término “semiología” de Saussure data de un manuscrito de 1894, la primera edición de su *Curso de lingüística general*, publicada en 1916, contiene la siguiente declaración:

Es posible [...] concebir una ciencia que estudie el papel de los signos como parte de la vida social. La llamaremos semiología (del griego *semeion*, “signo”). Se dedicaría a investigar la naturaleza de los signos y las leyes que los rigen (Saussure 1983: 15-16, en Chandler, 2014).

El modelo de signo de Saussure se encuentra dentro de una relación diádica. Al enfocarse en los signos lingüísticos, Saussure definió el signo como una entidad compuesta de un “significante” y un “significado”. Los críticos contemporáneos tienden a describir al significante como la forma que toma el signo y al significado como el concepto al que se refiere. La cuestión que nos acaece se centra en justificar el empleo del modelo semiológico diádico de Saussure (significado y significante) y alegar por qué no empleamos el modelo semiótico triádico de Peirce (representamen, interpretante y objeto). Es menester el debate comparativo entre ambos modelos, repasaremos brevemente el modelo semiótico y la acreditación del modelo semiológico a la aplicación en el diseño dentro de un contexto argumentativo determinado.

Hacia la misma época en que Saussure formulaba su modelo del signo, de la “semiología” y de una metodología estructuralista, al otro lado del Atlántico, el filósofo pragmatista Charles Sanders Peirce trabajaba independientemente en la formulación de su propio modelo del signo, de la “semiótica” y de las taxonomías de signos. A diferencia del modelo saussureano del signo en la forma de una diada autocontenida, Peirce mostraba un modelo triádico formado de: 1) el “representamen”: la forma que toma el signo (no necesariamente material, aunque usualmente se lo interpreta como tal); 2) un “interpretante”: no un intérprete, sino más bien el sentido que se le da al signo y 3) un “objeto”: algo más allá del signo al que se refiere (un referente).

Estos tres elementos son esenciales para que algo sea considerado como un signo. El signo es una unidad que contiene lo que este representa (el objeto), cómo se lo representa (el representamen) y la manera en que se interpreta dicho signo (el interpretante). El representamen se asemeja al significante de Saussure y el interpretante es casi análogo al significado. No obstante, el interpretante tiene una calidad diferente a la del significado: es en sí mismo un signo en la mente del intérprete.

El modelo semiológico saussureano nos brinda un campo concreto de estudio, Pierce al postular al signo como una construcción tripartita inserta su trabajo investigativo en la teoría de la mente, empero, la semiología es estructuralismo e intenta buscar modelos aplicables a la realidad. La elección es circunstancial a la argumentación, la relación significante-significado se ajusta arbitrariamente y por convencionalidad a la correspondencia entre la objetividad del diseñador en la significación del significante y a la subjetividad del usuario en la significación del significado.

El usuario busca la mediación del diseñador para que pueda crear una realidad específica para sus significados, en el proceso de significación muchos significados son distorsionados por semas tanto externos como internos del otro sujeto en la mediación, el proceso de interpretación es complejo y debe considerar una objetividad dada desde una noción de forma que el diseñador plantea. Ambas contemplaciones, objetividad del diseñador y subjetividad del usuario, son razones a fundamentar desde el plano dialéctico a continuación descrito.

La objetividad del diseñador en el proceso de significación pone de manifiesto la noción de forma que nos atañe en esta argumentación. El diseñador es un sujeto quien a través de condicionamientos de significados de otro sujeto construye una nueva realidad. La realidad a la que hacemos referencia es una consideración externa, física y concreta. Al hablar de una noción de forma en semiología, el significante es la entidad del signo que interesa al diseñador en la construcción de un diseño y en cualquier propuesta de significación. Entonces, para el modelo semiológico saussureano, la dicotomía entre significante y significado deriva en el análisis de la objetividad del diseñador frente a la subjetividad del usuario.

Ahora bien, el significante es el fin al que aspira el diseñador, la construcción de esta noción de forma corresponde a la interrogante que se dilucida en este posicionamiento. La sistematización procesual vendría dada desde el origen de la significación que es únicamente el contexto mediado por otros signos, es decir, para que pueda el diseñador crear un significante para significados condicionados por el usuario, es imperante que el medio en el que se desarrolla esta correlación sea un espacio de ejercicio profesional. En efecto, el diseñador busca acceder al universo de sentidos del usuario a través del diseño empleando mecanismos interpretativos y representativos en el proceso de significación. La noción de forma es producto de aquella mediación fruto de la dinámica en cuestión que se crea para satisfacer el deseo de significación de un significado a través de un significante.

Los avances sociales y tecnológicos agregan un valor extra a la significación de la realidad, se crean nuevos significantes y significados en un proceso de interacción simbólica¹. En la interpretación de alguna situación social, histórica, cultural o económica, como lo hacen el arte, el diseño, la arquitectura y otras disciplinas, los nuevos proyectos de interacción social se

plantean desde una propuesta que parte de la teoría de los signos, sin la usurpaciónⁱⁱ del universo semántico de ningún sujeto y proponiendo una representación social del diseño.

Espacio - tiempo

La espacialidad es una categoría imprescindible, constitutiva de la realidad, que es necesario considerar para su conocimiento. Según Guerrero (2002), toda manifestación de la cultura no se produce en el vacío, sino en un espacio concreto, en un universo que a su vez se vuelve nuestro universo de investigación. Esta categoría hace referencia al espacio, escenario, arena, lugar, en donde se produce o realiza determinado hecho sociocultural. La perspectiva holística que caracteriza el análisis antropológico, plantea la necesidad de considerar el análisis del espacio. Al respecto Cravino (2012) señala que la construcción del espacio no es meramente un proceso físico, sino que las relaciones sociales otorgan un significado y unas características al lugar donde se vive. El espacio como isotopía o eje de sentido juega un papel importante para la comprensión de sus significados, por ello la importancia de develar cuáles son las marcas territoriales, entendidas éstas como esos espacios de autorrealización de sujetos, que se encuentran identificadas por prácticas materiales y simbólicas compartidas, que se materializan en diversos imaginarios, representaciones y lenguajes, y en el sentido que los actores dan al uso de esos espacios (Guerrero, 2010).

Ahora bien, respecto a la temporalidad cabe mencionar que ningún hecho de la realidad puede hacerse fuera del tiempo, puesto que todo hecho sociocultural está cargado de historicidad, tiene una historia, ya sea que se refiera a un tiempo histórico o a uno mítico, al pasado o al presente (Guerrero, 2002). Lo temporal atraviesa todas las dimensiones de la realidad y por lo tanto de la vida social. Desde la visión holística de la antropología, que en esta propuesta es una antropología aplicada al diseño, la categoría de temporalidad nos permite llegar a conocer un hecho cultural en el tiempo, desde dos perspectivas de análisis: análisis diacrónico y análisis sincrónico. Dentro de la temporalidad como isotopía, Guerrero (2010) menciona que podemos encontrar el antes y el después como categorías narrativas que marcan la forma cómo desde la temporalidad se construye en el imaginario social el sentido de las identidades y permite entender las dimensiones diacrónicas y sincrónicas que se expresan en todo hecho sociocultural y sus procesos de cambio, es decir, la dialéctica a la que está sujeta toda cultura.

La delimitación espaciotemporal de la aplicación etnográfica para el diseño, permite reflexionar sobre una interlocución de subjetividades en la construcción de una espacialidad, de una temporalidad, de una noción de forma, de sentido. A través de esta guía etnográfica para el diseño se esboza una metodología de investigación cualitativa que permite al diseñador dialogar en interlocución con el usuario para la construcción de significantes y significados en un proceso de significación de lo espacial y lo temporal. La antropología aplicada al diseño, a través de la aplicación etnográfica para el diseño, busca descubrir cuáles son las isotopías o ejes de sentido que se encuentran en la acción social, para poder llegar a comprender los significados y significaciones de la alteridad, de la diversidad y diferencia de las culturas (Guerrero, 2010).

Dimensión de sentido, la representación social y material del diseño

Todo hecho de la cultura como construcción simbólica de la praxis humana tiene una razón de ser. Para Guerrero (2002), cuando hablamos del sentido, buscamos encontrar esas razones, los significados y significaciones múltiples y diversos que los seres humanos y las sociedades dan a sus construcciones culturales. Esta categoría nos acerca al universo de los actores sociales, de sus prácticas materiales e imaginarias, y nos ayuda a comprender el sentido que los seres humanos como constructores simbólicos dan a la cultura. Para poder descubrir las isotopías o ejes de sentido de la cultura, se hace necesario establecer algunos referentes de dicho sentido que en la acción social se expresa (Guerrero, 2010).

La representación social del diseño permite al investigador–diseñador describir o interpretar la multidimensionalidad de la realidad de los actores sociales en una contextualización determinada. Según Bonsiepe (1993), el diseño debe pensarse primeramente desde el contexto, desde las culturas y las realidades. Esto permite afirmar que en vez de analizar los discursos del diseño lo que se debe plantear es la creación de una *teoría del diseño*, que emplea un método etnográfico aplicado al diseño y que tiene como “sujeto de análisis” al usuario y a su universo simbólicoⁱⁱⁱ. El diseñador es quien a través de una interlocución subjetiva con el usuario propone una representación social y material del diseño. Si buscamos representar social y materialmente desde el diseño^{iv}, es necesario tomar en cuenta que cualquier construcción teórica o técnica de la disciplina debe insistir en una dinámica intersubjetiva para su aplicación.

La representación social del diseño es una descripción o interpretación de la realidad dentro del contexto en el que se desarrolla un sujeto, es decir, la mediación entre el usuario y el diseñador es el resultado de una producción y reproducción de lo simbólico. Al representar socialmente el diseño se da paso a la constitución de una identidad morfológica^v dentro del proceso de significación. La interlocución entre el usuario y el diseñador da origen a un proceso de identificación que relaciona la espacialidad, la temporalidad y el sentido. Al relacionar las categorías de análisis anteriormente citadas se establecen procesos de significación e identificación. La identificación morfológica desde la representación social del diseño permite la construcción de significantes y significados, éstos se enmarcan en un proceso de significación que tiene como fundamento el diálogo intersubjetivo entre el diseñador y el usuario.

Según Foucault (en Diaz, 2002), la episteme moderna se caracteriza fundamentalmente por considerar que la representación es el modo privilegiado de acceder a cualquier tipo de conocimiento sólido. El diseño debe consolidarse en la investigación social desde una propuesta interdisciplinaria que propone una antropología aplicada al diseño y que emplea el método de la ciencia antropológica por antonomasia, la *etnografía*. El diseñador se vuelve un investigador social, un *etnógrafo*, quien a través de una aplicación etnográfica para el diseño logra el establecimiento de un diálogo en interlocución con los actores sociales. La identidad morfológica es producto de la mediación intersubjetiva que se inserta en la investigación en diseño. Cabe recalcar asimismo que la realidad es un escenario de lucha de sentidos donde el proceso de identificación tiene una repercusión ingente en el plano simbólico. Para Sparke (2010), el diseño amplió su cometido para convertirse no solo en un medio por el que naciones o empresas podían expresar su identidad, sino también en una fuerza sustentadora en la formación de nuevos y diversos tipos de identidad.

La representación material del diseño se configura en relación a la aplicación tecnológica de lo socialmente representado. Sparke (2010) insiste en que además de entender el papel esencial del diseño dentro del contexto sociocultural del consumo, también es importante apreciar su posición dentro del cambio tecnológico, dado que este afectaba al mundo de la fabricación y al mundo de los materiales, al tiempo que se veía afectado por ellos. El diseño permite significar la realidad del usuario. En otras palabras, el diseñador es quien a través del diseño puede representar social y gráficamente la realidad del usuario desde el establecimiento de un diálogo intersubjetivo entre los actores. La interlocución subjetiva encamina a la consolidación de una *tecnología del diseño* que busca la representación social y gráfica de la realidad.

Metodología

La presente investigación es de carácter cualitativo, de diseño etnográfico pues representa un estudio de casos culturales: 2 grupos de estudiantes de Diseño de Espacios Arquitectónicos y Diseño de Textil e Indumentaria. Durante el semestre Marzo / Agosto de 2018 las asignaturas contaron con aproximadamente una población estudiantil de 14 estudiantes en la Carrera de Diseño de Espacios Arquitectónicos y 14 estudiantes en la Carrera de Diseño Textil e Indumentaria. (Hernández Sampieri, 2014)

El estudio inicia con la inmersión en el nudo problematizador, en el aula de clase, como un esquema que aborda como variables a: (1) sujeto visto como diseñador, (2) contexto como espacios de aplicación y de indagación, (3) el objeto como producto de diseño, y (4) el posicionamiento como la mirada de estudio. Esquema empleado con la finalidad de plantear la situación problemática que se alimenta de una construcción epistemológica y metodológica.

Luego se plantean las tipologías de investigación en diseño como: (1) Investigación sobre el diseño para aquellas investigaciones que estudian el origen y la naturaleza del diseño. (2) Investigación para el diseño orientada hacia la construcción de herramientas conceptuales y operativas para la práctica del diseño, (3) e Investigación a través del diseño para alcanzar propuestas en el quehacer proyectual. (Manzini, 2015; Milton, 2014)

De manera posterior desde el esquema antropológico, se enfatiza el método etnográfico, fase en la cual se aborda la representación social del diseño, tomando en cuenta la relación entre el diseñador como etnógrafo - sujeto cognoscente y el usuario como informante - sujeto de análisis, Bajo esta relación se logra la interacción para alcanzar la significación de los universos simbólicos, en un determinado contexto. Indagación que alcanza su desarrollo en la relación: espacio, tiempo, sentido y forma. Abordaje desde el cual emergen otras interacciones como: los imaginarios sociales, la interpretación histórica, la interpretación sociocultural y la identidad morfológica. Factor que concordante con el criterio de Rodríguez y Saavedra (2015), pues el diseño tiene un carácter relacional orientado por un sentido o ideal de la humanidad, donde el ser humano es el centro de acción.

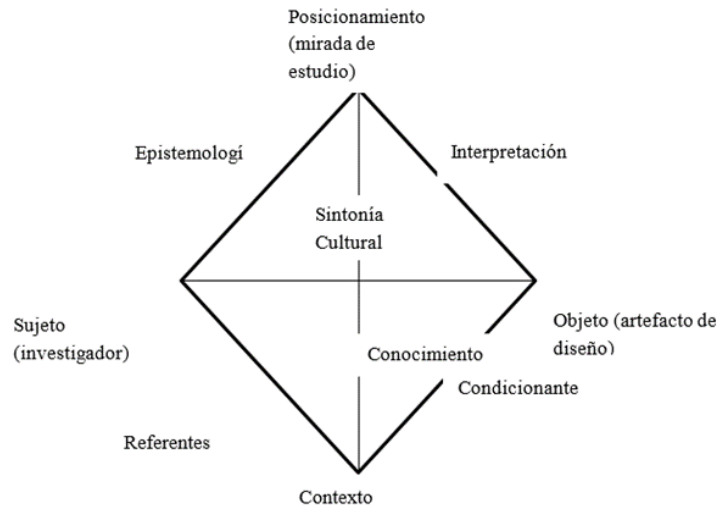
Finalmente se llega una propuesta de solución contextualizada donde se escenifica la realidad y que una comunicación entre el contexto, el ser humano y el objeto diseñado. Tejiendo

una serie de interrelaciones a las que Bonsiepe (1999) denomina interfase. Solución que queda cristalizada en un proyecto de titulación.

Resultados

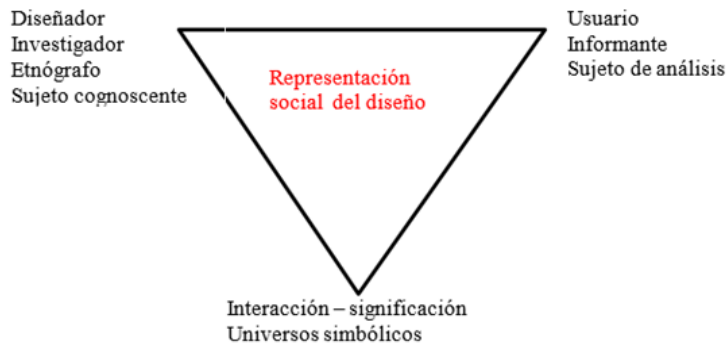
Como resultados presentan tres esquemas metodológicos sobre la aplicación del método etnográfico en la enseñanza de la investigación en diseño.

Esquema 1
Nudo problematizador



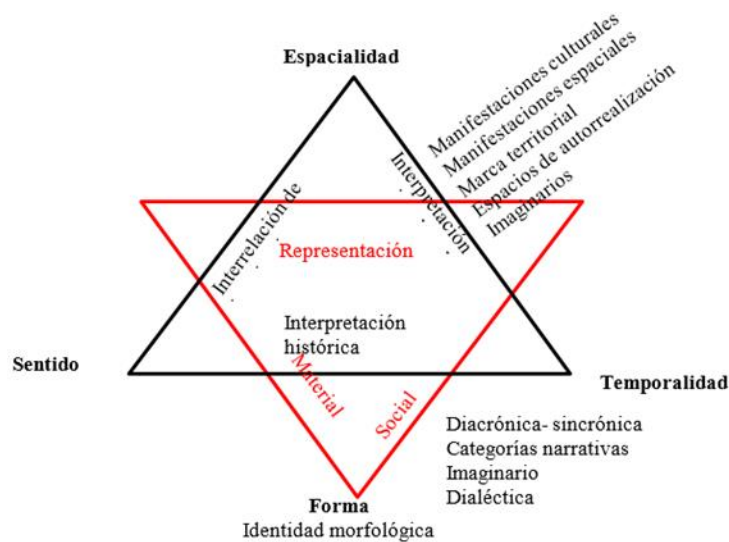
Fuente: (Nuñez, 2016)

Esquema 2
Representación social del diseño



Fuente: (Las autoras, 2018)

Esquema 3
Esquema antropológico



Fuente: (Las autoras, 2018)

Partiendo de esta metodología se obtuvieron durante el ciclo académico: Marzo / Agosto 2018, 18 proyectos de titulación con enfoque antropológico y que fueron aprobados por la Unidad académica ejecutora.

Tabla 1

Proyectos de investigación con enfoque antropológico

Carrera	Proyecto de Titulación	Autor
Diseño de Espacios Arquitectónicos	Re significación de espacios patrimoniales en desuso de la ciudad de Ibarra a través de la rehabilitación arquitectónica	Joshelin Félix
	Diseño interior con identidad como estrategia de generación de turismo sostenible	Ariana Lima
	Estrategias morfológicas aplicadas a los escaparates de comercio de indumentaria	Karla Lozada
	El re uso adaptativo de espacios interiores olvidados como recurso en la representación del diseño la cultura contemporánea	Carolina Murillo
	Repotenciación de la identidad cultural de la escuela de Arte Quiteño para la creación de una nueva tendencia aplicada al diseño interior	Francisco Narvárez
	Diseño interior de espacios públicos basado en el modo de vida de la comunidad Salasaca	Koraima Torres
	La modularidad aplicada a un modelo de vivienda emergente	Edward Vera
	La influencia del color en los procesos de enseñanza aprendizaje en los niños de educación inicial en las escuelas del Milenium.	Ivan Intriago
	La multifuncionalidad en espacios reducidos	Isabel Ruiz
	El reciclaje del espacio como un recurso de diseño Interior	Mishely Santana
Diseño de Modas	Análisis semiótico del tejido Kichwa amazónico: Una aproximación a su significado	Alvarado Jiménez Katherine Estefanía
	Análisis de la vestimenta de la Chagra Warmi, símbolo de cultura y mestizaje	Caiza Cumbajin Daisy Roxana
	La indumentaria inclusiva: una aproximación hacia un nuevo perfil del consumidor travesti	Garzón García Natalia
	Métodos de patronaje cero residuos: Una aproximación a la indumentaria infantil	Guerrón Quiroz Katherine Dayana

Bloggers de moda como influencers: Un análisis a blogueros ecuatorianos	Moposita Llamuca Jessica Estefanía
Vestimenta del Chulla Quiteño: Un análisis histórico de 1940 a 1970 Investigación	Pilicita Pilicita Karol Vanessa
Análisis histórico del traje del “diablo” de la Diablada Pillareña un relevamiento fotográfico	Reinoso Velasco Jessica Johana
La ambateña primorosa y sus arquetipos vestimentarios. Un relevamiento fotográfico del siglo XX	Suquillo Quishpe Lida Anabel

Fuente: (Unidad de titulación FDAA 2018)

De los estudiantes que ingresaron a las asignaturas antes referidas, en un 80% se obtuvieron proyectos de titulación con enfoque metodológico desde la mirada antropológica.

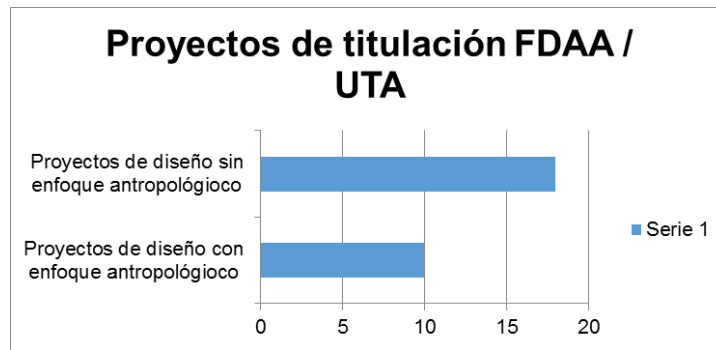


Gráfico 1. Proyectos de titulación
Fuente: (Unidad de titulación FDAA 2018)

Discusión

La antropología es la ciencia del sentido (Guerrero, 2010), que busca interpretar la cultura como un sistema de símbolos, de significaciones y significados socialmente construidos y compartidos, que dan sentido a las acciones de los seres humanos y de las cosas. En efecto, la ciencia antropológica le permite al diseño establecer un horizonte epistémico a través del cual se puede acceder a estos universos de sentido tan diversos que deberían ser más bien entendidos como un *pluriverso*^{vi} (Escobar, 2012). Este aspecto no se profundiza en la metodología de enseñanza-aprendizaje del diseño. Particular que preocupa pues la apuesta por una antropología aplicada al diseño lleva al investigador-diseñador a emplear un método que le permita acceder a estos universos simbólicos. Al proponer una antropología aplicada al diseño se plantea asimismo la aplicación del método etnográfico en el campo investigativo.

Conclusiones

La intención de establecer una teoría del diseño es que la investigación en esta disciplina permita al diseñador describir e interpretar el universo simbólico del usuario con el objetivo de representar social y materialmente la realidad en un proyecto de titulación. En respuesta a esta necesidad epistémica que busca investigar los universos simbólicos, se propone una antropología aplicada al diseño.

La etnografía es por antonomasia el método de la ciencia antropológica. Ahora bien, siguiendo la propuesta de una antropología aplicada al diseño, la aplicación del método etnográfico en la investigación en diseño responde a la necesidad del investigador-diseñador de acceder al universo simbólico del usuario con la intención de representar social y materialmente la realidad. De esta manera, la etnografía permite una interlocución de subjetividades, es decir, el diálogo intersubjetivo entre el investigador y el usuario. El método etnográfico que se plantea analiza cuatro categorías de análisis: *noción de forma*, temporalidad, espacialidad y dimensión de sentido. Cada una de éstas analiza la realidad desde una perspectiva intersubjetiva. La relación entre diseñador y usuario, investigador y sujeto de análisis, establece un horizonte teórico y metodológico que le permite al diseño a través de una antropología aplicada, profundizar en la investigación interdisciplinar en diseño.

La noción de forma analiza los procesos de significación desde una semiológica que reflexiona sobre los significantes y significados. Los significantes representan la materialidad de la realidad, mientras que los significados lo social. En efecto, la noción de forma construye un sentido de la realidad a través de sistemas de manifestaciones y representaciones. Entonces, después de reflexionar sobre el proceso de significación de la realidad, es necesario el análisis de lo espaciotemporal de la producción y reproducción simbólica. La espacialidad y temporalidad son categorías de análisis que permiten al diseñador establecer delimitaciones a nivel metodológico. Por último, la dimensión de sentido permite concertar una representación social y material del diseño como producto de la investigación.

La representación social del diseño permite al usuario una identificación morfológica, por otro lado, la representación material aporta una *tecnología del diseño*. La investigación interdisciplinar en diseño permite esbozar una antropología aplicada al diseño. Al reflexionar sobre una teoría del diseño, se propone asimismo una metodología, la aplicación del método etnográfico en diseño. Ahora bien, después de estas consideraciones epistemológicas, el resultado que se busca obtener es una representación tanto social como material del diseño. La identidad morfológica responde a una construcción sistémica de representaciones, cargada de significados y significaciones. A su vez, la tecnología del diseño es una apuesta a la conformación de las manifestaciones materiales de la representación social, elementos sémicos que se verán cargados del sentido de la identidad en el proceso de significación.

Notas

ⁱ “**La Interacción simbólica** es el proceso de interacción específica que evidencia el carácter simbólico de la acción social”. Guerrero, P. (2010). *Corazonar. Una antropología comprometida con la vida. Miradas otras desde Abya-Yala para la decolonización del poder, del saber y del ser*. Quito: Abya-Yala.

ⁱⁱ “Entendemos por **usurpación simbólica** el proceso mediante el cual el poder se apropia, despoja, y se apodera de un recurso simbólico” es decir, del sentido de la acción social”. Guerrero, P. (2010). *Corazonar. Una antropología comprometida con la vida. Miradas otras desde para la decolonización del poder, del saber y del ser*. Quito: Abya-Yala.

ⁱⁱⁱ “Los **universos simbólicos** son el conjunto de significantes, significados y significaciones construidos por una cultura”. Guerrero, P. (2010). *Corazonar. Una antropología comprometida con la vida. Miradas otras desde para la decolonización del poder, del saber y del ser*. Quito: Abya-Yala. (p. 121)

^{iv} Véase **diseño social** en Rojas Rodríguez, C., & Saavedra Torres, E. (2015). *Reflexiones en torno al papel social del diseño*. Boyaca, Colombia: UPTC.

^v La **identidad morfológica** “es decir, lo material (construido) de lo identitario, instauramos una realidad concreta donde se da una representación social”. Nuñez, S. (2016). Articulación entre la representación social del diseño y las nuevas condiciones de habitar un espacio intercultural. Cuenca: Universidad del Azuay.

^{vi} “El **pluriverso** indica las luchas por lograr ‘mundos y conocimientos de otro modo’ —es decir, mundos y saberes construidos sobre la base de los diferentes compromisos ontológicos, configuraciones epistémicas y prácticas del ser, saber y hacer—”. Escobar, A. (2012). Más allá del desarrollo: postdesarrollo y transiciones hacia el pluriverso. *Revista de Antropología Social*, 23-62.

Bibliografía

- Apud Peláez, I. E. (2013). Repensar el método etnográfico. Hacia una etnografía multitécnica, reflexiva y abierta al diálogo interdisciplinario. *Antípoda. Revista de Antropología y Arqueología.*, 213-235.
- Bonsiepe, G. (1993). *Siete columnas del diseño* . Mexico: Universidad Autónoma de Azcapotzalco.
- Bonsiepe, G. (1999). *Del objeto a la interfaz*. Buenos Aires, Argentina: Infinito.
- Cravino, M. C. (2012). *Habitar nuevos barrios de interés social en el área metropolitana de Buenos Aires: el espacio construido por el Estado y vivido por los vecinos*. Quito: FLACSO Ecuador, Instituto de la Ciudad, CLACSO.
- Díaz, E. (2002). *la Posciencia* . Buenos Aires: Biblos .
- Escobar, A. (2012). Más allá del desarrollo: post desarrollo y transiciones hacia el pluriverso. *Revista de Antropología Social*, 23-62.
- Gerrero Arias, P. (2010). *Corrazonar. Una antropología comprometida*. Quito: Abya yala.
- Guerrero Arias, P. (2002). *Guía etnográfica. Sistematización de datos sobre la diversidad y diferencia de las culturas*. Quito: Abya-Yala.
- Guber, R. (2001). *La etnografía, método, campo y reflexividad*. Bogotá: Norma.
- Guber, R. (2004). *El salvaje metropolitano. Reconstrucción del conocimiento social en el trabajo de campo*. Buenos Aires: Paidós.
- Hernández Sampieri, R. / . (2014). *Metodología de la investigación*. Mexico.
- Manzini, E. (2015). *Cuando todos diseñan*. Experimenta .
- Martínez Miguélez, M. (2004). El método etnográfico de investigación. *Dialógica*, 13-44.
- Milton, A., & Rodgers, A. (2013). *Métodos de investigación para el diseño de producto*. Barcelona : Blume
- Nuñez, S. (2016). Articulación entre la representación social del diseño y las nuevas condiciones de habitar un espacio intercultural. Cuenca: universidad del Azuay.
- Quecedo, R., & Castaño, C. (2002). Introducción a la metodología de investigación cualitativa. *Revista de Psicodidáctica*, 5-39.
- Rojas Rodríguez, C., & Saavedra Torres, E. (2015). *Reflexiones en torno al papel social del diseño*. Boyaca, Colombia: UPTC.

Rosaldo, R. (2000). *Cultura y verdad. La reconstrucción del análisis social*. Quito: Abya-Yala.

Sparke, P. (2010). *Diseño y cultura, una introducción. Desde 1900 hasta la actualidad*. Barcelona: Gustavo Gili.