

ARTÍCULO

La práctica etnográfica en el desarrollo del proceso de diseño

Cynthia García Chávez • cente06@hotmail.com

Coautora: Ana Aurora Maldonado Reyes • fad_vinc@yahoo.com.mx

Resumen

Si todos los productos resultantes de un proceso de diseño son idealmente pensados para beneficio humano, algunas ramas del conocimiento enfocadas en el ser humano, pueden aportar datos importantes para aprehender los recursos a teorizar, previos a las propuestas de soluciones de diseño.

Si además se desarrolla un proceso o una actividad humana con fines de satisfacción de las necesidades del hombre, es menester considerar que toda sociedad se conforma por ideas, perspectivas y conciencias, comunes a todos los integrantes de ese grupo, de este modo el proceso de diseño estará vinculado a un grupo social, sus resultados como productos de diseño estarán siempre bajo la influencia del nivel de conocimiento que el diseñador tenga de sus usuarios, no sólo como consumidores finales, sino como objetos de estudio y principalmente como grupo social generador de cultura.

En principio, la etnografía entendida como el esfuerzo intelectual para lograr una descripción densa, podría dotar al diseño de las herramientas necesarias para acercarse a un individuo o a un grupo social que represente su objeto de estudio.

Palabras clave

Diseño, etnografía, objeto de estudio.

A través de las distintas épocas en las que los productos visuales del hombre han trascendido mas allá de expresiones informativas, surgiendo como una de las capacidades que marcaron la diferencia por sobre el resto de los seres vivos, y hasta las actuales aplicaciones que sobrepasan cualquier taxonomía, el hombre ha expresado el resultado de su proceso de interiorización del mundo con recursos que estimulan la comunicación visual y que le otorgan a este medio un papel preponderante en la conformación de la historia y la cultura humanas. Desde aquel entonces, cuando materializar visualmente ideas, datos y saberes se convirtió en actividad única del hombre, alcanzando un grado de especialización tal que influyó con sus obras visuales los estados de ánimo y de pensamiento de los espectadores, ahora más conocidos como usuarios, haciéndose presente por ejemplo en obras humanas en las que se destaca la individualidad de sus creadores, se ha hecho evidente así la importancia y el peso que adquieren los juicios de valoración estética sobre las tendencias en las expresiones arquitectónicas, artísticas, artesanales y hasta hace relativamente pocas décadas, en el diseño, pensado éste como un proceso que busca una solución estética a una necesidad.

El diseño se ha establecido entonces como una actividad humana más compleja y completa de lo que podría caber en una definición disciplinaria, surge a partir de la identificación de una necesidad, recurre a la teorización de los recursos disponibles, estructura los elementos de acuerdo a una jerarquización de objetivos y

finalmente, materializa soluciones al cabo de un proceso ordenado. Desde sus primeras etapas y de la contemplación como acercamiento al objeto de diseño, hasta la necesidad de una profunda reflexión, todas las etapas del proceso bien podrían conformar un proceso completo de conocimiento, en el que se generan discursos apoyados de otras disciplinas y se busca proponer no sólo una descripción del objeto, sino además, un conocimiento integral del mismo con base en identidades y analogías, manteniendo el aspecto medible de sus objetos para no excluirlos de su papel funcional.

Si se toma en cuenta el sentido concreto del concepto de conocimiento, que es el de adquirir información sobre un hecho u objeto, podría denominarse conocer a la capacidad de saber cómo es ese objeto en su aspecto formal y de contenido, sin embargo, surge la duda sobre si los efectos de ese tipo de acercamiento son los mismos que aquellos causados por vivir una experiencia o un acercamiento directo al grado de la comprensión, fenómeno que sucede sólo cuando la empatía es tal, que se puede adquirir la misma perspectiva que tiene el objeto de estudio. Si las experiencias y las personas fueran objetos, idealmente sólo viviendo o siendo esos objetos se podría conocer su esencia, de otro modo, observar, aprehender, intuir, pero sobre todo interpretar, son los medios viables para transformar nuestro pensamiento como resultado de la adquisición de conocimiento; empatar visiones con el objeto de estudio es una utopía si se anhela total, pero en la medida en que se comprende su contenido y las relaciones que éste guarda con su forma, se podrá generar una perspectiva de comprensión que resulte en soluciones válidas cultural, funcional y estéticamente.

Es así, que la interpretación adquiere un papel preponderante en la práctica y el desarrollo del diseño, pero interpretar finalmente es una tarea

individual y sus productos pueden reflejar ese aspecto subjetivo convirtiendo los objetos de diseño en meras expresiones culturales que no cumplan su principal cometido como productos de diseño. De este modo y a pesar de que el diseño es un proceso estructurado dentro del cobijo disciplinar, no deja de lado la parte subjetiva e intuitiva, que surgen en cada diseñador cuando pretende crear conocimiento a través de sus objetos. Se debe buscar entonces que aquellos aspectos internos y creativos del individuo se puedan racionalizar, y que a pesar de la contradicción que esto ya implica, se propongan formas generales para conservar la originalidad en las expresiones individuales, sin subestimar fundamentos encontrados en disciplinas tan diversas como la sociología, la lingüística, la lógica, la antropología, etcétera.

Reiterando la importancia de la interpretación sobre el objeto de estudio del diseño, se concilia la necesidad de conocer la esencia de ese objeto a partir de un lenguaje propio y distinto al que pudiera aportar una sola disciplina, y es que sin menospreciar discurso científico alguno, cualquiera por si solo resultaría demasiado breve para explicar aspectos complejos como funciones simbólicas que el hombre atribuye desde sus aspectos intuitivos, en sus contextos sensoriales comunes creados cuando se interactúa con otros. Se trataría entonces de una exacerbada condición humana aceptar que el hombre no necesita valorar su aspecto simbólico y negar además que existen para él un sinnúmero de maneras de acceder al conocimiento. El arte, la ciencia y hasta la religión son sólo algunos códigos para ordenar la inmensidad de saberes entorno al hombre. Para ilustrar lo anterior, podríamos analizar las diversas soluciones que, para un mismo proyecto de diseño pueden generar estímulos tan distintos, aún cuando cabría calificar algunos como experiencias estéticas, mientras que en otros casos los juicios de valor podrían condenarlo a productos de mal gusto.

Por lo tanto, ¿cómo delimitar la experiencia y la interpretación individual de un diseñador hacia el compromiso que implica generar objetos de conocimiento en su desarrollo profesional? ¿Cómo modificar condiciones materiales o vivenciales desde una propia mediación sin imponer subjetividades personales? ¿A qué disciplinas puede recurrir un diseñador que pretende conocer la esencia de su objeto de diseño, sin resignarse a la utopía de la experiencia vivencial? Posiblemente, una primera solución a estos cuestionamientos puede radicar en la interiorización de su contexto a través de un modelo multidisciplinar, de manera que si todos los productos resultantes de un proceso de diseño son idealmente pensados para beneficio humano, aquellas ramas del conocimiento enfocadas en el ser humano, pueden aportar datos importantes para aprehender los recursos a teorizar, previos a las propuestas de soluciones de diseño.

Atender al hombre como sujeto social, implica entender que sus relaciones radican en la comunicación, en el intercambio de significados y en la estructuración de códigos que le permiten compartir referentes simbólicos, perder la capacidad de establecer ese tipo de relaciones es adentrarse en un universo que no representa un lugar para la cultura prevaleciente: la del hombre en sociedad. Si se desarrolla un proceso o una actividad humana con fines de satisfacción de las necesidades del hombre, es menester considerar que toda sociedad se conforma por ideas, perspectivas y conciencias comunes a todos los integrantes de ese grupo, de este modo el proceso de diseño estará vinculado a un grupo social, sus resultados como productos de diseño estarán siempre bajo la influencia del nivel de conocimiento que el diseñador tenga de sus usuarios, no sólo como consumidores finales, sino como objetos de estudio y principalmente como grupo social generador de cultura.

En principio, la etnografía entendida como aquel esfuerzo intelectual para lograr una des-

cripción densa (*Ryle, Gilbert. Collected Papers: Critical Essays and Collected Essays, 1929-68*), por ejemplo de un colectivo humano, de la convivencia, de las vivencias humanas, etc., podría dotar al diseño de las herramientas necesarias para acercarse a un individuo o a un grupo social que represente su objeto de estudio. La etnografía proporciona entonces las herramientas para enfrentarse a un conjunto de estructuras complejas, explícitas o no en las relaciones y productos de su objeto de estudio (*Geertz, Clifford. The Interpretation of Cultures, 1973*), mismas que invariablemente se someten a una interpretación que las racionaliza para su comprensión y explicación. La creación de propuestas funcionales y estéticas a partir de las necesidades detectadas, radicará en la capacidad que el diseñador tenga para describir profundamente, interpretar sistemáticamente y descartar relaciones superficiales, atendiendo al contacto y a la comprensión de su objeto de estudio. De antemano, una buena interpretación implica per se, una profunda descripción y la capacidad de descifrar significados.

En la etnografía, toda interpretación debe ayudar a reducir acertijos y clarificar lo que sucede entre los individuos como miembros de una sociedad. En el diseño, toda representación es resultado de la interpretación del diseñador. Por lo que una representación debe contribuir a comunicar sin complicar aún más el descifrado del código. El etnógrafo concreta en discursos los aspectos asimilables de las relaciones sociales, el diseñador imagina esos discursos, los acerca por medio de experiencias visuales. Como puede apreciarse, no muy diferente a los procesos en la actividad etnográfica, el proceso de diseño implica observar, en su acepción de asimilar con los sentidos, registrar, analizar y finalmente proponer a partir de la previa comprensión del objeto de estudio. Más aún, conocer el diseño que se propone, es crear soluciones, no solo interpretar las necesidades de las que surge, sino crear a partir de las representaciones ya existentes.

En el proceso de la comprensión del objeto de estudio, otro aspecto importante es la aprehensión de las experiencias sensibles, es importante considerar que los estímulos encontrados en dicho proceso, generan ideas posibles de representar. Sin embargo, si la representación de algún aspecto de la realidad, implica adentrarse al mundo de las imágenes y de las ideas, estableciendo relaciones con la subjetividad de sus creadores, las representaciones tienen un límite, cuando se enfrentan a fenómenos que existen más allá de las imágenes que se puedan crear de ellos. Algunas disciplinas como la etnografía y el diseño, contemplan sus descripciones y productos a partir de fenómenos representables, pero en el caso de aquellos fenómenos que no son traducibles a representaciones, queda el recurso de tratar las imágenes como esencias que existen más allá de sus posibles representaciones. La representación se vuelve entonces un velo entre la realidad y el sujeto cognoscente (*Schopenhauer, Arthur. El mundo como voluntad y representación, 1982*) y la manera de superar este obstáculo en la comprensión del objeto de estudio cuando se trata de un fenómeno, es acercarse a la idea esencial en lugar de las representaciones que hubiera de la misma. Schopenhauer nos propone una manera de superar las representaciones mediante la contemplación, como aquella acción de mirar de manera intensa y firme.

Nuevamente, recurrir a los modelos que proporcionan los métodos de investigación como la etnografía o aquellos implícitos en el proceso de diseño, permiten superar las representaciones como meras formalidades, al comprometerse con la comprensión de los contenidos, así como con las relaciones establecidas entre éstos con sus creadores y entre los productos con sus usuarios. Pensar el mundo a partir de las representaciones que cada individuo tiene de él, puede seguir siendo una constante de subjetividad en todos los modelos de conocimiento, pero ceñir el proceso de diseño a un método etnográfico, se vislumbra

como una opción de acercamiento a la esencia del objeto de estudio, tratándose de un fenómeno, un individuo o un grupo social.

De manera que si el hombre en sociedad es, el objeto de estudio de la etnografía y el usuario final en el proceso de diseño, pudiendo asumir también el rol de objeto de estudio en algunas o todas las fases del proceso de diseño, entonces sus relaciones sociales son invariablemente procesos de comunicación, pues se producen siempre en la relación establecida entre personas que comparten significados y códigos de comunicación. Radica aquí otro vínculo importante entre la práctica etnográfica y el diseño, pues ambas actividades que surgen a partir de la detección de una necesidad, social y de diseño respectivamente, se desarrollan en los procesos de comunicación entre individuos.

Esta perspectiva de analogía entre la práctica etnográfica y el proceso de diseño presenta entonces problemas de investigación en común. Todos corresponden a su objeto de estudio compartido: el hombre en sociedad y las relaciones con los otros, con sus objetos, con sus fenómenos y con su entorno.

Entre los problemas más significativos en el proceso de comprensión del objeto de estudio, encontramos aquella paradoja que abre la posibilidad de considerar al hombre como individuo que se reúne sin relacionarse con otros, esta concepción del hombre que anula toda posibilidad de relación, contradice la tarea de interpretar al objeto de estudio a través de sus relaciones. Considerar al hombre como unidad irracional se vuelve un caso utópico en el estudio etnográfico y en las aplicaciones de los productos de diseño, es decir, en todos los casos reales se construyen interpretaciones y posteriores representaciones a partir del análisis del conjunto de acciones, pensamientos y necesidades creadas por relacionarse con otros semejantes. El problema radica

así en considerar todas las acciones del hombre como efectos de sus relaciones y en no subestimar aquellas que aún aparentando subjetividad, siempre cumplirán con la premisa de ser producto del desarrollo en sociedad.

Este problema de investigación deriva en otro no menos importante. Al contemplar al hombre como elemento de una sociedad, el diseñador se ve comprometido a analizar la totalidad de relaciones en las que su objeto de estudio participa, de lo contrario cabría el riesgo de omitir información relevante para el desarrollo de su proceso. Ante este requisito para la comprensión del objeto de estudio, existe el recurso de una perspectiva holística y es aquí donde radica este segundo problema de investigación, ya que abarcar la mayoría o al menos el número de elementos óptimos de relaciones, implica un reto importante para el diseñador. Aunado a esto, los modelos de producción y de vida vigentes en casi todas las sociedades son aquellos que privilegian la especialización, asumiendo que es necesaria la definición concreta de un objeto de estudio, como si un hombre o un fenómeno pudieran existir por una sola causa o con un solo fin. Concebir una sola especialidad como acceso a información compleja, es asumir que el hombre puede ser un objeto de estudio concreto sin relaciones sociales.

Finalmente, un tercer problema del modelo etnográfico de investigación aplicado al proceso de diseño, es el de contraponer la concepción de hombre como individuo y como elemento social, pues cierto es que un hombre existe en relación otros, y que adquiere significados y símbolos al entrar en acción

con otros, pero no es posible dejar de lado su aspecto biológico, como ser individual y como sistema que vive hacia su propio interior. En el diseño, tanto el diseñador como los usuarios son responsables de los productos que se crean y se utilizan, pero éstos a su vez interactúan con otros productos, con otros creadores y con otros usuarios. Un usuario de un producto de diseño es insustituible en el acto humano de utilizar, pero su rol no puede entenderse aislado de sus relaciones sociales.

Conclusión:

El ser humano al actuar en toda su complejidad con otros semejantes, establece relaciones con respecto a sus objetos y a su entorno, relaciones que invariablemente implican aspectos materiales y simbólicos del hombre, pues todo ser humano establece significados a partir de las condiciones ecológicas y sociales de sobrevivencia. Comprender esas relaciones para proponer objetos de diseño acordes a ese grupo social, obliga al diseñador a utilizar herramientas multidisciplinarias que le permitan construir interpretaciones más allá de una subjetividad individual. La etnografía es un modelo de investigación que al integrarse al proceso de diseño, contribuye a que las representaciones formales y de contenido en las propuestas de diseño, tengan coerción y validez con el grupo al que se dirigen. Al igual que la etnografía, el proceso de diseño se enfrenta a problemas de investigación derivados de la pérdida de relaciones sociales. Sin embargo, ya existen propuestas comunes a ambas disciplinas para superar dichos problemas.

Glosario

Cultura

Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc. Es una forma de construir el mundo y lo que le permite dar sentido poniendo en interacción significados interpretables.

Diseño

Proceso que surge a partir de la detección de una necesidad y que tiene como propósito la concepción de soluciones originales de un objeto o de una obra.

Disciplina

Doctrina, materia, ciencia o técnica, especialmente la que se enseña en un centro docente.

Etnografía

Estudio descriptivo de las costumbres, tradiciones y cultura de los pueblos antiguos y actuales, consiste en el desarrollo de actividades como establecer relaciones, seleccionar informantes, trazar mapas del área, delinear genealogías, etcétera.

Interpretación

Concepción o expresión personal de algo.

Relación

Correspondencia, trato, comunicación o conexión que hay entre dos o más cosas, fenómenos o personas.

Subjetivo

Perteneciente o relativo a nuestro modo de pensar o de sentir, y no al objeto en sí mismo, fenómeno que solo puede ser conocido por quien lo experimenta.

Taxonomía

Es clasificación u ordenación en grupos de cosas que tienen unas características en común.

Fuentes de Consulta

GEERTZ. (2006) Clifford. *The interpretation of Cultures* [1973], Gedisa, Barcelona.

RYLE, Gilbert. (2009). *Collected Papers. Critical Essays and Collected Essays* [1929-68], Routledge, New York.

SCHOPENHAUER, Arthur. (1982). *El mundo como voluntad y representación* [1818], Porrúa, Col. Sepan cuántos, México. Trad. Eduardo Ovejero.