

La identidad local como proyecto de diseño

La identidad local como proyecto de diseño

D.I. Mauro Cammá Piazza

Tutores: Andrés Cotignola, Marcelo Staricco, Carolina Tobler

Diploma de Especialización en Investigación Proyectual

Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo,

Universidad de la República

Julio de 2025

Montevideo, Uruguay

DEIP
Posgrado de especialización
en investigación Proyectual



Facultad de Arquitectura,
Diseño y Urbanismo
UDELAR



UNIVERSIDAD
DE LA REPÚBLICA
URUGUAY

Diseño: Mauro Cammá
Corrección: Lucía Kadessian

Introducción	9
Primera parte.	
Identidades en movimiento: imaginarios, cultura y diseño	13
La identidad como construcción constante	15
Aproximaciones antropológicas	15
La identidad como resultado del acto imaginativo	20
Construcción de identidad a través del diseño.	
Potencialidades y desafíos	23
El Diseño como creador de significados	23
El diseñador como actor de la realidad en la cual interviene	25
Antecedentes de la relación diseño e identidad	27
Objetos portadores de identidad	31
Desafíos de la relación entre el diseño y las identidades comunitarias	33
Segunda parte.	
Signos y formas: herramientas para leer y proyectar sentido	39
Semiótica del objeto	41
Tipos de signos	51
Dimensiones del sistema semiótico	52
Metodéutica	54
Verosimilitud	56
Funciones del mensaje	57
El lenguaje del producto	63
Morfología	64
Producto	66
Significado	68
Retórica	69
Conclusión	71

Tercera parte.**Ensayar lo propio: aproximaciones a la identidad local desde el proyecto**

75

Diseño con base identitaria

77

La dimensión pragmática

79

La dimensión semántica

81

La dimensión sintáctica

82

Operaciones proyectuales

85

Caminos de anclaje

90

Inspiraciones formales

92

Transferencia de un sentir

107

Prácticas socioculturales

117

Constricciones técnicas

129

Relecturas patrimoniales

140

Ejercicios proyectuales

153

Reflexiones

188

Bibliografía

194

El presente trabajo se inserta en el marco de los debates actuales sobre el papel del diseño en la sostenibilidad cultural. En este contexto se sitúa en la intersección entre estudio cultural y práctica proyectual, en la búsqueda de abrir un espacio de reflexión académica y propositiva para explorar y comprender cómo se pueden expresar y preservar, pero sobre todo, construir imaginarios e identidades locales a través de la práctica del diseño. Para ello y como base fundamental propone abordar el ámbito del diseño de productos como un espacio que encarna, y al mismo tiempo construye, discursos sobre la identidad local.

El punto de partida es el reconocimiento del diseño como una práctica que crea significado. El diseño al configurar objetos interviene en los significados que las personas asocian con su entorno material y simbólico, actúa en la dimensión material e inmaterial del objeto, se interrelaciona con las prácticas, representaciones, expresiones, conocimientos y habilidades así como los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales asociados a ellos. Interviene en todas las dinámicas de configuración, producción, comunicación y uso de esos objetos.

En este sentido, el proyecto de diseño es un acto cultural que puede reforzar o transformar las formas en que una comunidad se representa a sí misma. El diseño articula y da forma a los significados compartidos en una sociedad y participa activamente en la producción de nuevas dimensiones y representaciones con un importantísimo papel en el enriquecimiento de la diversidad cultural y el campo de lo identitario.

Este trabajo se enmarca, por tanto, en una perspectiva que entiende al diseño como lenguaje, como sistema de significación y como espacio de negociación simbólica.

El problema proyectual que guía esta investigación se formuló en la pregunta

¿Cómo pueden las prácticas de diseño contribuir a la construcción y expresión de la identidad local?

Esta pregunta parte de entender la identidad no como un atributo fijo, sino como una construcción situada y relacional, en constante negociación. Desde esta perspectiva, el diseño puede contribuir a esa construcción si logra movilizar repertorios simbólicos reconocibles, establecer relaciones formales, materiales y funcionales verosímiles, y habilitar apropiaciones significativas por parte de los usuarios.

El foco exploratorio está puesto en identificar y ensayar estrategias proyectuales que activen vínculos entre objeto, forma y cultura. A través de estas estrategias se busca proyectar objetos que operen como dispositivos de sentido: artefactos capaces de vehicular imaginarios colectivos, activar procesos de identificación simbólica y, al mismo tiempo, permitir nuevas lecturas y apropiaciones de lo cultural.

En este marco, el diseño se concibe como una práctica crítica y culturalmente situada, con potencial para producir desplazamientos significativos en los modos de construir y habitar la identidad.

Desde una perspectiva de la metodología de investigación proyectual, este trabajo articula la reflexión teórica, a través del ensayo y la reflexión crítica, el desarrollo de estrategias y herramientas para el proyecto, el análisis de proyectos y la propuesta de ejercicios de práctica proyectual. Estos

se establecen como instancias de experimentación que permiten validar y expandir las hipótesis del trabajo. Funcionan como laboratorios donde se ensayan estrategias de diseño capaces de operar sobre la construcción identitaria, generando hallazgos, tensiones, límites y aperturas conceptuales.

Se desarrolla en tres partes complementarias. La primera parte explora los fundamentos teóricos de la identidad como construcción cultural e imaginaria en movimiento, recuperando aportes de la antropología y los estudios culturales para comprender cómo se conforman las identidades comunitarias y cuál puede ser el lugar del diseño en esa construcción. La segunda parte propone herramientas para leer y proyectar sentido, apoyándose en la semiótica y la conceptualización del diseño como lenguaje. Finalmente, la tercera parte despliega un conjunto de estrategias proyectuales orientadas a ensayar la identidad desde el proyecto. Allí se desarrollan operaciones proyectuales, caminos de anclaje identitario y una serie de ejercicios proyectuales que permiten poner a prueba las hipótesis centrales del trabajo: que es posible diseñar objetos con capacidad identitaria a partir de estrategias de anclaje cultural que activen lecturas situadas, simbólicamente densas y proyectualmente productivas.

El diseño con base identitaria exige una mirada sensible y multidimensional que contemple las dimensiones material, formal, simbólica, funcional y comunicacional de los objetos. Implica también una actitud crítica y reflexiva sobre el rol del diseñador como agente cultural, capaz de operar sobre los imaginarios sociales, para interpretar, traducir, condensar y proponer formas culturalmente significativas. En el entendido de que en cuanto comunidad cultural, somos el producto de aquello que interpretamos y de aquello que proyectamos. Este trabajo se asume desde esa posición: como una exploración situada, proyectual y culturalmente comprometida de las posibilidades del diseño para construir identidad.

Primera parte.
Identidades
en movimiento:
imaginarios, cultura
y diseño

La identidad como construcción constante

Aproximaciones antropológicas

La conceptualización de la identidad nacional ha sido un tema ampliamente debatido en las ciencias sociales. En la actualidad, este debate adquiere especial relevancia debido al impacto de los procesos de globalización en diversas esferas del ser social: lo político, lo económico y, especialmente, lo cultural. Para abordar su complejidad en el contexto actual, es importante entender las transformaciones que ha sufrido en el pensamiento contemporáneo, y reconocer la influencia de los procesos sociales y culturales que la globalización ha despertado y acelerado. Para ello resulta adecuado partir de la distinción entre el paradigma primordialista, que concibe a la identidad nacional como una esencia, y el paradigma constructivista, que considera a la identidad nacional como un constructo social.

El enfoque histórico tradicional de las posturas esencialistas considera a la identidad como un dato objetivo de la realidad social que se establece como un rasgo esencial e inmutable. Estos abordajes entienden a la cultura y a la identidad como estáticas y «dadas» al grupo de forma natural. Desde esta perspectiva se define un colectivo y su identidad en función de un conjunto de elementos observables de tipo étnico, lingüístico, religioso o cultural, al que se suma invariablemente una conciencia de la diferenciación. Este enfoque presenta a las identidades como totalidades, posibles de ser estudiadas de forma sincrónica y sin conexiones

con otros sistemas socioculturales. Se las trata como entidades aisladas, homogéneas e integradas sin conflictos, donde prima una idea de identidad que subraya la mismidad y la permanencia, ignorando alteridades y clivajes internos.

Según Alejandro Grimson (2011), las nociones de identidad y cultura se han vuelto especialmente complejas debido a la influencia de corrientes de pensamiento identificados como «posmodernos». Desde los años 80, estas corrientes han enfatizado la permeabilidad, circulación e hibridación de las culturas, desafiando las concepciones tradicionales de las fronteras y homogeneidad cultural.

Los cambios en los abordajes teóricos del concepto de identidad que nacen del paradigma constructivista introducen la idea de identidad como constructo social y proponen entender la identidad y la cultura como dinámicas, permeables y constantemente redefinidas por la interacción social, dejando de entenderlas como entidades aisladas, sino, por el contrario, construidas en las relaciones con los «otros». Un aspecto importante de esta modificación trata sobre el concepto de cambio cultural, en el cual este no anula la —llamada por las teorías sustancialistas— «esencia» de una identidad cultural determinada. La identidad no está definida por un rasgo en concreto, sino por la forma en que este es integrado al sistema sociocultural, por lo que la ausencia de aquel rasgo no implica la desaparición de la cultura; a consideración de Grimson (2011) las culturas son más híbridas que las identificaciones. El autor destaca que los límites culturales son ambiguos, y las identidades se configuran en la intersección de elementos nacionales, étnicos y regionales, cuestionando los relatos homogéneos de las naciones. Según Grimson:

«Los relatos nacionales de homogeneidad fueron desacreditados, no sólo por los procesos de globalización sino también por las dinámicas emergentes indígenas, afro, mestizas y regionales desde abajo, que repusieron la distancia entre el territorio jurídico la cultura en el sentido tradicional y las identidades.» (2011, p.22).

Esto refuerza la conceptualización de que la cultura y la identidad no son unidades cerradas ni estables, sino constructos que se reconfiguran con base en las interacciones cotidianas. Para entender estas transformaciones es fundamental distinguir entre cultura, identidad e identidad nacional, conceptos que están interrelacionados pero que no son intercambiables.

Grimson subraya que la cultura se refiere a las prácticas, creencias y significados que configuran la vida social y se sedimentan en la vida cotidiana. Son los elementos simbólicos y materiales que una sociedad produce y reproduce a lo largo del tiempo en un proceso continuo de adaptación e interpretación de sus significados en relación con el entorno. La identidad, por otro lado, está vinculada al sentido de pertenencia a un colectivo, a un conjunto de sentimientos compartidos que unifican a las personas en función de intereses o experiencias comunes (2011). Mientras que la cultura es más amplia y abarca todo un conjunto de significados y prácticas, la identidad implica una subjetivación de esos significados, una internalización de la cultura que genera un sentido de «ser» en el mundo.

Esta diferenciación establece que la identidad no es una simple extensión de la cultura, sino una construcción social que incorpora los significados culturales en un contexto de relaciones con otras identidades.

La cultura, desde esta perspectiva, es entendida más como un resultado que como una característica primaria y definitiva de la organización del grupo.

Desde un enfoque interpretativo, Clifford Geertz describe a la cultura como una red de significados tejidos por las prácticas sociales, a través de los cuales las personas otorgan sentido a su existencia; esto establece que la identidad cultural se forma a partir de símbolos, valores y prácticas compartidas que dotan de cohesión a los grupos sociales (2003). Según estas ideas pueden existir identidades de diferentes clases. Hoy encontramos en el debate una inmensidad de definiciones de identidades: raciales, sexuales, de género, de especie, territoriales (a escala local, regional y global), de consumo y entre otras.

Según Hobsbawm «la peculiaridad identitaria que se vivencia como experiencia íntima, intransferible y a veces incomunicable es, en realidad, un producto colectivo, el fruto de un proceso social» (1994, p.7). Pensar en la identidad implica indefectiblemente la relación con otros porque se necesita de una amplia red de relaciones para ser. El ser es en relación «con», es decir, que no se puede ser de forma autónoma. En esta contextualización la noción de identidad nacional es una manifestación específica asentada en la consolidación de los estados-nación como un producto de un proceso histórico de construcción colectiva.

Para entender ciertas dinámicas en la conformación de las identidades nacionales, autores como Eric Hobsbawm y Benedict Anderson han introducido nociones clave como la «invención de la tradición» y las «comunidades imaginadas». Según Hobsbawm, muchas de las tradiciones que se presentan como antiguas son, en realidad, construcciones recientes diseñadas para generar cohesión social. A su vez sostiene que no existe un relato que unifique la diversidad de opiniones y visiones que se desarrollan en un mismo

tiempo y espacio, y afirma que «los estados-nación clásicos, desde los más viejos hasta los fundados en el siglo XIX, fueron heterogéneos» (1994, p.8) y por eso mismo no existiría un relato único aunque sí uno hegemónico que es el que prevalece y se asume oficialmente.

Anderson, por su parte, define las naciones como «comunidades imaginadas», entidades construidas a partir de procesos políticos y culturales que permiten a los ciudadanos desarrollar un vínculo imaginario con otros dentro de los límites del estado-nación (1991). Estos vínculos están reforzados por símbolos, mitos y narrativas que cohesionan a los ciudadanos bajo una identidad nacional común. Esta identidad no es innata ni individual, sino el resultado de procesos históricos, culturales y sociales que crean un sentido de «nosotros» frente a un «ellos».

Para Anderson, una comunidad imaginada es aquella en la que los miembros se perciben como parte de una entidad común (una nación, por ejemplo) pese a no conocerse personalmente entre sí. Esta idea se basa en una construcción simbólica compartida: las personas imaginan pertenecer a un grupo en el que comparten una identidad colectiva, valores y objetivos, lo que les permite concebir un sentido de unidad y pertenencia. Aunque esta unidad es «imaginada», produce efectos reales en la forma en que los individuos actúan, se organizan y se relacionan con otros grupos. Anderson sostiene que la identidad nacional es un fenómeno moderno que surge con el declive de otras formas de comunidad, como los imperios dinásticos y las religiones universales. A medida que estas estructuras pierden su influencia, las personas comienzan a identificarse con entidades territoriales soberanas (las naciones) y no con comunidades religiosas o dinásticas.

Por lo visto, la identidad nacional no es una realidad objetiva preexistente, sino una construcción que emerge a partir del imaginario colectivo. Los individuos adquieren una identidad nacional a través de su inclusión en una comunidad imaginada, que les proporciona un marco de referencia compartido. Esta construcción de la identidad está mediada por símbolos, rituales, mitos y narrativas que cohesionan a los miembros de una nación. Esto define que la identidad no es estática, sino que se forma y reformula a lo largo del tiempo.

La identidad como resultado del acto imaginativo

Stuart Hall (1996) sugiere que, en el contexto global actual, las identidades ya no se definen sólo por el «quiénes somos», sino también por el «quiénes queremos ser». Este enfoque no se limita a una esencia inmutable; incorpora la idea de que las identidades se construyen en función de las necesidades y urgencias históricas de cada momento, en un proceso de transformación continua.

Para entender mejor estas ideas se recurre al concepto de imaginario social desarrollado por Cornelius Castoriadis, el cual refiere a una red de significados, colectivamente compartidos, que cada sociedad utiliza para pensar sobre sí misma. Para Castoriadis, el imaginario colectivo es la fuente de las significaciones que estructuran la realidad social. Se trata de un sistema de ideas, valores, normas y símbolos que cada sociedad crea y que funciona como marco interpretativo para sus miembros (1975). Significaciones y construcciones de sentido que crean los colectivos para representarse para sí, lo que perciben, valoran y realizan en sus prácticas dentro del dominio histórico-social en el que se encuentran.

Este imaginario no es simplemente una suma de creencias o costumbres, sino que constituye la estructura simbólica que permite a una sociedad existir y organizarse. En él se encuentran las nociones de lo que es deseable, permitido, prohibido y valorado, estableciendo un horizonte de significado colectivo. Castoriadis llama imaginarias a estas significaciones porque no corresponden a elementos «racionales» o «reales» y no quedan agotadas por referencia a dichos elementos, sino que están dadas por creación, y las llamó «sociales» porque sólo existen estando instituidas y siendo objeto de participación de un ente colectivo impersonal y anónimo (1998). Considerando estas ideas, la identidad, tanto individual como colectiva, emerge a partir de este imaginario colectivo. Las significaciones imaginarias sociales proporcionan los elementos que un individuo o grupo utiliza para definir su «ser» en el mundo y para comprender su relación con los otros. En este sentido, la identidad se construye en función de las significaciones compartidas que cada sociedad establece, y estos significados proporcionan las bases para que sus miembros se reconozcan y diferencien de los demás. Por ejemplo, una comunidad define su identidad cultural en función de símbolos y significados que valora colectivamente, y esta identidad se sostiene en el imaginario colectivo que crea y da sentido a esos valores. Así, el imaginario colectivo actúa como el «sustrato simbólico» de la identidad, aportando narrativas e interpretaciones que cada miembro internaliza y hace propias.

Construcción de identidad a través del diseño. Potencialidades y desafíos

El Diseño como creador de significados

El Diseño como disciplina configuradora y transformadora de la realidad se establece como una herramienta para constituir y caracterizar aspectos sobre la cultura y la identidad. En su dimensión cultural tiene gran potencial como campo para el desarrollo en la construcción de significados y la formación de identidades.

Al igual que los conceptos de identidad y cultura exploradas en el ámbito de las Ciencias Sociales, el Diseño no es un campo estático ni neutro; es un ámbito dinámico que responde a las realidades sociales, económicas y políticas, y que influye profundamente en cómo las personas y las comunidades se perciben a sí mismas y a su entorno.

Un aspecto crucial del proyecto de diseño es su capacidad para significar. La dimensión semántica del diseño ha sido abordada por una multiplicidad de autores y ha ganado terreno en el pensamiento teórico de la disciplina y en su práctica. Ezio Manzini señala que el diseño se ocupa de dar sentido a las cosas: cómo deben ser para crear nuevas entidades significativas (2018). Desde esta perspectiva, el diseño en sus diferentes dimensiones y manifestaciones contribuye a la creación de significados, que respondan a las realidades sociales y culturales, con la potencialidad de ser compartidos dentro de una sociedad. Esto se alinea con la

visión de Victor Margolin, quien sostiene que el diseño colabora activamente en la creación social de significado, actuando como un mediador entre los valores y prácticas culturales y los objetos que las personas usan y perciben cotidianamente (2005) La dimensión del diseño como creación de significados ha evolucionado al punto de establecerse como un eje guía de las actividades de diseño. Así lo plantea Klaus Krippendorff (2006) quien establece al diseño como una actividad creativa que busca dar sentido a las cosas y crear productos que tengan sentido para sus usuarios. El diseño, por lo tanto, está involucrado a un nivel profundo en el sentido y significado que las personas les atribuyen a los objetos y artefactos. Krippendorff sostiene que los productos están impregnados de significados que moldean las relaciones de los usuarios con ellos.

Enfatiza además que el diseño debe centrarse en los significados que los usuarios obtienen de los productos y que el papel del diseñador es considerar cómo se comunican los objetos y las interpretaciones que invitan a ello (2006). Tomás Maldonado (1993), apunta a la relevancia del diseño en la creación de constructos o unidades coherentes, tanto desde el punto de vista del productor como del usuario. Considerando el crecimiento del rol del diseño como constructor de significados, Giulio Ceppi sostiene que la capacidad de intercambio emotivo y cultural, es la cualidad prioritaria del producto contemporáneo. El valor del hacer, del producir y del proyectar, reside entonces en la capacidad de construir cursos de sentido (2004).

El Diseño, como disciplina culturalmente situada, tiene un rol en la configuración cultural, que Grimson (2011) define como un espacio simbólico compartido, con desigualdades de poder y horizontes de posibilidad. Los diseñadores operan dentro de estas configuraciones, y su trabajo puede ayudar a visibilizar o cuestionar las desigualdades presentes en una sociedad, al mismo tiempo que proponen nuevas formas de habitar el mundo.

Para Bürdek «las formas siempre dejan ver su trasfondo sociocultural y por tanto adquieren diferentes sentidos en cada contexto. La configuración de los objetos expresa la posición mental, tecnológica o social desde la que se diseñó un producto» (2019, p.166). Bajo esta perspectiva, los objetos diseñados se convierten en portadores de mensajes y su configuración revela los valores y las ideas subyacentes de la sociedad que los produce y los consume. Esto refuerza la noción de que el diseño no es neutral, por el contrario, está profundamente enraizado en las dinámicas culturales e históricas de su contexto. Así como el diseño interviene en la construcción de artefactos, interviene también en la construcción de cultura e identidad. El diseñador tiene un rol de agente productivo activo en la construcción cultural; proporciona la forma de la «cultura», al tiempo que la crea mediante su obra. Las elecciones que hace y los mensajes que transmite son componentes de una realidad cultural pública.

El diseño, entonces, no es sólo un reflejo de la cultura, sino una herramienta activa en su producción y, por lo tanto, en el desarrollo de la identidad. En este sentido, el diseño articula y da forma a los significados compartidos en una sociedad y participa activamente en la producción de identidad tanto a nivel individual como colectivo. Contribuye a la formación

del sentido de pertenencia a la comunidad, se encarga tanto de traducir, transmitir y reflejar elementos y valores que se entienden como propios, así como de crear nuevas dimensiones y representaciones.

Para ello, el espacio primordial es la consolidación de la cultura material. El diseño actúa en la dimensión material e inmaterial del objeto, se interrelaciona con las prácticas, representaciones, expresiones, conocimientos y habilidades, así como los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales asociados a ellos. Actúa en todas las dinámicas de configuración, producción, comunicación y uso de esos objetos.

El diseñador como agente involucrado en los contextos —desde y sobre los que actúa— tiene la capacidad de reinterpretar y reconfigurar los elementos de esa cultura para crear nuevas formas.

La clave se encuentra en comprender cómo las partes interesadas están y pueden estar involucradas en estas configuraciones culturales y cómo es posible abarcar sus intereses. En los contextos actuales se manifiesta la necesidad del encuentro-desencuentro entre global y local, o sea, el desarrollo de proyectos y formas que hablen de lo local, pero en diálogo con lo global. Frente a los procesos de hibridación cultural y transculturización que forman parte de nuestra realidad, la disciplina desarrolla sus capacidades para sintetizar elementos y realizar interpretaciones adaptaciones y sincretismos para generar productos que sean relevantes a nivel global, pero que mantengan una conexión con las identidades locales o territoriales. A la vez que fomentar un diálogo entre el pasado y el presente, proyectando visiones futuras.

Esta dimensión se alinea con las conceptualizaciones de las ciencias sociales que definen los procesos de construcción de identidad frente a la alteridad, de forma que es inseparable de la otredad.

El diseño permite explorar las identidades propias y colectivas, con la capacidad de reforzar, transformar o incluso cuestionar las identidades territoriales y culturales, al intervenir sobre los significados que las personas asocian con su entorno. De esta manera tiene un papel en este enriquecimiento de la diversidad cultural y del campo de lo identitario, su actuar no sólo refuerza las identidades existentes, sino que también tiene la capacidad de construir nuevas formas de identidad.

Antecedentes de la relación diseño e identidad

Las asociaciones del diseño con características particulares que identifiquen a una nación y su uso dentro de programas nacionales de reforma y competencia internacional están ampliamente documentadas. Penny Sparke (2010) estudia en profundidad cómo el diseño fue utilizado desde los inicios de la conformación profesional como una herramienta en la construcción de los discursos identitarios de las naciones. La autora distingue empujes en los inicios de la Revolución Industrial y primeras décadas del siglo XX con la creación de los estados nación y la industrialización y la utilización del diseño luego de la Segunda Guerra Mundial como herramienta para la modernización. Explica cómo los gobiernos desarrollaron mecanismos de promoción e integración en el aparato productivo, donde el diseño tenía la función de mejorar las cualidades técnicas, estéticas y posicionar en los mercados nacionales e internacionales, así como también construir un discurso nacional y un sentido de pertenencia.

En su evolución histórica el diseño ha funcionado como soporte en la construcción de relatos nacionalistas. También ha contribuido a los procesos de modernización e integración de los estados-nación y de su imagen a una visión internacionalista del movimiento moderno.

La adopción del diseño moderno como medio para forjar nuevas identidades buscó, en muchos casos, un cuidadoso equilibrio para mantener un carácter distintivo, mientras que en otros se concentró en la ruptura con la tradición y la creación de otras tradiciones. El diseño, en ese contexto, buscaba crear imágenes innovadoras de las naciones de cara a la modernidad. Un espacio fundamental fueron las exposiciones universales desarrolladas a lo largo del siglo XIX y parte del XX, donde cada nación construía un discurso e imagen tanto de forma interna, como, especialmente, en su proyección hacia los otros. Según Sparke:

Las estrategias que se emplearon en aquella época para relacionar la cultura material con la identidad nacional eran básicamente duales: o incluían una vuelta a las tradiciones artesanales para aplicarles un tratamiento nuevo a la luz de las inquietudes de la época, o bien daban un salto de fe hacia el futuro y desarrollaban un programa de «arte para la industria» que proponía formas nuevas e identidades modernas adecuadas a la era de las máquinas (2010, p.113).

Esta dimensión del diseño nacional se asentó en la cultura del diseño como un corte de estudios que aún perdura en la actualidad. La autora advierte que «diversos estudios sobre diseño han prestado atención a sus manifestaciones nacionales, tratando de identificar características básicas que pudieran sugerir una correlación directa entre naciones individuales y gustos culturales» (2010, p.223). Son vastos los estudios y publicaciones sobre diseño Italiano, británico, danés, español —entre otras nacionalidades— y también

los cortes regionales, como el paradigmático diseño escandinavo, el diseño mediterráneo y, de forma más reciente, los esfuerzos en la caracterización del diseño latinoamericano.

Estos estudios suelen diferenciarse en dos dimensiones, en muchos casos interrelacionadas, entre aquellos que apuntan a reunir una serie de epítetos que conectan el diseño con el «carácter» de una nación y, por el otro, aquellos donde se busca descubrir cómo influye el diseño en la vida cotidiana de una sociedad determinada y su impacto en la evolución económica, social y cultural.

Entre los primeros casos podemos encontrar una serie de temas entendidos como propios y particulares, tal es el caso del libro *British Design: Image and identity* de Frederique Huygen y, en particular, su primer capítulo «The Britishness of British Design» («Lo británico del diseño británico» en su traducción al español) que definía su objeto como: «Sensato y directo, común, de una sola pieza, no extremista, honesto, modesto, hogareño» (Huygen como se citó en Sparke, 2010, p.223). Atributos y características que son adjudicadas a la identidad de las naciones, en muchos casos de forma estereotipada, pero no por ello exentas del imaginario colectivo. Estos se establecen como claves de lectura y también como valores de mercado, por ejemplo, en el contexto del automóvil, la seguridad sueca, la eficacia alemana y la elegancia italiana son atributos competitivos en el mercado relacionados con imágenes de la idiosincrasia de ciertos colectivos nacionales. Esta modalidad se extiende a una inmensidad de campos y valores.

Mencionamos como paradigmático el caso del diseño escandinavo o diseño nórdico (la diferenciación del concepto está estrictamente vinculada a la incorporación, o no, de Finlandia e Islandia en los análisis, ya que estos países no forman parte de la península escandinava, sin embargo muchos estudios los incorporan bajo el mismo nombre) caso

que ha tomado una relevancia popular de enormes repercusiones y que se asume hoy como carácter de estilo. El diseño escandinavo ha sido construido y deconstruido por la literatura especializada y su caracterización estilística suele ser una aproximación fuertemente reduccionista a la rica historia del diseño en estos países. En palabras de Kjetil Fallan:

«La camisa de fuerza de las mitologías que los comerciantes, promotores e historiadores han tejido meticulosamente en torno al diseño de los países nórdicos ha dado como resultado una imagen fuerte pero severamente distorsionada de lo que es el diseño escandinavo. En particular, la recepción internacional y popular de este concepto hábilmente elaborado ha llevado a una comprensión inquietantemente estrecha de la cultura del diseño nórdico. Hay innumerables casos que contradicen las narrativas maestras, que eluden la canonización o representan una «otredad» y, por lo tanto, conforman historias alternativas.» (2012, p1).

Fallan desarrolla historias alternativas y marginadas del diseño escandinavo en búsqueda de romper los relatos hegemónicos como parte de los procesos de conformación identitaria que Hobsbawn explica.

La génesis de lo que hoy suele identificarse como diseño escandinavo radica en una serie de exposiciones, sobre mobiliario y objetos domésticos, que mostraba, en los años 50, diseño contemporáneo de Dinamarca, Finlandia, Noruega y Suecia en Gran Bretaña y Estados Unidos. Una expresión que puede situarse geográfica y temporalmente, que implica una expresión tipológica de objetos y también dimensiones materiales, tecnológicas, un sentido estético, una noción de la calidad, una relación con la autoría y con las estrategias proyectuales, entre otras dimensiones vinculadas con el proyecto, la producción y el consumo. Tan fuerte fue la

construcción narrativa que se desarrolló a partir de aquí, que se estableció en los imaginarios sociales e influye hasta hoy en el ámbito del diseño.

Según Sparke (2010, p.231), en tiempos posteriores a 1970, la relación del diseño con la construcción de identidades tomó nuevas dimensiones. El diseño amplió su cometido para convertirse no sólo en un medio por el que naciones y empresas podían expresar su identidad, sino también en la formación de nuevos y diversos tipos de identidad.

Objetos portadores de identidad

Los productos que pueblan el espacio social poseen la capacidad de significar, esto quiere decir que los objetos que articulan nuestro entorno se encuentran organizados en una estructura significante, sea ésta un espacio de intercambio cultural, comercial o de consumo. Y a su vez, los objetos son en sí mismos signos, se insertan en las configuraciones culturales y actúan como portadores de significado, comunicando mensajes a través de su forma y materialidad. De esta manera los productos llevan asociados símbolos sociales que permiten a los consumidores y usuarios identificarse en función de la carga asociada más allá del producto en sí mismo.

En el ámbito del diseño de producto, es pertinente entender la identidad como la asociación diseñador-diseño-usuario, al existir identidades en diseño siempre que un grupo social se sienta identificado con una tipología de diseño.

En este proceso de identificación se activan las distintas posibilidades de lectura y análisis de un objeto o producto. Desde la perspectiva de la semiótica, la materialización física de una idea conlleva un análisis en tres niveles: pragmático,

sintáctico y semántico (Peirce, 1987). Al entender lo pragmático como el análisis de lo tangible y lo racional (la utilidad, el rendimiento, la función, etc.), lo sintáctico con los elementos que lo componen (estructura, composición, orden, etc.) y lo semántico, con el conjunto de mensajes que el producto traslada al usuario (significado, estatus, valor, etc.) estos aspectos serán retomados más adelante cuando se profundice en las cualidades del objeto como signo.

Los objetos diseñados pueden funcionar como soporte para expresar un sistema de referencias compartidas que diferencian a individuos o grupos sociales entre sí, estableciendo su individualidad y construyendo su identidad. Existen objetos que son factibles de reconocer como parte de la identidad de un colectivo, cuando cuentan con atributos que lo hacen ser la expresión de un grupo social existente, manifestado en determinado momento histórico. En el caso de las identidades nacionales, no solamente como reflejo de la historia y tradición, sino como una tangibilización del imaginario social. Es decir que estos objetos desarrollan a través de sus atributos una capacidad para ser asumidos como propios por una comunidad imaginada. Pueden distinguirse de otros objetos porque comprenden una serie de atributos formales, materiales, técnicos-productivos y semánticos apropiados por una comunidad y en ese sentido reconocidos como propios.

El diseño con identidad es aquel que coloca entre las variables en juego en los procesos de configuración de objetos, esos rasgos distintivos, asumidos y compartidos que son representados en repertorios formales, materiales, técnicos y simbólicos, y se transfieren a los objetos. El diseñador, para construir adecuadamente símbolos que representen la cultura tangible e intangible de la sociedad en la que opera, y comunicarlos, debe identificar esa identidad, cultura, herencia o tradición —entre otras— que definen la autoidentificación de la comunidad imaginada.

Un diseño intencionadamente identitario articula las claves de identificación o de apropiación y las transfiere al objeto con un lenguaje apropiado. Estos objetos adquieren relevancia cultural porque actúan como manifestaciones concretas de una realidad social y cultural de un tiempo y lugar específicos, son pruebas de la manifestación material de un colectivo, expresan los modos de vida, sistema de valores, actitudes, significados, símbolos, creencias, costumbres y los estados técnicos, científicos y tecnológicos de la colectividad en un momento histórico y en un espacio geográfico determinado. Su comprensión como objeto portador de identidad está directamente relacionada a su contexto de producción y lectura simbólica.

Desafíos de la relación entre el diseño y las identidades comunitarias

En el campo del Diseño se originan interrogantes, tanto desde la academia como en el ámbito profesional, sobre las tensiones entre globalización e identidad cultural. La diversidad cultural ha ingresado al centro de los debates teóricos acompañando los procesos de creciente interconexión global y la multiplicación de las relaciones interculturales en la cotidianidad del mundo contemporáneo. Los procesos de globalización han actuado de diversas formas en las identificaciones de las personas y los grupos sociales. Las diferentes teorizaciones, pero sobre todo prácticas de relacionamientos culturales, comprenden todo tipo de manifestaciones. Desde las prácticas proteccionistas, conservacionistas, pasando por lo intercultural, transcultural, hibridaciones, mestizajes y sincretismos, se encuentran en conjunto con diferentes niveles de apropiacionismo, colonialismo y otras prácticas que ponen en cuestionamiento los modos de actuar, su carácter ético y el enriquecimiento o empobrecimiento que suponen desde un punto de vista

de la diversidad. Los modos en que se ha conceptualizado la diversidad se encuentran imbricados con las formas en que se han imaginado las relaciones entre «nosotros» y «los otros».

Podemos decir que hoy las preocupaciones por los regionalismos y las manifestaciones locales han ganado una nueva relevancia. Se desarrollan tanto en ámbitos académicos y disciplinares, como en tendencias de consumo y estrategias de venta. Para Stuart Hall (1996), en un mundo más intercomunicado y con relaciones más amplias y transnacionales, los rasgos distintivos locales juegan un papel clave en la medida en que cumplen una función diferenciadora para la referenciación colectiva de particularidades, logrando —en un mundo estructurado cada vez más a partir de lo global—, la resignificación de los valores nacionales como garantía de la diversidad y oportunidad para potencializar la economía y la cultura. Esta situación, que permea todos los ámbitos de la sociedad humana, ha dado lugar a diferentes y múltiples propuestas teóricas en torno a la identidad, sus aplicaciones, importancia y componentes.

El debate sobre la posibilidad de desarrollar un «diseño nacional» es complejo y multidimensional, ya que involucra factores históricos, culturales, sociales y políticos. La noción de un diseño nacional sugiere, *a priori*, la existencia de una estética, un conjunto de valores o características que representan la identidad de un país o una cultura particular.

Definir lo que constituye un diseño nacional es un desafío, ya que corre el riesgo de simplificar la diversidad cultural y las influencias globales que actúan sobre cualquier manifestación cultural.

El desafío radica en que las identidades culturales, incluyendo las identidades nacionales, no son uniformes. Las comunidades dentro de un mismo país pueden tener formas muy diferentes de entender y vivir la cultura, lo que

complejiza la definición de lo que podría considerarse como un diseño representativo de una nación en su conjunto. Por ejemplo, dentro de un país coexisten identidades rurales y urbanas, así como tradiciones artesanales y prácticas industriales que pueden no converger en una visión unitaria de lo que significa el «diseño nacional».

En este sentido, cualquier proyecto que busque representar conscientemente la identidad de una comunidad se enfrenta a encontrar estrategias que integren factores sociales y culturales sin caer en representaciones superficiales.

Los procesos a través de los cuales el diseño actúa, comunica y representa estas características culturales y sociales requieren una reflexión consciente sobre los elementos que se seleccionan para ser representados. Las decisiones de todos los ámbitos que componen el proyecto se ven influenciadas por los significados simbólicos que estos elementos adquieren en un contexto cultural específico.

A su vez, los procesos de globalización han acelerado la hibridación cultural, lo que hace aún más difícil definir la idea de un diseño nacional y su relación con las influencias de diferentes culturas. De acuerdo con Grimson (2011), las fronteras culturales son permeables, y las identidades son híbridas. Esto nos permite argumentar que un diseño «nacional» no debería verse como una representación pura o fija de una cultura, sino como una manifestación de un diálogo constante entre lo local y lo global, entre el pasado y el presente. Insistir en la pureza de un diseño nacional puede resultar en un reduccionismo que no refleja la realidad de un mundo interconectado. El diseño, para ser significativo, debe evitar la simplificación de los símbolos culturales, buscando, en cambio, una profundidad que respete la complejidad y evolución de la identidad cultural. Debe atender las visiones de la identidad como un constructo mutable de forma de no caer en visiones esencialistas que impliquen la búsqueda

de una esencia inmutable que caracterice a una cultura o nación. Un diseño nacional que ignore las influencias externas, las diversas realidades dentro de una misma nación y la transformación constante de las identidades corre el riesgo de caer en el folclorismo o en la esencialización de ciertos aspectos culturales, simplificando y congelando lo que es, en realidad, un proceso dinámico.

Este enfoque suele reducirse a la repetición de símbolos culturales obvios y superficiales, en lugar de explorar la complejidad de las experiencias contemporáneas. Refuerza una visión estereotipada del pasado, aislando ciertos aspectos culturales y presentándose como la única expresión válida de una identidad nacional. Concretamente, esto puede manifestarse en la reproducción de formas, materiales o técnicas tradicionales sin una reflexión crítica sobre su relevancia o significado en el contexto actual. Para evitar estos riesgos, es fundamental que el diseño se mantenga abierto a la transformación, explorando las identidades culturales de manera consciente y reflexiva.

En lugar de intentar establecer características inmutables que definan un diseño como «nacional», resulta más productivo pensar en el diseño como un espacio de negociación de significados. Este espacio permite que los diseñadores tomen elementos de su contexto cultural — materiales locales, técnicas tradicionales, símbolos históricos— y los reinterpreten dentro de un marco contemporáneo y global.

Segunda parte.
Signos y formas:
herramientas para leer
y proyectar sentido

Proyectar es también la posibilidad de construir identidades culturales desarrolladas a partir de una incesante actividad de interpretación. Según Salvatore Zignale, como comunidad cultural, somos el producto de aquello que interpretamos y de aquello que proyectamos, de esta forma es posible pensar en la historia como resultante de continuos e inevitables procesos de interpretación. De la misma forma, en el diseño los interpretantes son artefactos que somos capaces de imaginar y producir. (2016)

A partir del diseño se generan signos y se construyen significados. En palabras de Espinel «La producción del diseño es un sistema con lenguaje propio, que, como cualquier otro, expresa en signos su conocimiento de un determinado modelo de sociedad» (2013, p.121).

El próximo paso es acercarse a un entendimiento genérico de las herramientas y dinámicas que se ponen en juego para lograr este cometido. Tratar esta naturaleza simbólica implica ocuparse de las múltiples funciones comunicativas del diseño; para ello es necesario concebir los productos del diseño como parte de un acto comunicacional entre el diseñador y los usuarios, que se efectúa en determinado contexto. En ese sentido, todo artefacto es potencialmente productor y transmisor de modelos mentales y comportamentales.

Es aquí donde entra la semiótica como área de estudio que permite atender los procesos interpretativos que se utilizan como instrumento de transformación en el proyecto. Es necesario considerar al diseño como un lenguaje y al objeto o producto como un signo, por lo tanto, sujeto a un sistema semiológico constituido por tres dimensiones:

la sintáctica, la semántica y la pragmática. El análisis semiótico de los objetos de diseño permite conocer las formas y los procesos de interpretación que se suscitan entre estos y las personas dentro de un contexto específico.

El ámbito de estudio de la semiótica de los objetos y de la semántica del producto, —elementos vinculados pero no iguales— tiene larga trayectoria. En general trata de aproximaciones de la lingüística que son traducidas o realizadas mediante analogías al campo de los objetos y que implican el desarrollo teórico de la conceptualización del diseño como lenguaje. Según Deyan Sudjic:

«El diseño se ha convertido en el lenguaje con el que dar forma a los objetos y adaptar los mensajes que conllevan. El papel de los diseñadores más sofisticados consiste hoy día en hacer que el diseño hable de manera que transmita estos mensajes, es decir, en que los diseñadores sean narradores, y al mismo tiempo, resuelvan problemas formales y funcionales. Para ello manipulan, con mayor o menor habilidad, este lenguaje» (Sudjic como se cita en Bürdek, 2019, p. 190)

Según Bürdek (2019), el lenguaje y la semántica del producto representan el núcleo de la teoría del diseño como disciplina. Claudia Mareis, citada por Bürdek (2019, p.151), establece tres aspectos fundamentales de esa teoría que tienen un significado especial: el lenguaje del producto, la semántica del producto y la retórica del diseño. En estas aproximaciones se busca establecer el lenguaje del diseño como un sistema estructurado, inspirado en la lingüística estructural. Esto no está exento de dificultades, en primer lugar Bürdek dice: «Las dificultades para abordar las funciones simbólicas en la práctica del diseño son patentes por el hecho de que no existe un “diccionario de significados” claramente definidos: los significados simbólicos sólo pueden interpretarse desde sus propios contextos socioculturales» (2019, p.174).

El problema del alfabeto perceptivo pareciera entonces lejos de conseguirse y por eso resulta necesario entender que la lectura del diseño como lenguaje implica una naturaleza de baja codificación. Según Adries van Onck los modelos usados por el análisis de los fenómenos comunicativos exigen requisitos que no siempre son satisfechos por los objetos del diseño (1994). De todas formas resulta una aproximación útil y rica, la conceptualización de una gramática formal nos aporta herramientas y conceptos que facilitan el entendimiento y análisis a los fenómenos que estamos estudiando, ya que estas conceptualizaciones ayudan a comprender cómo los elementos visuales y materiales se organizan en estructuras coherentes, de qué forma los objetos comunican diversos significados y cómo se relacionan con los usuarios a nivel de experiencia e interpretación en el uso de objetos en contextos específicos.

Objeto-signo

Resulta pertinente profundizar en las cualidades del objeto como signo. Para ello se hará uso de los dos modelos semióticos más conocidos en la interpretación del evento semiótico y su significación: la teoría de la semiótica desarrollada por el filósofo y lógico norteamericano Charles Sanders Peirce, y la teoría semiológica del lingüista suizo Ferdinand de Saussure. Se abordará a estos autores y sus conceptos en algunos casos de forma directa y también a través de los desarrollos posteriores realizados por diferentes autores en base a su teoría.

Sin ingresar en discusiones y partidismos conceptuales o metodológicos es necesario reconocer la diferencia de orígenes y de ciertos postulados de las dos corrientes dominantes en el estudio de los signos. La semiología de Saussure, conocida como la corriente europea, ligada a la lingüística, y la semiótica norteamericana de Peirce, ligada

a la lógica y las matemáticas. Ambas corrientes forman parte de la misma disciplina y, según diversos autores, ambos conceptos se emplean como sinónimos, mientras que otros mantienen sus distinciones, que, a pesar de identificar diversos objetos o metodologías de estudio, llegan a ser coincidentes. En función de este trabajo la existencia de distintas formas de expresar un mismo concepto no limita las posibilidades de establecer los cimientos para una sola disciplina, de hecho así lo entendió el Primer Congreso Internacional de Semiótica, al fundarse la Asociación Internacional de Estudios Semióticos, donde se tomó la decisión de unificar los conceptos de «semiótica» y de «semiología» bajo el nombre único de «semiótica».

Tomar aspectos de ambas corrientes permite una conceptualización profunda sobre las dinámicas de significación, privilegiando la comprensión de aquellas dimensiones y aspectos que son ricos para el ámbito específico del diseño de productos. Sin la intención de desarrollar de forma extensa el conocimiento sobre la teoría de los signos y sus derivaciones en el lenguaje de productos —lo cual excede a los objetivos de este trabajo—, se busca establecer las bases teóricas que permitan profundizar en algunos conceptos clave que acerquen las dinámicas del signo en el ámbito de los objetos.

La terminología utilizada en las teorías de los signos es densa y a la vez varía según las fuentes, por lo que se desarrollarán aquellos conceptos, términos y principios fundamentales que resultan operativos para este trabajo.

Para iniciar se remite a la definición genérica de signo realizada por Peirce, en ella, define el signo como «algo que representa algo para alguien en algún aspecto o carácter» (1978, p.228). Bajo esta visión, todo es sujeto de ser signo, cualquier cosa puede funcionar como signo en determinadas

condiciones, pero nada agota su ser en la condición sígnica, es decir, además de ser empleado en un proceso de semiosis comunicacional, un elemento retiene sus características no semióticas propias de su materialidad. Andacht (1992) afirma que «todo lo que puede acceder a uno de los cinco sentidos, en principio, puede ser materia prima semiótica, además de ser otras muchas cosas»(1992, p.16). En el ámbito de este trabajo se identifica que los objetos pueden funcionar como signos, y los signos pueden ser producidos con la ayuda de objetos.

La visión de Saussure define el signo como una entidad psíquica compuesta por una relación bidimensional donde se define un sistema de reacciones entre dos términos: un significante y un significado, el significante asociado al significado dará lugar a un signo. El significante se identifica como la dimensión sensorial del signo, mientras que el significado remite al concepto. Según Saussure (2012), el signo se rige por dos principios fundamentales: la arbitrariedad del vínculo entre significante y significado, determinado por la convención social, y el carácter lineal del significante. Este vínculo es inseparable, ya que ambos elementos existen únicamente en función del otro y su asociación es válida sólo dentro de un grupo o comunidad lingüística, lo que implica que el signo es siempre una construcción social. Asimismo, los significados no son inherentes a los objetos, palabras o signos, sino que emergen como resultado de los procesos interpretativos que los lectores o usuarios realizan al interactuar con ellos.

La visión de Peirce es indudablemente más amplia. En la teoría de Peirce se desarrolla un proceso al que llama semiosis donde son tres los sujetos lógicos que cooperan. Se trata de una correlación triádica constitutiva del signo, la relación entre la cualidad posible —primeridad—, el hecho existente —segundidad— y la mediación que les da sentido —terceridad—. Son tres dimensiones que pertenecen

respectivamente al «representante» —el signo tal como se presenta o significante—, al «objeto» —la cosa significada— y al «interpretante» —lógica y leyes de interpretación por él— (Quarante, 1992). Es necesario recalcar que éstas son relaciones lógicas y no propiedades inherentes a personas o cosas específicas. La semiosis o acción sígnica no existe en ninguno de los tres componentes por separado, sino en el virtual punto de confluencia, en la relación tripartita de los tres sujetos formales (representamen, objeto e interpretante) (Andacht, 1991). A continuación se procura clarificar la naturaleza de tres elementos.

El representamen o representante

El representamen se presenta como el signo mismo tal como es sin relación a otra cosa. Es algo que representa otra cosa: su objeto. Antes de que se interprete, el representamen es una pura potencialidad: un primero.

El objeto

El objeto es definido por Peirce como «aquello a lo que el representamen se dirige», no en como sujeto sino como sentido. El autor también afirma que el objeto: «Es aquello acerca de lo cual el signo —representamen— presupone un conocimiento para que sea posible proveer alguna información adicional sobre el mismo» (1973, p. 23).

Según Andacht, por «objeto» Peirce entiende la tradición epistemológica, lo consabido, aquella información que una comunidad ha incorporado para poder llegar a ser lo que es y aclara que, el objeto semiótico puede ser algo tangible, como los automóviles, o abstracto como la tradición hebrea del hijo primogénito (1992, p.31). En la teoría semiótica de Peirce debe quedar en claro que el objeto no es la cosa en sí en su

ser material, sino, la categoría de conocimiento y el saber previo o preconcepto del que todo sujeto está provisto para poder ejercer la significación en el mundo. Se trata de algo que preexiste al acto semiótico presente, al que se ha llegado mediante otros contactos, otras mediaciones disponibles en el entorno, a través de la socialización.

El interpretamen o interpretante

El interpretamen es concebido como un proceso de interpretación, una producción de signos en proceso. Trata sobre la acción mental que permite vincular al representante con el objeto. Se constituye como el punto de llegada, el efecto del signo, la finalidad y el propósito del acto semiótico, así como, el objeto conclusivo de la actividad interpretativa.

Al producirse se genera un nuevo representante que producirá nuevos interpretantes en un proceso recurrente.

Para decirlo de otra forma, en este proceso el signo y la explicación constituyen un nuevo signo y este requerirá de una nueva explicación que a su vez constituirá otro signo.

Se denomina semiosis al proceso en que algo funciona como signo y, como se vio anteriormente, ese «algo» sólo opera así cuando alude a algo o a alguien. Se trata de un proceso dinámico e infinitamente recursivo. Según Andacht, Peirce establece la semiosis como «producción constante de significación que ante todo debe persuadir a quien la recibe —y el primero en recibirla es siempre el mismo que la produce y la debe pre juzgar como buena y convincente— de aceptarla como lo que se presenta siendo» (1991, p. 108).

Umberto Eco (1997, p. 71) escribe que el proceso de semiosis es la relación de datos sensibles con el modelo conceptual que tiene el intérprete. El siguiente ejemplo graficará mejor esta idea: una persona camina por el parque y percibe por el sentido del oído un canto silvestre (signo, representamen); en un primer momento de la percepción, el sujeto reconoce por este hecho (el sonido) exterior a la cualidad de algo (primeridad).

Posteriormente, la experiencia (conocimientos previos) de esta persona le hace inferir que ese algo (objeto) puede ser hipotéticamente un canario (segundidad). En un tercer momento, el individuo investiga para verificar su hipótesis y disipar su duda. Así, observa que el ave que emite el canto tiene un plumaje de color amarillo, y por comparación con su modelo conceptual considera que en efecto se trata con toda seguridad de un canario. Es entonces cuando enmarca su percepción dentro de las leyes de la naturaleza, y por eso llega a la terceridad, es decir, a la interpretación del signo (canto del canario, interpretamen) (Eco 1997, p. 74, como se citó en Osnaya Baltierra, 2021)

En el ámbito del diseño, cuando un producto es percibido, este representa y expresa algo a alguien que interpreta algo (representamen). En ese proceso el trasfondo cultural y social de la persona que interpreta (objeto) influye en la producción de signos (interpretamen). De acuerdo con esto, diferentes personas pueden interpretar el mismo producto en la misma situación de diferentes maneras pero siempre operando dentro de un código.

Motivación y arbitrariedad

Un aspecto a considerar es la relación de los signos con sus referentes, es decir, el carácter de arbitrariedad o motivación del signo. Si bien Saussure propone la arbitrariedad del signo

como un principio primordial, esto es especialmente adecuado en el ámbito lingüístico donde desarrolla su teoría. Según Barthes (1964), en el análisis de los signos en otros sistemas semióticos se encuentran grados variables de motivación.

El concepto de referente en la teoría de Saussure se refiere a aquello en el mundo externo a lo que el signo apunta, o sea, el «algo» concreto o abstracto que el signo denota. Se trata del objeto, idea, fenómeno real o imaginado al cual un signo hace referencia, aquello que el signo representa o señala en el mundo exterior, ya sea tangible o abstracto. Puede ser algo concreto (un objeto físico, como una silla o un árbol), algo abstracto (una emoción, una idea o un valor, como «libertad» o «belleza»), incluso puede ser inexistente o ficticio, como personajes de mitos o conceptos imaginarios (por ejemplo, unicornios o mundos ficticios).

Mientras que en la teoría de Peirce el concepto de referente es más complejo y se vincula con el objeto semiótico de la triádica antes expuesta (representamen, objeto, interpretamen). El objeto puede ser tanto inmediato como dinámico, siendo que el objeto inmediato es el objeto tal como está representado por el signo, es decir, la forma en que el signo construye o mediatiza su referencia; y el objeto dinámico es el objeto «real», que existe independientemente del signo y del acto de interpretación, aunque sólo se accede a él a través de los signos. En otras palabras, el objeto dinámico es la «realidad» a la que el signo apunta, mientras que el objeto inmediato es cómo esa realidad se presenta en el signo. En Peirce, el referente estaría alineado con el concepto de objeto dinámico, ya que ambos implican la existencia de una «realidad externa», independiente del signo.

La motivación es el parecido que tiene un significante con su significado, mientras que la arbitrariedad es la relación inmotivada entre un significante y un significado. Se refiere a la relación intrínseca o natural entre el signo y su referente, es decir, cuando existe una conexión perceptible entre cómo es el signo y lo que representa.

Un signo motivado busca transmitir mensajes que el usuario pueda interpretar fácilmente, apelando a experiencias compartidas o a conocimientos culturales previos.

La arbitrariedad implica que no existe una relación natural entre el signo y su significado; más bien, esta relación es construida culturalmente o de manera convencional. Los signos arbitrarios son aquellos que adquieren su significado a través de acuerdos sociales, costumbres o normas, y su interpretación depende del conocimiento del usuario sobre ese sistema de referencias.

En las dinámicas de motivación del signo se da un anclaje del significado donde el referente actúa como orientación externa para la interpretación. Este referente es el componente semiótico que vincula el signo con la realidad, funcionando como el «objeto» al que el signo hace referencia, ya sea material o conceptual. Sin un referente claro, el significado del signo puede volverse ambiguo.

En diseño, motivación y arbitrariedad suelen coexistir, y su equilibrio depende de las intenciones comunicativas del diseñador. Desde la semiótica, una herramienta de explicación son las diferentes tipologías de signos; Peirce distingue tres fundamentales: los íconos (signos motivados por similitud), índices (signos que establecen una relación causal con el referente) y símbolos (signos arbitrarios cuyo significado depende del acuerdo social)

Íconos: un signo icónico es aquel que se refiere a su objeto porque comparte con él cualidades propias, como, por ejemplo, el color rojo de un tomate. Según Peirce, existen tres tipos de íconos: imágenes, diagramas y metáforas.

Los productos pueden funcionar como signos icónicos cuando alguna de sus cualidades o su integración es interpretada como semejante a otra cosa, independientemente de las diferencias en materiales, construcción o usos prácticos. La forma, el material, el color u otras dimensiones, tanto en los detalles como en la configuración general, pueden asemejarse a otra forma.

Índices: los signos indiciales, índices o signos indicativos están en conexión directa y dinámica con su objeto, no significan nada, sino que indican, anticipan o evidencian un fenómeno. La huella, por ejemplo, que hace referencia al pie que la produjo.

En el ámbito del diseño se encuentran diferentes tipos de signos índices, por ejemplo, los rastros propios de los materiales y los procesos productivos son índices de estos procesos.

Símbolos: Según Peirce (1978), un símbolo hace referencia a su objeto a través de una asociación de ideas generales, aunque esta relación no identifica la cosa en sí misma. A través del uso y la experiencia, su significado puede evolucionar. Los signos simbólicos pueden adoptar formas de cualquier tipo, ya que ni la semejanza con el objeto al que se refieren ni una conexión real con él constituyen la base para su interpretación. Sin embargo, los signos simbólicos no son completamente arbitrarios dentro de una cultura específica.

Su significado se fundamenta, en gran medida, en hábitos y formas compartidas por lo que las referencias simbólicas sean comprendidas. Es necesario que el público las conozca previamente, por lo tanto el símbolo siempre es instituido, es producto de una convención.

Dimensiones del sistema semiótico

Como se mencionó con anterioridad, desde la perspectiva de la semiótica la materialización física de una idea conlleva un análisis en tres niveles: sintáctico, semántico y pragmático (Peirce, 1987). Aquí una breve explicación de las dimensiones de cada nivel y su interpretación en el campo del diseño de productos.

La sintaxis

El nivel sintáctico trata de la estructura y composición de la forma, es el conjunto de relaciones que existe entre las unidades —palabras, signos y símbolos— que forman el vocabulario. En el ámbito del diseño de productos se refiere a los elementos formales y visuales del objeto, como la forma, los colores, las texturas y los materiales, y, en especial, a la estructura de conjunto del producto en su sentido de conjunto geométrico organizado en el espacio. Se ocupa de la composición de las relaciones, combinaciones y ordenación de las partes —cada una de ellas a su vez es o puede ser un signo—. Es el objeto diseñado y producido tal como se presenta, tal como puede ser descrito por el ordenamiento de sus elementos constituyentes.

La semántica

El nivel semántico se ocupa de los significados de las palabras y el lenguaje, tratando de establecer las relaciones que existen entre el significado y el significante. Estudia la evolución de estas relaciones, los cambios de sentido, la sinonimia y la polisemia, así como la estructura del vocabulario. En el ámbito del diseño de producto la dimensión semántica proporciona el sentido de los objetos, habla del significado de la forma y el objeto, el conjunto de mensajes que el producto traslada al usuario y permite transmitir una doble información: denotación (el significado, su sentido e inteligibilidad) y connotación (el valor social de la imagen, el rango, la carga simbólica, seducción visual). Se vincula con el campo de las emociones que produce el producto cuando interactúa con el usuario y los sentimientos que desarrolla.

La pragmática

Es la dimensión de la lógica, lo tangible y lo racional. Trata de la función o destino práctico del objeto, sus leyes funcionales, el uso que le damos y el grado de éxito del producto.

Examina cómo el objeto se utiliza en la práctica y cómo su uso refuerza o transforma su significado.

Quarante recoge que Peirce ha destacado la dependencia entre las tres dimensiones, estas categorías analíticas están relacionadas y dependen jerárquicamente las unas de las otras (1992).

Dentro de la teoría semiótica de Peirce ocupa un lugar especial la idea de «metodéutica» o «retórica especulativa», que en un inicio fue denominada cómo «retórica formal», esta ciencia estudia las condiciones generales de la referencia de los símbolos y signos a los interpretantes. Según Andacht trata sobre las condiciones formales de los símbolos, o de su poder para apelar a una mente (1992). Se trata de un elemento clave para el diseño, el de cómo planificar el impacto que un signo va a tener en su destinatario. Para ello Peirce desarrolla un modelo con una triple división del interpretante, vinculada con las categorías faneroscópicas de primeridad, segundidad y terceridad.

Interpretante inmediato

El interpretante inmediato es una abstracción que representa el significado o idea inherente a un signo independientemente del contexto, y corresponde a la categoría de la primeridad en la teoría de Peirce. Este concepto abarca, fundamentalmente, el rango de posibles interpretaciones del signo, asociándose con cualidades, apariencias o posibilidades. En el ámbito del diseño, el interpretante inmediato refleja el abanico de interpretaciones que el diseñador imagina, desea o espera que el usuario considere. Este proceso implica una intención de orientar al receptor hacia uno o más de uno de los posibles significados considerados como una respuesta interpretativa «normal», no excesivamente específica, pero dentro de ciertos límites previamente definidos.

El interpretante dinámico, asociado —en la teoría de Peirce— a la categoría de segundidad, representa el efecto directo que un signo produce en la mente del intérprete en un contexto específico. Este tipo de interpretante se conecta con las categorías de objeto, hecho o existencia. Según Andacht, el interpretante dinámico materializa lo que alguien entiende como el producto de un proceso de semiosis en un momento y lugar determinados. (1992). En este nivel, las circunstancias particulares del intérprete ingresan al proceso semiótico, incluyendo factores imponderables y accidentes que el agente semiótico no puede prever completamente. Un signo siempre se crea para provocar una respuesta interpretativa, pero estas respuestas pueden desviarse de las intenciones originales del emisor. Estas diferencias son inevitables y constituyen una parte fundamental del acto interpretativo, el cual es siempre externo y ajeno al emisor. Este proceso establece un ámbito de tolerancia interpretativa, donde incluso dentro de los límites de la legitimidad semiótica existe un amplio espectro de posibles significados.

Interpretante final

El interpretante final corresponde al ideal regulativo hacia el cual tienden, idealmente, todas las interpretaciones de un signo. No debe confundirse con una interpretación definitiva o cerrada, ya que su naturaleza está asociada con la idea de un proceso continuo y abierto. El interpretante final representa la modalidad cognitiva y existencial que se inscribe en la terceridad, vinculada a la mediación y a la relación entre el signo, su objeto y el interpretante. Este interpretante implica todas las interpretaciones posibles de un

signo en el horizonte más amplio de su desarrollo, en el cual las posibilidades de atribuir significados tienden al infinito, sin agotarse nunca por completo.

Verosimilitud

Según Andacht, un diseñador debe saber que sólo se logra producir sentido cuando se consigue, parcialmente al menos, anticiparse a los sentidos que el destinatario dará a los signos (1992). Pero ese otro es concebido desde la legitimidad, es decir, el otro, como alguien que atribuye al signo un significado entre los que la cultura admite para el signo emitido. Si bien el otro puede, en su subjetividad, asignar un sentido completamente ajeno a las intenciones del emisor, el criterio de validez que rige es el de lo verosímil. Al no poder prever lo que realmente y de hecho va a interpretar el otro a partir de los signos, se proyecta en búsqueda de lo que verosímilmente el interlocutor podrá interpretar en la propuesta de signos. Se trata de los significados plausibles en las situaciones y contextos dados. Andacht remarca esta idea diciendo que:

«El mensaje que el diseñador trata de transmitir se construye considerando los códigos comunes para el usuario y el mensaje que percibe éste último no es más que una reconstrucción aproximada del que se originó en el diseñador. De tal manera que la comunicación no es un proceso pasivo de transmisión de información, sino un proceso dinámico donde se hace necesario una traducción, una re-codificación del mensaje» (1991, p.110.).

La difusión social y cultural del producto, requiere trascender el estudio del objeto como signo en sí mismo, y estudiar la manera en que sus cualidades y características contribuyen a que se propague entre los colectivos que lo producen, consumen y utilizan. Para ello, se hace imprescindible considerar aspectos comunicacionales más amplios. En la teoría de la comunicación se encuentran herramientas valiosas para el presente estudio. En esta aproximación, se utiliza el modelo teórico propuesto por el lingüista Roman Jakobson para vincular lo semiótico con lo comunicativo y clarificar las implicaciones semiótico-comunicativas de sus dimensiones. Para este análisis se utilizan también las interpretaciones y analogías desarrolladas por Adries van Onck (1994) y Danielle Quarante (1992) al campo del diseño de productos.

El modelo de Jakobson (1988) establece seis componentes de la comunicación: emisor, quien emite el mensaje; mensaje, lo que se comunica; canal, el medio por el cual se transmite el mensaje; código, el sistema de signos utilizado para codificar el mensaje (lenguaje verbal, visual, etc.); receptor, quien recibe e interpreta el mensaje, y contexto —o referente—, el marco o tema del mensaje al que este hace referencia. A su vez define los actos comunicativos en base a seis funciones presentes en un mensaje —en el caso de este trabajo en el producto— cuando está analizado en el eje emisor-receptor —en este trabajo se trata del eje diseñador-usuario—: referirse a algo a través del mensaje o función referencial, expresar la actitud del emisor o función emotiva, desencadenar reacciones en el destinatario del mensaje o función conativa, entablar y mantener la comunicación o función fática, verificar/evaluar lo adecuado del mensaje y de los códigos usados o función

metalingüística, y seleccionar y combinar los términos necesarios para construir el mensaje o función poética (Lacruz, 2013).

A continuación se desarrollan con mayor profundidad estas seis funciones de los mensajes.

Función referencial

La función referencial, o mensaje denotativo, se centra en establecer de manera inequívoca la relación entre el mensaje y la cosa significada en un contexto dado. Su objetivo principal es informar sobre la realidad de forma objetiva, asegurando la concordancia entre el contenido del mensaje y el objeto al que se refiere. Esta función se manifiesta en situaciones donde se prioriza la transmisión de información, como en un cartel de señalización vial que indica la prohibición de adelantar, actuando de manera cognoscitiva y objetiva (Van Onck, 1994; Quarante, 1992).

En diseño de productos, esta función se relaciona con la funcionalidad y el contexto de uso del objeto. El diseño comunica su propósito y relación con el entorno o el sistema en el que se integra. Por ejemplo, una silla diseñada para exteriores debe comunicar, a través de sus materiales y formas, que es resistente al clima y apropiada para ese uso.

Función emotiva

La función emotiva o expresiva del mensaje se centra en el emisor, permitiéndole transmitir su actitud, sentimientos, estados de ánimo, deseos, creencias y otros aspectos subjetivos. Según Van Onck (1994), el emisor-diseñador, al crear un producto-mensaje eficiente, inevitablemente aporta su interpretación personal del referente. Esta función,

además, establece la relación entre el emisor y el mensaje, opera en el ámbito de las connotaciones que el emisor pone en juego y de la forma estilística de la información transmitida (Quarante, 1992). Así, el mensaje no sólo comunica información, sino que también refleja la perspectiva subjetiva del emisor sobre lo que expresa.

En diseño, esta función se vincula con la intención del diseñador o la marca al transmitir emociones o valores.

Función conativa

La función conativa o apelativa del mensaje se centra en la relación entre el mensaje y el receptor, buscando persuadir o influir en su conducta para que responda a los requerimientos del emisor. Según Quarante (1992), esta función considera las motivaciones del receptor con el objetivo de provocar una reacción específica, mientras que Van Onck (1994) destaca los efectos del mensaje-producto sobre el receptor-usuario. En este contexto, el mensaje actúa como una apelación directa, diseñada para condicionar o alterar el comportamiento del destinatario en función de los objetivos del emisor. En el diseño de productos, esta función se manifiesta en la interacción del usuario con el objeto.

Función fática

La función fática es la que se centra en el canal de comunicación que permite la transmisión de la información, es decir, en el establecimiento y mantenimiento del contacto entre el emisor y el receptor. Según Quarante (1992), esta función no sólo crea el contacto inicial, sino que también asegura la calidad de la comunicación mediante la repetición intencional de los signos. Por su parte, Van Onck

(1994) destaca que esta función presupone tanto un canal físico como una conexión psicológica, esenciales para la transmisión efectiva de la información.

En el diseño de productos, esta función se relaciona con la facilitación de la conexión entre el usuario y el objeto. Se enfoca en aspectos que aseguran que el producto sea accesible, comprensible y que mantenga una interacción fluida. Esto incluye elementos como la comodidad y la usabilidad.

Función metalingüística

La función metalingüística, según Jakobson (1988), se refiere a la relación entre el objeto y el código, destacando que no puede existir comunicación sin un repertorio de signos y reglas convencionales compartidos entre el emisor y el receptor.

Se centra en el código comunicativo y se utiliza para describir, comentar o analizar el lenguaje, verificando si se emplea el mismo código. Esta función implica el uso del lenguaje para glosar nuestros significados o negociar su interpretación, centrando la atención en el código mismo para aclararlo.

En otras palabras, se refiere al uso del lenguaje sobre el lenguaje.

Chomsky (1965), por su parte, introduce los conceptos de «competencia lingüística» del emisor, que es su capacidad para crear un mensaje inteligible, y «ejecución», que se refiere al uso correcto de esa competencia. En el ámbito del diseño, el diseñador tiene dos alternativas: utilizar el código convencional o modificarlo, introduciendo nuevos rasgos de identificación.

La función metalingüística también tiene una dimensión explicativa, como señala Quarante (1992), cuando clarifica el significado del mensaje o indica el contexto adecuado para su interpretación. En este contexto, el nombre del producto cumple un rol metalingüístico particular, ya que tiene la función de llamar la atención, en el código del lenguaje articulado, sobre un significado asimilable al producto. Así, el nombre del producto, se convierte en un medio para facilitar la correcta interpretación del producto-mensaje (Van Onck, 1994).

Función poética

La función poética, según Jakobson (1988), se refiere al conjunto de características estilísticas, estéticas y retóricas del mensaje. Esta función se centra en la forma del lenguaje, en cómo se organiza y transmite el mensaje, y en cómo esta disposición resalta su propia estructura. Se manifiesta también en la forma en que el emisor utiliza el lenguaje para que el mensaje sea estéticamente atractivo, priorizando la forma sobre el contenido o la acción que se busca generar en el receptor. Esta función hace que el lenguaje se convierta en un objeto de reflexión en sí mismo, destacando su estética y estructura, con el objetivo de lograr un impacto estéticamente atractivo. Aquí, el diseño se centra en la estética y el valor simbólico del objeto, destacando su forma, composición, detalles o la experiencia sensorial que provoca.

Van Onck (1994), por su parte, considera más adecuado denominar esta función como estética. La función estética involucra todo el instrumental del proyecto, desde las intervenciones en la estructura y morfología del producto hasta la gestión paradigmática de los significados. Esta función establece una relación dentro del mensaje mismo, en el que el mensaje es en sí un símbolo, un signo, tal como señala Quarante (1992).

Para profundizar en cómo el diseño de productos construye de forma material y visual estos signos y da pie a la interpretación de significados, se profundizará en la conceptualización del diseño como lenguaje. En semiótica, las unidades de análisis son los signos, y en el campo de aplicación objetual la materia física de estudio son los objetos, en ellos no es simple la labor de identificar los signos, pues están integrados en diferentes niveles pudiendo conformarse como signos el objeto en su totalidad así como partes o relaciones de partes de ese objeto. Tomando en cuenta lo anterior se hace necesario plantear una propuesta de cómo abordar el objeto, distinguiendo diferentes niveles posibles de análisis desde el punto de vista semiótico y diferenciando, en el objeto, los signos presentes que nos permitan hacer una interpretación del objeto mismo.

Van Onck realiza un abordaje de estos elementos utilizando la estructura Saussureana de significado y significantes. Para el autor:

«El juego de la semiosis del diseño, similar al del lenguaje escrito, se produce entonces en dos planos distintos: el de los significantes, que organiza espacialmente los detalles como plano sintagmático y el de los significados plano paradigmático que concierne las infinitas posibilidades de asignación, intercambio y sustitución de los sememas en los detalles» (1994, p.132).

En este contexto, y en especial relación con las teoría semiótica, la analogía del diseño como lenguaje resulta particularmente útil, ya que permite esbozar una estructura del lenguaje de diseño de forma análoga al lenguaje textual.

Hasta el momento se abordaron la sintaxis, la semántica y la pragmática, por lo que parece oportuno introducir conceptos sobre la morfología y la retórica.

Morfología

Mientras que en la lingüística la morfología es la rama de la gramática que estudia la estructura de las palabras, su formación y las clases de palabras que existen, en términos de diseño, se llama «morfología» al estudio de la generación y las propiedades de la forma.

Refiere a los elementos conformativos en el plano perceptivo de los productos, por ello, la morfología entra en el campo de los significantes y se relaciona con las demás dimensiones mencionadas pero especialmente con el nivel sintáctico.

Significantes

Van Onck (1994) genera un listado con las unidades de significación que son de uso común en el diseño, se trata de una sucesión que comienza en los mínimos componentes formales hasta los productos y los sistemas de productos, distinguidos de la siguiente forma: fragmentos, morfemas, detalles, productos y líneas de productos. Estos elementos pueden considerarse análogos a las unidades de fonemas o grafemas, morfema, palabras, sintagmas y oraciones del lenguaje verbal y escrito, siempre considerando la debida distancia y reserva, recordando que la analogía nunca es absolutamente directa y que los niveles de codificación del lenguaje hablado y escrito son altamente superiores al lenguaje formal y el visual.

Los fragmentos son las unidades formales más pequeñas distinguibles; tienen la característica de no corresponder a ningún significado relevante, pero ser distinguibles a nivel del creodo generador (Van Onck, 1994). Los fragmentos pueden considerarse elementos formales básicos, punto, línea, plano, volúmen y espacio, con cierta configuración—recto, curvo, orgánico— sin que constituyan una *gestalt*, es decir una configuración de unidad con sentido propio.

También pueden ser considerados fragmentos las cualidades de superficie como el brillo o el color, siempre y cuando estos no estén relacionados a un significado.

Morfemas

El pasaje de las mínimas unidades sin significado definido a las primeras unidades capaces de significar se realiza en el morfema. Los morfemas son elementos formales mínimos con dos o tres dimensiones —por ejemplo ángulos, rayos, hendiduras— o bien cualidades de los materiales —terminaciones, colores, transparencias—.

Para entender la diferencia del morfema con el fragmento, Van Onck (1994) da el ejemplo del color, el cual puede considerarse morfema si se le asocia un significado, de otra forma sería fragmento. Los morfemas presentan fragmentos ordenados en el espacio constituyendo una unidad gestáltica básica.

Detalles

Los detalles son el segmento de producto superior al morfema. Van Onck define los detalles como el elemento análogo a las palabras y establece:

«Consideramos detalles no sólo a los elementos distintos, tanto funcional como físicamente, como tapas o tornillos, sino también a aquellas áreas funcionalmente homogéneas pero no separables físicamente en forma neta del resto del producto, como en el caso de los dientes de un tenedor o de una zona agujereada por motivos de ventilación. El rasgo distintivo de los detalles, que los diferencia de los morfemas, es la evidente característica funcional. El detalle coordina y da sentido global a los morfemas. Esto se debe a que los morfemas son parte de los detalles» (1994, p.).

Los detalles, cómo elementos que reúnen morfemas, están ligados a una sintaxis, es decir son elementos de un sintagma. En la analogía que desarrollamos podemos decir que los detalles están ligados al producto como las palabras a las frases.

Producto

El producto es la unidad significativa principal. Si bien está conformado por los elementos de detalles y morfemas, el producto integra y unifica estos elementos en un todo coherente, es creado y percibido como un todo. Van Onck considera el producto como una unidad material diseñada, producida y distribuida, dotada de características formales que permiten indicar la correspondencia con, y la interpretación de, ciertas funciones (1994). El producto es el análogo a una frase.

Según Van Onck:

«Constituye una línea de productos, por ejemplo, la gama de productos de una cierta industria, de un cierto canal de venta, de un negocio: o también el conjunto de los productos característicos de un cierto ambiente o de un determinado grupo social: o los productos que responden a una necesidad dada» (1994, p.115).

El proyecto de las líneas de productos es más que la simple suma del diseño de los productos aislados ya que implica un proyecto de significados y funciones conjuntas, donde se retroalimentan los objetos parte de esa línea y la idea general de línea.

Si bien Van Onck (1994) desarrolla su teoría en un contexto fuertemente vinculado con la producción comercial industrial, la concepción de línea de productos es amplificable a diferentes formas de proyectar, agrupar o vincular productos.

Estos pueden tomar las denominaciones de sistema de objetos, líneas, series, colecciones o familias de productos.

La metáfora de «familia» es una de las más utilizadas y englobadoras, se trata de un concepto de interrelación basado en las características de los productos en tres aspectos estructurantes: la coherencia formal, la función y el significado.

Significado

Las formas (significantes) de los objetos tienen un significado asociado que puede ser funcional, cultural o simbólico. En el campo de los significados distinguimos una estructura básica de dos tipos, denotación y connotación. En la semántica lingüística la denotación establece la relación entre un palabra y aquello a lo que se refiere y la connotación la relación entre una palabra y su significado, de acuerdo a ciertas experiencias y al contexto.

Los objetos tienen un significado literal que determina su sentido, su uso y función práctica (denotación) y un significado asociado o simbólico (connotación). Estas funciones ya fueron mencionadas en la definición de funciones de Jakobsen asociando lo denotativo con la función referencial y lo connotativo con la función emotiva de los mensajes, pero cabe resaltar que no quedan supeditados a esas únicas dos funciones. En palabras de Van Onck:

«El significado de un producto o de una línea de productos, no es reducible a la suma de los significados de sus relativos componentes, pero la supera revelando la presencia de un exceso de sentido reconducible al «todo», ya sea un producto o una línea de productos» (1994, .).

Para analizar el campo de los significados se utiliza una estructura en unidades como los son los semas y los sememas.

El sema o rasgo semántico, se caracteriza por ser la unidad más pequeña del campo del significado, se trata de la entidad semántica mínima. El sema es el elemento constitutivo de un semema. Los semas no tienen significado en sí mismos sino que, a partir de su agrupación en sememas, constituyen significados. El semema es la entidad compuesta por más

de un sema, que constituye un significado completo asociado a un signo. Incluye tanto aspectos prácticos como simbólicos, pero no cubre el significado total del producto. A esta entidad le corresponde, en el producto, el significado de un morfema particular. Según Van Onck el semema también puede ser figurado, gracias a la sustitución del significado original con otros nuevos significados, aspecto inserto en la retórica del producto (1994).

Retórica

La retórica del diseño —o los aspectos retóricos en los discursos creados por el lenguaje del diseño— es un aspecto fundamental en el proyecto de objetos con cualidades significantes

La retórica formal y sobre todo la retórica visual es un campo de estudio particular en la semiótica, autores como Barthes han desarrollado este campo de forma particular, especialmente, vinculado a los mensajes publicitarios.

Richard Buchanan hace hincapié en el carácter retórico del lenguaje del diseño (1985), al asumir el diseño como construcción de un discurso, sus formas son las de la comunicación persuasiva. Bajo esta concepción en lugar de palabras, los diseñadores trabajan con objetos, interfaces, experiencias y entornos, configurándolos de manera que persuadan a los usuarios para que adopten ciertos comportamientos, emociones o interpretaciones.

En el ámbito de la lingüística, la retórica es una disciplina que se dedica tanto a la construcción de discursos persuasivos eficaces, como a la teorización sobre el modo como se consiguen estos discursos. Se enfoca en las cualidades de la forma de los mensajes, en su belleza formal.

En el ámbito del diseño se construyen argumentos utilizando los productos como discursos, y construyendo discursos alrededor de los productos. De forma que los objetos diseñados comunican ideas, valores o significados y, al hacerlo, presentan argumentos que pueden influir en las decisiones, creencias o emociones de quienes los utilizan. Estos argumentos implican una persuasión implícita, los objetos persuaden de manera indirecta, a través de su forma, función, materialidad, usos y contexto.

Según Van Onck, el lenguaje de los productos, como todos los lenguajes, recurre para superar sus propios límites a figuras retóricas, cómo las analogías, las similitudes, las metáforas, entre otras. El autor se refiere a herramientas retóricas que generen un apartamiento, es decir, un desplazamiento del significado, una distinción entre el sentido propio y el sentido figurado o en la definición de Fontanier citada por Van Onck: «Rasgos por los cuales el discurso se aleja más o menos de lo que fue la expresión simple y común» (1994, p.110). El teorema de base es que donde existen apartamientos, existen figuras que pueden producirse tanto sobre las vertiente de los significantes —en forma de palabras, frases, textos, detalles, productos, líneas de productos— como en el de los significados —en formas de sememas, proposiciones, narraciones— (Van Onck, 1994). Dado los alcances y extensión de este trabajo no es posible profundizar en los diferentes tipos de figuras retóricas y sus características pero sí mencionar aquellas que se encuentran más utilizadas como lo son: metáforas, hiponimias, metonimias, mimesis, sinédoques, hipérbolés y oximorón, entre otras.

El diseño, entendido como lenguaje y sistema de significación, articula mensajes y construye significados en función de su contexto sociocultural. Aunque su baja codificación impone limitaciones, las aproximaciones semióticas ofrecen un marco para analizar las dinámicas interpretativas y comunicativas del acto proyectual. El análisis del objeto como signo, desde la semiología estructuralista de Saussure y la semiótica pragmática de Peirce, permite comprender el diseño como un proceso de mediación en el que coexisten arbitrariedad y motivación para dotar a los productos de significado.

La analogía con el lenguaje verbal proporciona un marco útil para analizar los niveles de significación en el diseño, revelando su complejidad como sistema de signos donde convergen dimensiones morfológicas, sintácticas, semánticas y retóricas. Esta base conceptual resulta clave para abordar cómo las operaciones sígnicas se manifiestan en el diseño de productos con capacidad identitaria y cómo el contexto cultural y social incide en su interpretación y apropiación.

Comprendiendo que la construcción de sentido en los objetos no es un acto unilateral del diseñador, sino que está condicionado por la experiencia y los códigos compartidos de los usuarios. Se trata de un proceso situado y dinámico, determinado por los contextos de producción e interpretación, lo que permite que los objetos no sólo reflejen modelos socioculturales existentes, sino que también actúen como agentes de transformación. Esta perspectiva abre camino a una práctica proyectual consciente de su capacidad expresiva y de su rol en la construcción de discursos materiales y culturales.

A partir de esta base conceptual, el siguiente capítulo explorará herramientas, dinámicas y estrategias proyectuales que permitan operar dentro de este sistema de significación, profundizando en la construcción de identidades locales y la transmisión de significados a través del diseño.

Tercera parte.
Ensayar lo propio:
aproximaciones a la
identidad local desde
el proyecto

Diseño con base identitaria

Esta propuesta se orienta al desarrollo de estrategias proyectuales y claves conceptuales para el diseño de objetos capaces de ser interpretados e incorporados dentro del imaginario social de una identidad local.

En este marco, el diseño con base identitaria se entiende como aquel que incorpora en sus variables configurantes —formales, materiales, técnicas, simbólicas y funcionales— rasgos distintivos asumidos o con capacidad para ser asumidos y compartidos por una comunidad.

Diseñar con base identitaria trata sobre crear condiciones de sentido que habiliten la apropiación, el reconocimiento y eventualmente la transformación del sentido de identidad dentro de una comunidad. Implica leer los códigos culturales en los que el diseño se inscribe y construir desde allí un mensaje pertinente, legible y abierto a la apropiación.

Mediante el proyecto se traducen, transmiten y reflejan valores y símbolos considerados propios, como también se producen nuevas dimensiones identitarias, contribuyendo a la transformación y actualización del repertorio cultural.

Esto requiere una mirada multidimensional que permita comprender cómo se construye, comunica y se apropia el sentido identitario. Para su abordaje se plantea entender al objeto como un signo y un relato, un dispositivo semiótico capaz de contribuir a la construcción de sentido y activar múltiples capas de significación identitaria. A través del diseño se busca desarrollar objetos cuyas significaciones no se limiten en su configuración final, sino que incluyan

todas las instancias de generación y uso —el proyecto, la producción, la comunicación, el consumo y el uso— como parte esencial del significado del objeto.

Este enfoque busca evitar esencialismos y reconoce que los significados culturales no son estáticos ni inherentes a los objetos o signos; por el contrario, emergen y se construyen a partir de procesos interpretativos realizados por los usuarios en su interacción con los productos. Diseñar objetos con carga identitaria requiere comprender estos procesos y dar forma a productos que no sólo reflejen una identidad, sino que permitan su continua resignificación. En este sentido, la validez simbólica del diseño se define, en última instancia, por su capacidad de ser asumido como propio por la comunidad, completando así el circuito de significación.

La verosimilitud simbólica de los productos diseñados —es decir, su capacidad de ser creídos, reconocidos y apropiados— depende de múltiples factores. Entre ellos, se destacan la pertinencia de los objetos semióticos empleados, la adecuación del tipo de signo utilizado, la articulación de las funciones del mensaje y la calidad retórica del lenguaje proyectual.

En este proceso, se interrelacionan tres dimensiones: pragmática, semántica y sintáctica, las cuales configuran, en conjunto, un marco de análisis que permite abordar la complejidad del fenómeno proyectual en el campo identitario. Estas dimensiones no operan de forma aislada, sino como capas interdependientes con distintos niveles de jerarquía. Cualquiera de ellas puede constituirse en el principal soporte identitario del objeto o actuar como un componente complementario. Su articulación permite abordar los vínculos entre diseño, cultura y pertenencia, y orientar la producción de objetos con sentido identitario. A su vez incide directamente en la densidad simbólica del objeto, entendida como la cantidad y calidad de significados culturales que este es capaz de condensar y transmitir.

La dimensión pragmática del diseño identitario articula el uso como un acto culturalmente mediado. Refiere al modo en que los objetos se insertan y operan en prácticas, cumpliendo funciones específicas en contextos determinados, en relación con las formas de vida, hábitos y necesidades de los individuos y la comunidad. Especialmente en relación con los sistemas de prácticas que configuran su autoidentificación como comunidad.

Se trata de entender cómo un objeto se ajusta a su función en relación con las formas de vida y las necesidades de una comunidad, y cómo esa función puede asumir o reforzar significados identitarios. El repertorio cultural que se transfiere al objeto se encarna en sus modos de uso, en los gestos que demanda, en los saberes que moviliza, en los oficios que implica, en las situaciones que habilita o en los rituales en que se inserta.

Diseñar desde una perspectiva de la dimensión pragmática identitaria implica pensar en el tipo de objeto en su funcionamiento, su función social, su función técnica, su papel en rituales cotidianos, su presencia histórica y especialmente en su rol dentro de una red de significados compartidos. Considera que ajustar el objeto a su función es relacionarlo con un contexto práctico y simbólico que le da sentido.

Para abordarlo es posible desarrollar algunos parámetros analíticos de evaluación y algunas preguntas orientadoras de la relación entre función práctica, uso e identidad en el diseño:

Relación con prácticas culturales: ¿está vinculado a actividades, costumbres o saberes con valor identitario? ¿Conserva, refuerza o transforma modos de hacer cotidianos? ¿El objeto es pertinente para las prácticas culturales de la comunidad?

Cualificación simbólica del uso: ¿la función está cargada de significados culturales particulares? ¿El uso genera o reproduce sentido identitario más allá de su eficacia técnica?

Pertinencia tipológica: ¿el tipo de objeto tiene un rol reconocido dentro de la cultura material de la comunidad? ¿Activa usos significativos en términos sociales o simbólicos?

Adecuación funcional: ¿responde a las condiciones reales del contexto? ¿Se ajusta a los cuerpos, ritmos, habilidades y entornos de la comunidad usuaria?

Capacidad de ser apropiado: ¿el objeto se incorpora con naturalidad en las rutinas y entornos locales? ¿Habilita formas de uso compatibles con el repertorio práctico de la comunidad?

La dimensión semántica del diseño identitario refiere a la capacidad del objeto para transmitir significados reconocibles y culturalmente compartidos, operando como mediador simbólico entre quien diseña, quien usa y el entorno sociocultural donde se inscribe.

Esta dimensión se centra en la construcción del sentido, en cómo el objeto puede ser leído como portador de significados que remiten a valores, relatos, memorias, referencias históricas o narrativas colectivas vinculadas a una identidad cultural.

Diseñar desde una perspectiva semántica implica preguntarse no sólo qué busca representar un objeto, sino qué significados puede activar en quienes lo reciben.

El diseñador trabaja con un repertorio simbólico —que puede estar explícitamente formulado o implícitamente asumido— que permite anclar el objeto a sentidos culturales específicos, los cuales son fundamentales para su reconocimiento identitario.

Para su análisis pueden establecerse parámetros de la carga simbólica y su pertinencia cultural:

Nivel de referencialidad cultural: ¿el objeto remite de forma directa o metafórica a elementos, símbolos, relatos o valores propios de la comunidad?

Coherencia simbólica: ¿los signos que conforman el objeto construyen un mensaje semánticamente legible y coherente con el universo cultural al que se dirige?

Capacidad evocativa: ¿el objeto logra activar asociaciones significativas que refuercen el sentido de pertenencia o que convoquen memorias colectivas? ¿Funciona como disparador de relatos o afectos compartidos?

Profundidad del anclaje identitario: ¿la dimensión semántica se apoya en elementos superficiales (estereotipos, signos vaciados) o en elementos con densidad cultural, histórica o simbólica? ¿Se produce un diálogo respetuoso y significativo con el imaginario colectivo?

Posibilidad de resignificación: ¿el objeto permite nuevas lecturas, reelaboraciones o apropiaciones simbólicas que amplíen o transformen el repertorio identitario de la comunidad? ¿Aporta capas de sentido que puedan enriquecer el imaginario cultural?

La dimensión sintáctica

La dimensión sintáctica de un diseño con base identitaria refiere al modo en que se organizan y relacionan los elementos formales y materiales de un objeto, configurando una estructura reconocible capaz de ser interpretada como portadora de sentido identitario. Esta dimensión organiza la visualidad del objeto y configura una dimensión cultural desde la cual se habilita —o se obstaculiza— su identificación, estructurando un marco simbólico desde el cual se negocia su sentido.

En este contexto, el concepto de imaginario estilístico resulta central. Esta idea se inserta dentro del imaginario colectivo y se trata de un conjunto de asociaciones visuales, culturales y simbólicas que una comunidad establece en torno

a determinados rasgos formales, materiales o técnicos, reconociéndolos como significativos dentro de su repertorio cultural.

No trata de un sistema normativo o estático, el imaginario estilístico es una constelación de referencias compartidas, activas y en transformación, que orienta las expectativas sociales sobre cómo debe lucir un objeto para ser identificado como parte de un determinado universo simbólico identitario. Opera como mediador entre el producto y su contexto sociocultural, organizando las formas en que lo visual es interpretado, legitimando ciertas decisiones formales y funcionando como filtro para la apropiación simbólica.

De esta forma reconocer la existencia de una retórica formal (un uso reiterado de ciertos recursos visuales, materiales o constructivos) permite identificar un carácter formal que opera como signo distintivo. Cuando existen códigos formales y materiales compartidos —aunque no siempre estrictamente definidos— estos pueden operar como soportes de identificación. Contribuyen a la producción de una estética reconocible que favorece la apropiación simbólica de los objetos por parte de sus usuarios. Su consolidación o difusión incide en la eficacia simbólica del objeto y aún en ausencia de un anclaje semántico o pragmático directo, el uso de ciertos repertorios formales puede activar interpretaciones identitarias.

Para el diseñador, reconocer y trabajar con estos imaginarios supone una comprensión de los códigos que estructuran la identificación con lo local. Proyectar considerando el imaginario estilístico permite producir sentido desde la forma, y construir objetos que, aun siendo nuevos, son capaces de ser reconocidos como culturalmente pertinentes.

Esta competencia habilita dos caminos posibles: mantener el código convencional, reforzando referencias preexistentes, o transformarlo, introduciendo nuevos rasgos de identificación que amplíen el repertorio. Entendiendo que la modificación del código —cuando es pertinente— puede abrir posibilidades expresivas, ampliar el repertorio sin comprometer su legibilidad cultural.

El desafío del diseño identitario, desde una mirada sintáctica, no se reduce a replicar con mayor o menor fidelidad un repertorio formal existente y heredado, sino a construir nuevas configuraciones culturalmente verosímiles, significativas y apropiables que renueven y articulen continuidad y transformación.

Para su análisis se presentan los siguientes parámetros que permiten evaluar la pertinencia del diseño y su mayor o menor capacidad para ser asumido como identitario desde su dimensión sintáctica.

Grado de integración al imaginario estilístico: ¿el objeto se inscribe dentro de un imaginario estilístico reconocible? ¿Reproduce o remite a un código formal compartido? ¿La propuesta mantiene, desplaza o transforma elementos del repertorio formal identitario?.

Capacidad evocativa: ¿el objeto remite a formas, materiales o técnicas formalmente reconocibles por la comunidad como parte de su repertorio simbólico? ¿Lo hace de forma clara o ambigua? ¿La propuesta formal es inteligible simbólicamente por parte de los usuarios? ¿El objeto logra activar memorias culturales o imaginarios reconocibles a través de su forma? ¿La evocación está construida a partir de fragmentos formales, detalles o lógicas estructurales significativas?

Pertinencia del repertorio formal: ¿la estructura formal se justifica simbólicamente en relación al tipo de objeto y su contexto cultural? ¿El carácter formal del diseño inscribe al objeto en su universo interpretativo o es ajeno? ¿Produce una transformación culturalmente interpretable y significativa? ¿El carácter formal tiene capacidades de cargarse de los contenidos simbólicos buscados? ¿Produce asociaciones simbólicas pertinentes o genera ruido interpretativo?

Operaciones proyectuales

Se plantean una serie de acciones cognitivas, destinadas a abordar el cambio y la resignificación de los referentes en y a través de los objetos. Funcionan como modos de operar desde el proyecto en relación con los referentes semióticos. Pueden realizarse desde las dimensiones pragmática, semántica y sintáctica de forma única o acumulativa y funcionan en todos los caminos de anclaje que se presentarán más adelante.

Estas acciones pueden separarse en diferentes familias operativas, descritas a continuación.

Operaciones relacionales

Establecen correspondencias entre un referente y el objeto proyectado mediante grados de semejanza. No reproducen literalmente sino que traducen relaciones significativas. Entre estas operaciones se encuentran como destacadas:

Mímesis: reproducción parcial o estilizada de formas, proporciones o estructuras. A diferencia de la copia, implica una interpretación del referente. Opera desde lo icónico.

Analogía: relación de semejanza estructural o funcional entre dos elementos diferentes. Permite trasladar principios formales, organizativos o simbólicos de un referente a un objeto nuevo. Opera entre los niveles sintáctico y semántico, generando comprensión por proximidad.

Metáfora: sustitución basada en la semejanza conceptual. Se proyecta un objeto para que «sea» simbólicamente otra cosa, abriendo una interpretación cargada de sentido.

Interpretación: traducción subjetiva de un referente. Implica selección, énfasis y resignificación de elementos. Opera principalmente desde la semántica y activa procesos de lectura individual y colectiva.

Operaciones transformativas

Se centran en la intervención directa sobre un referente, modificando, desplazando o actualizando sus elementos. Entre ellas:

Modificación: cambio puntual en uno o varios aspectos (forma, escala, color, material), conservando aspectos generales de una base referencial. Puede ser un gesto mínimo que introduce nuevas lecturas o adaptaciones funcionales.

Variación: producción de múltiples transformaciones que generan una nueva versión a partir de una misma base.

Alteración: cambios radicales en la forma o el sentido original, que pueden afectar su legibilidad. Introduce tensiones o desviaciones como forma de significación.

Actualización: introducción de criterios contemporáneos (tecnológicos, estéticos, normativos) sobre un referente. No niega su origen, pero lo pone en relación con el presente, tanto en usos como en lenguajes.

Operaciones críticas

Bajo este tipo de operaciones se establecen rupturas, inversiones o tensiones de los sentidos originales de los referentes. Se manifiesta en distintas operaciones descritas a continuación.

Reversión: transformación intencionada de un código o forma de lectura. Apunta a cuestionar modelos naturalizados.

Desnaturalización: exposición de los componentes ideológicos o arbitrarios de una forma o práctica, sacando al referente de su marco habitual de comprensión.

Desplazamiento (crítico): sustitución del referente en un contexto inesperado para exponer contradicciones, fracturas o tensiones simbólicas.

Operaciones contextuales

Las operaciones contextuales implican movimientos entre distintos marcos de sentido. Estas acciones permiten resignificar elementos mediante el cambio de entorno, situación de uso, público destinatario, o incluso campo disciplinar.

Recontextualización: introducción de un referente en un nuevo marco cultural, espacial o temporal. Cambia el sentido por efecto del entorno, del público o de la función.

Desplazamiento (sintáctico o pragmático): movimiento de un elemento de un sistema a otro (tipología, función, uso). Puede tener efectos simbólicos o funcionales.

Transcripción: traducción entre lenguajes formales, técnicos o materiales. Es una forma de reinterpretar desde otro medio, manteniendo vínculos con el referente original.

La transcripción cambia el marco de codificación del sentido, no el contenido per se.

Al operar entre lenguajes, medios o soportes, está reubicando un contenido o referente en otro sistema de significación, lo cual implica un cambio de contexto simbólico, técnico o cultural.

Producen nuevos objetos, lenguajes y significados a partir del encuentro, la fusión, mezcla o yuxtaposición de elementos diversos. Se explora el cruce entre tradiciones, épocas, materiales, técnicas o estéticas. Implican acciones que veremos a continuación.

Hibridación: combinación de elementos de distinto origen (cultural, formal, técnico, histórico) que da lugar a un nuevo código compositivo o simbólico. Produce resultados que no pueden rastrearse linealmente a un solo referente.

Sincretismo: unificación de elementos contradictorios o en tensión. Su valor reside en la negociación del conflicto para la creación de algo nuevo.

Encuentro de lenguajes: convivencia deliberada de registros disímiles (por ejemplo, lo artesanal con lo digital). Resalta las diferencias como potencia expresiva, sin buscar homogeneidad.

Contraste: uso de la oposición como estrategia de énfasis. No busca conciliación, sino poner en evidencia las singularidades de cada elemento. Puede ser formal, material, cultural o funcional.

Caminos de anclaje

A continuación, se presentan cinco caminos de aproximación al diseño de productos con potencial identitario. Estos se basan en el anclaje del objeto-signo en referentes semióticos cargados de significado identitario. Es decir, en elementos que una comunidad imaginada reconoce —o puede llegar a reconocer— como parte de su identidad.

En este marco, se utiliza el concepto de anclaje identitario para referirse a aquellos aspectos que vinculan los objetos con referentes culturales, naturales, materiales o simbólicos compartidos por una comunidad. Dichos anclajes permiten que el diseño actúe como vehículo de identificación, al conectar el objeto con marcos de referencia compartidos.

Estas pueden entenderse como mecanismos de codificación y orientación de la interpretación. El acceso al sentido del objeto —como signo— se produce a través de un referente reconocible, que puede manifestarse en distintos niveles del producto: forma, materialidad, denominación, modo de presentación o discursos asociados. Así, el diseño puede establecer vínculos formales, materiales o simbólicos con aspectos asumidos como propios dentro de una comunidad. La relación entre objeto y referente puede operar con distintos grados de motivación o arbitrariedad, dependiendo del tipo de signo que se construya.

Desde esta perspectiva, los objetos diseñados se sustentan en elementos del territorio y de las comunidades —ya sea en su visualidad, en sus materiales o en el discurso que los rodea— y se insertan en un campo cultural específico. Los caminos propuestos contemplan la generación de diferentes tipos de signos (íconos, índices y símbolos), atendiendo a su pertinencia dentro del marco identitario local.

Si bien es posible trazar una distinción general entre caminos que se apoyan en la reinterpretación de formas preexistentes y aquellos que se basan en elementos intangibles, este corte resulta demasiado amplio y poco específico para resultar en un proceso operativo rico. Por ello, se propone un marco más detallado que, sin pretender agotar la complejidad del fenómeno identitario, ofrece herramientas útiles para orientar una práctica proyectual reflexiva, en la que los objetos operen como agentes y expresiones culturales. Cada uno de estos caminos permite abordar el diseño con base identitaria desde un ángulo específico, atendiendo a las múltiples formas en que el objeto puede establecer vínculos significativos con una comunidad.

Los cinco caminos de anclaje identitario que se proponen son:

Inspiraciones formales.

Transferencias de un sentir.

Prácticas socioculturales.

Constricciones técnicas.

Relecturas patrimoniales.

Inspiraciones formales

Este camino se basa en la apropiación y reinterpretación de elementos formales presentes en la naturaleza o en el entorno cultural construido. Implica la toma de referencias sensibles—como patrones, texturas, estructuras y formas—y su reinterpretación en elementos del lenguaje del diseño. Bajo esta perspectiva el diseño puede operar desde una analogía formal, destacando aspectos visuales o estructurales de su referente o desde una relectura más profunda, en la que el objeto comunica un significado cultural vinculado a su contexto. En este enfoque la inspiración formal es una práctica discursiva que participa en la producción de significados culturales, una forma de narrar y reforzar significados culturales compartidos. Esta estrategia exige un análisis cuidadoso de la carga cultural del referente visual, asegurando que la traducción a un nuevo objeto preserve y amplifique su significado en lugar de banalizarlo. La clave de este proceso radica en la diferenciación entre una inspiración superficial, que se limita a replicar aspectos visuales, y una inspiración profunda, que extrae y reinterpreta estructuras simbólicas y conceptuales arraigadas en el imaginario colectivo. El diseño debe evitar un enfoque superficial que convierta las inspiraciones formales, en formas sin significación real, ni reducir las formas a una folklorización estereotipada. Esto inicia preguntando cómo esa forma participa del imaginario social local, para ello es necesario analizar los valores culturales que se encuentran asociados a las formas del referente o al objeto de la inspiración. Comprender cómo los elementos formales han evolucionado históricamente dentro de la comunidad y cómo pueden actualizarse sin perder su anclaje identitario.

Desde la semiótica, este enfoque puede manifestarse en signos icónicos, cuando las formas son reconocibles y evocan referentes visuales conocidos; en signos indiciales,

cuando las huellas materiales del territorio se integran en el objeto, y en signos simbólicos, cuando se utilizan códigos culturales convencionales, como colores, símbolos gráficos o materiales asociados a tradiciones específicas.



Mesa Estribo alta. Diseño: Mateo Fogale. Foto: La Feliz



Foto de inspiración de Mateo Fogale.

Mesa Estribo - Mateo Fogale

La mesa Estribo diseñada por Mateo Fogale —uruguayo radicado en Inglaterra— producida y vendida por la marca argentina La feliz toma como referente este elemento de las sillas de montar caballos. El estribo tradicionalmente es un «óvalo de hierro cerrado por dos brazos», que pende de la silla por ambos lados y en el que se apoya el pie del jinete. Si bien los estribos son parte de la tradición de monta y se encuentran de formas variadas a lo largo de todo el mundo, el contexto de producción y del diseño de esta mesa particular se ancla en un universo cultural específico, el de la cultura gauchesca.

La cultura gauchesca es uno de los pilares identitarios de la región sur de América del Sur y aunque con sus diferencias se desarrolla con parentesco en la Argentina, el Uruguay y el sureste de Brasil. Este contexto de producción y consumo colabora en que esta referencia, potencialmente superior a lo local, tenga un sentido diferenciado entre los miembros de la

comunidad. A su vez, esto se ve reforzado por la inspiración formal, no es cualquier estribo el que toma Fogale, ni el concepto abstracto de estribo, sino, una forma particular, la más simple y ordinaria. Su referente parece ser aquel estribo que por su simpleza resulta el más popular y el propio de los gauchos. Esto se hace patente con la imagen utilizada en la comunicación del producto que da cuenta y explícita además del nombre su relación. El nombre del producto hace uso de la función metalingüística y funciona como referencia que direcciona el sentido del producto.

Este producto toma una inspiración formal de un elemento patrimonial vinculado a una práctica social tradicional, pero lo hace únicamente desde su formalidad, su tipo es el de un signo icónico. El diseño de parte de la estructura de la mesa actúa como una mímesis. La forma general del estribo, con su curva prominente se constituye como el semema que es transportado al producto en forma de detalle de unión entre las patas. Este elemento es el principal vínculo de referencia, pero es posible sumarle otros elementos como la robustez general de la pieza, que de una forma sutil reinterpreta la robustez del mobiliario de campo.

En su interpretación, Fogale amplifica y desborda el ámbito de referencia, realiza una serie de hibridaciones, mezcla de elementos y materiales propios de la tradición gauchesca, con materiales ajenos como el mármol. Además integra un lenguaje formal que genera una traslación y posiciona la pieza no como un producto popular sino como una pieza de élite.



Mesa Estribo baja. Diseño: Mateo Fogale. Foto: La Feliz



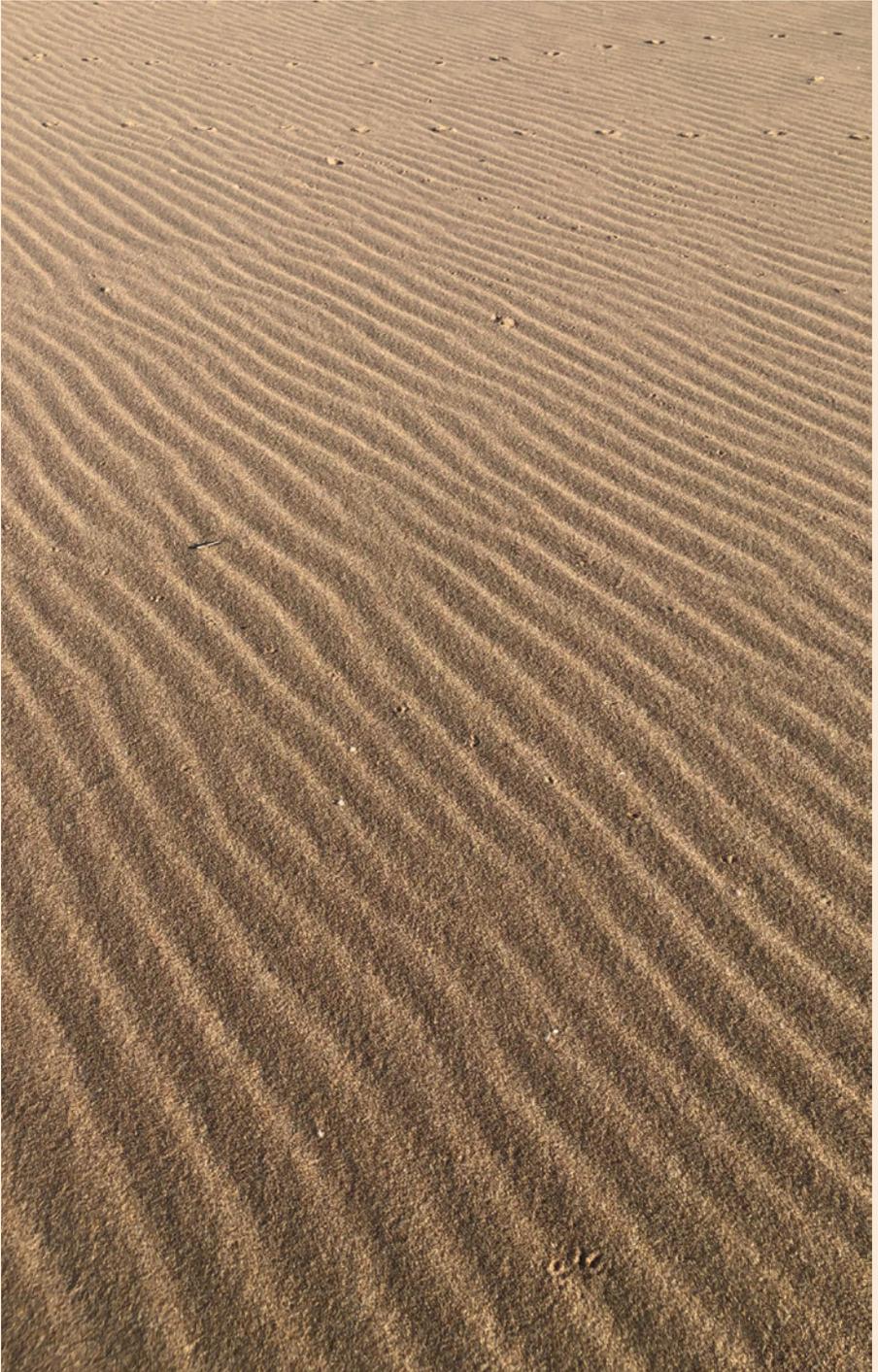
Recipientes. Diseño: Victoria Apud. Foto: Victoria Apud

Los recipientes desarrollados por la diseñadora y ceramista Victoria Apud se inscriben en una lógica proyectual que busca generar significación identitaria mediante la evocación formal de elementos naturales del entorno local. En particular, estos objetos remiten a las playas de la costa atlántica del Uruguay, y la textura en bajo relieve se presenta como el principal activador semiótico del vínculo con ese paisaje.

El jarrón presenta una forma cilíndrica simple y contenida que actúa como soporte neutro para destacar la textura. Esta austeridad geométrica permite focalizar la atención en el tratamiento superficial, cuya expresividad reside en un patrón ondulante que recuerda las marcas del viento sobre la arena. Desde una perspectiva semiótica, la textura puede interpretarse como un semema compuesto por la repetición del sema hendidura, aludiendo a cualidades táctiles y visuales asociadas a lo natural, cálido, artesanal y orgánico. Funciona también como signo icónico, en tanto su configuración se asemeja a las huellas del viento y el agua sobre la arena. Esta interpretación se refuerza gracias al contexto interpretativo: el lugar de producción (Maldonado, Uruguay), el conocimiento del entorno geográfico, el perfil de la autora y las condiciones de emisión del signo.

La presencia de barro y su acabado manual fortalecen su inscripción dentro de un universo de producción artesanal, lo cual aporta verosimilitud al signo como representación de lo local.

La textura comparte con su referente (la arena) múltiples connotaciones —cálido, natural, blando, irregular— que permiten hablar de una adecuación estilística o verosimilitud formal, facilitando así la interpretación del signo y la activación del sentido identitario.



Detalle del viento sobre la arena. Foto: Victoria Apud



Recipientes. Diseño: Victoria Apud. Foto: Victoria Apud



Noto es una familia de luminarias diseñadas por el estudio Lateral y desarrolladas mediante técnicas de cestería en fibras naturales como el mimbre y el ratán. Estas piezas toman como referencia a los *Notocactus*, una especie vegetal autóctona del Uruguay que, pese a formar parte del paisaje y la biodiversidad regional, permanece poco reconocida en el imaginario popular.

La inspiración se manifiesta en distintas escalas. En primer lugar, en la forma de sus tallos, que presentan volúmenes globulares o columnares y adquieren verticalidad con el crecimiento. En segundo lugar, en los patrones de desarrollo y reproducción de estos cactus. Y finalmente, en los detalles de su textura superficial. Las luminarias operan sobre estas referencias mediante procedimientos de mimesis y analogía, produciendo una abstracción formal que conserva características reconocibles del cactus: su silueta compacta y radial, la repetición de líneas verticales y la segmentación rítmica de su superficie.

Como familia tipológica, Noto plantea una representación de los ritmos de crecimiento del cactus, proponiendo tres tamaños que aluden a distintos momentos de ese proceso. Además, pueden disponerse de forma individual o grupal, lo que genera una nueva analogía con su naturaleza modular y su reproducción en colonias.

El uso de fibras vegetales y técnicas artesanales refuerza la verosimilitud de esta reinterpretación, manteniendo una coherencia entre referencia formal, materialidad y procedimiento. El tramado propio de la cestería replica de forma orgánica los patrones del cactus, y contribuye a construir una fuerte iconicidad basada en la semejanza

visual. A su vez, su dimensión simbólica radica en la evocación de lo natural, lo local y lo artesanal, lo cual fortalece su anclaje con el entorno cultural.

Formalmente, su simplicidad permite integrarse tanto al lenguaje del diseño contemporáneo como al del diseño vernáculo. Si bien son reconocibles como luminarias, presentan una cierta ambigüedad en cuanto a su colocación (pueden funcionar tanto sobre el piso como sobre una mesa), lo que amplía su versatilidad de uso. Se trata de lámparas de ambientación que, en la práctica, contribuyen a generar atmósferas cálidas e íntimas.

Noto funciona, en definitiva, como un símbolo identitario de alta referencialidad. Al remitir a una especie vegetal del territorio, aporta a la construcción de identidad no sólo a través del reconocimiento de lo autóctono, sino también al visibilizar un elemento natural históricamente poco valorado. Desde el diseño, propone así una forma sensible de volver la mirada sobre el paisaje local.





Luminarias Noto. Diseño: Lateral diseño. Foto: Lateral Diseño



Este enfoque busca capturar valores sociales, culturales, emociones e historias colectivas para materializarlas en objetos que funcionen como portadores de identidad. Se caracteriza por la traducción de elementos y experiencias intangibles en interpretaciones sensibles.

Toma como referente las formas de vida, costumbres, los valores, la idiosincrasia, sentimientos, relatos, narrativas que caracterizan a una comunidad.

Bajo este camino se trata de que los objetos no sólo evoquen, sino que también abran espacio para nuevas lecturas y significados, enfatizando el carácter abierto de los signos y la importancia de la interpretación. El diseño debe evitar la literalidad y, en su lugar, permitir asociaciones simbólicas múltiples que enriquezcan la experiencia del usuario. Para ello se apoya en recursos retóricos, permitiendo que los objetos comuniquen mensajes sin recurrir a una representación literal, de esta forma construir narrativas materiales que conecten con la memoria y la experiencia social. En ese sentido resulta fundamental cuidar los códigos interpretativos de forma de no caer en hermetismos que anulen o imposibiliten la significación.

Los signos predominantes en esta estrategia son los símbolos, ya que la interpretación de los objetos depende de la familiaridad del usuario con el contexto cultural de referencia.

Este tipo de diseño puede recurrir a estrategias narrativas que, según Jakobson, actúan mediante funciones fácticas y poéticas, estableciendo una conexión emocional con el usuario.



Banco Junta. Diseño Estudio Diario. Foto: Estudio Diario

Según describen sus diseñadores Ana Sosa y Guillermo Salhón: «Junta es un objeto que busca la estética por medio de la simpleza constructiva. Funciona como asiento y mesa auxiliar, complementando los espacios de manera silenciosa. Su simpleza formal contrasta con sus detalles, donde se distinguen las vetas de la madera y las uniones de las piezas».

La línea de bancos Junta responde a una lógica formal orientada a la síntesis, la optimización material y la contención expresiva. Está compuesta esencialmente por tres elementos de madera maciza de eucalipto: patas de sección cuadrada constante, un asiento circular con bordes biselados y travesaños que articulan las uniones entre patas y asiento. En su versión alta, incorpora además un refuerzo estructural metálico negro que actúa como reposapiés.

Cada uno de estos componentes funciona como un semema, portador de significados que se articulan de forma coherente en todos los niveles: detalles, fragmentos, producto y línea completa. El lenguaje formal que configura el conjunto evoca valores como sobriedad, estabilidad, claridad, honestidad, simpleza y domesticidad.

Estos bancos pueden ser interpretados como portadores de identidad cultural, enraizados en la idiosincrasia social del Uruguay y de los uruguayos. En este sentido, ideas como la austeridad y la humildad operan como paradigmas colectivos ampliamente asumidos e incluso celebrados. Fernando Andacht desarrolla esta dimensión en su concepto de la «jactancia de la humildad», una dinámica paradójica mediante la cual los individuos y la comunidad se destacan a sí mismos precisamente por su modestia (2002).

El banco Junta puede entenderse como una representación material de esta paradoja. Los propios diseñadores subrayan su carácter simple y silencioso como eje central de la búsqueda proyectual, otorgándole valor al gesto contenido. En este marco, el rasgo más distintivo del objeto —la «junta» o unión entre patas y asiento, que da nombre a la línea— permanece parcialmente velado: no se oculta intencionadamente, pero tampoco se hace evidente a simple vista. Para apreciarlo en detalle, es necesario observar el banco desde abajo o girarlo, situaciones poco habituales. Esta discreción del detalle constructivo, lejos de ser un descuido, actúa como un guiño: el gesto de no mostrar refuerza el valor simbólico de la humildad.

El nombre del objeto opera, en este sentido, de manera metalingüística, al señalar aquello que no se muestra de inmediato. La «junta» funciona también como una metáfora formal, que articula una lógica constructiva explícita en la que las uniones revelan el modo de ensamblaje. Esta estructura enfatiza la racionalidad del diseño y su coherencia entre forma y función. Sin embargo, lo más trascendente es que connota un universo simbólico vinculado a una humildad que se muestra precisamente a través del acto de no evidenciarse del todo.



Línea Bancos Junta.
Diseño Estudio
Diario.
Foto: Estudio Diario





Colección Salvaje. Diseño Estudio Diario. Foto: Marcos Villalba

La colección Salvaje de Estudio Diario consta de tres pequeños objetos para el cuidado personal: un espejo, una bandeja y un cepillo inspirados en el poema «Salvaje» de Juana de Ibarbourou.

El poema describe el típico campo uruguayo, una tierra llena de pasturas y arroyos. A medida que el personaje se mueve por los campos, gradualmente se convierte en parte de él, rindiéndose a la naturaleza. El lector se convierte en parte de este proceso, sintiendo los aromas, texturas, colores y sonidos que resaltan la belleza de la naturaleza.

La colección está desarrollada con materiales naturales como la madera y el tiento (material derivado del cuero) mezclando técnicas modernas y artesanales como el tallado y el trenzado.

El resultado es una serie de piezas con texturas contrastantes, colores naturales y formas contemporáneas, con el objetivo de evocar una experiencia sensorial similar a «Salvaje».

La colección convierte un texto poético en una experiencia objetual. Lo identitario se articula a través de una sensibilidad estética. No reproduce la literalidad del paisaje uruguayo, sino que lo evoca desde la sensibilidad material y la forma que convergen con el concepto en una poética visual y táctil.

Actúa desde la metáfora, especialmente en la resignificación sensorial y lo construye a partir de un repertorio estético-semántico ligado a lo vernáculo y lo natural.

La tipología de productos seleccionadas desarrollan en su uso aromas, temperaturas, texturas, elementos que el poema también activa.

Se apoya en técnicas tradicionales fuertemente vinculadas a el imaginario local para reforzar la densidad de su simbología identitaria. Pero lo hace de una forma que la vincula al universo del diseño objetual artístico-contemporáneo. Pero, por sobre todo, es la evocación sensorial del campo y lo artesanal lo que conecta con un imaginario cultural compartido.





Este enfoque toma como referente tanto el universo material existente cómo el posible alrededor de prácticas y costumbres propios de un contexto. Sus proyectos se basan en objetos destinados a esas prácticas o inspirados por estas. De esta forma un objeto diseñado con base en prácticas socioculturales participa en la reproducción, transformación y resignificación de estructuras simbólicas y relacionales dentro de la comunidad. Diseñar con base en prácticas socioculturales implica entender cómo ciertos objetos se integran en la vida cotidiana, respondiendo tanto a necesidades funcionales como a construcciones simbólicas que refuerzan la identidad grupal.

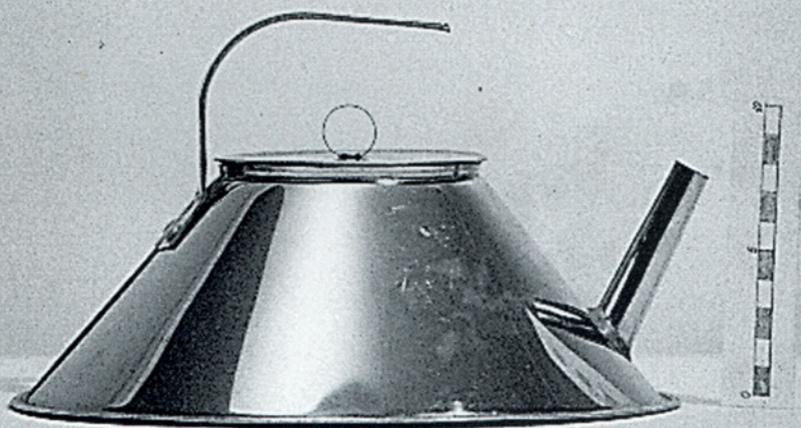
Desde la semiótica, esta aproximación se vincula con la dimensión pragmática del signo, donde el significado de un objeto se construye a través de su uso y de la relación que establece con su entorno. Desde la perspectiva de Saussure, el significado de un objeto no está en su forma material, sino en la estructura de relaciones en la que se inserta. En este sentido, el diseño debe analizar cómo los objetos participan en rituales, hábitos y prácticas sociales específicas.



La provolonera o provoletera es un recipiente de cerámica anti-adherente para calentar y servir el queso provolone. Este objeto nació como una mejora a un consumo de un producto que es parte de un ritual alimenticio del Uruguay, se trata de la “picada” en el “asado”. El producto busca mejorar las dinámicas de preparación y servido del queso en ese contexto, de esta forma representa una práctica contemporánea consolidada culturalmente. Al mismo tiempo, la simplificación del proceso habilita a otros ambientes y momentos de consumo, como lo es la cocción por microondas, y las presentaciones en formatos pequeños habilita el consumo individual. De esta forma no solo atiende y actualiza la tradición sino que la amplifica.

Se trata de un objeto de geometría simple y robusta, su lenguaje resulta compatible tanto con los entornos domésticos contemporáneos así como los espacios de uso más tradicionales, vinculados al fuego, la parrilla y el compartir informal.

En su presentación original se trata de un octógono cerámico con 20 hendiduras circulares. Estas hendiduras son los sememas que funcionan como índices de la función pragmática, es decir, son los indicadores de la dinámica de uso. En ellos se deposita el queso previamente cortado que será puesto a cocinar. En dos de sus lados presenta unos pequeños elementos que sobresalen que funcionan como espacio de agarre, estos se distinguen como el segundo semema pragmático por su clara distinción de la configuración general del objeto. El material, gres cerámico, constituye el tercer semema que no solo denota su capacidad para ser utilizado en el fuego sino que connota tradición/natural/durable.



Caldera Tropera. Diseño y producción Oscar Bonet. Foto: Martha Kohen, El Arca.

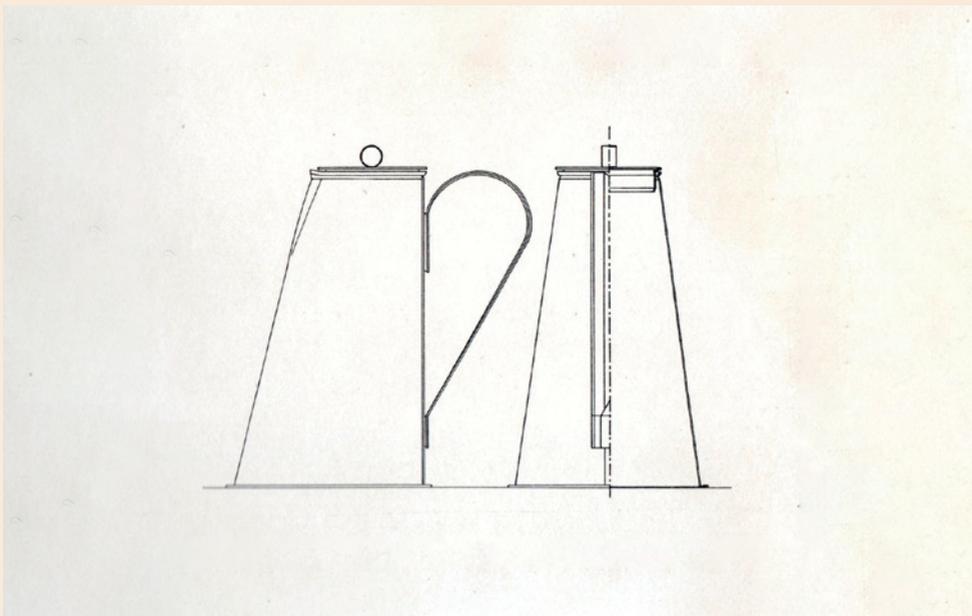
Las calderas troperas desarrolladas por el artesano Oscar Bonet son versiones de una tipología de producto de gran arraigo en el entorno rural Uruguayo. Se les llaman troperas o calderas de tropero por su vinculación a las personas que trabajan conduciendo a caballo el ganado a través de los campos.

Sus formas surgen como consecuencia de los modos de calentar el agua en los diversos entornos rurales y domésticos del Uruguay rural. En esta tipología tradicional se distinguen dos variantes: una de cuerpo cilíndrico y base estrecha, con desarrollo vertical, utilizada en fogones y estufas abiertas, donde el calor asciende y rodea; y otra troncocónica, de base amplia, pensada para parrillas y cocinas económicas, donde la energía se recibe principalmente desde abajo. Ambas versiones comparten un rasgo funcional ineludible: el pico diseñado para el cebado directo del mate, práctica que es, en sí misma, un signo cultural. Con esta conformación formal, adaptada a los contextos y modos de uso, estos productos hablan del modo en que viven las personas dentro de una comunidad.

Oscar Bonet, artesano del metal desarrolló dos modelos de caldera del tipo tropera. Su intervención opera desde un doble anclaje identitario. Por un lado, se apoya en una tipología consolidada, anclada a las prácticas cotidianas y modos de vida de una comunidad, un objeto que remite a una red de prácticas culturales concretas: el fogón compartido, la ronda del mate, la economía del calor. Pero también es un símbolo, condensador de un estilo de vida rural. Por otro, la transforma sutilmente lo que sitúa su trabajo en el terreno de la relectura patrimonial.

Se trata de un producto con una capacidad evocativa alta, basta una mirada para que se activen imágenes del campo, de la mesa baja, del agua humeante. Esta evocación habilita resignificaciones posibles en contextos contemporáneos.

Su proyecto de caldera tropera actualiza este icono desde una mirada situada, sensible a los límites técnicos, a la historia del objeto y a las posibilidades de su transformación. Su forma basada en los modelos tradicionales presenta alteraciones y simplificaciones que generan un refinamiento formal, manteniendo su reconocibilidad dentro del repertorio popular. La actualización del material —el uso de acero inoxidable en lugar de la hojalata tradicional— mejora la durabilidad sin alterar el lenguaje formal del objeto, lo que refuerza su capacidad de ser apropiado por nuevas generaciones. Estas transformaciones habilitan a ampliar el contexto de uso de estas piezas, ya que puede vivir tanto en un rancho como en una casa urbana, y en ambos casos sostener un vínculo identitario.





STOOL
DESIGNED BY
FRANK GEHRY
1991

El producto desarrollado por el diseñador Guillermo Aemilius, cuenta con una triple función: sacabotas apoya pie y banco auxiliar plegable.

Se trata de un artefacto plegable, fabricado en madera, cuero y acero, que condensa funciones prácticas cotidianas vinculadas a contextos rurales o de trabajo.

El anclaje identitario se construye a partir de prácticas propias del ámbito rural, ecuestre y de oficios donde el uso de botas es habitual, especialmente aquellas que requieren de asistencia para quitárselas. Esta función de sacabotas resulta el anclaje principal de la propuesta, el diseño traduce gestos (como usar el talón de una bota para sacarse otra) en mecanismos formales y materiales de diseño. Las otras dos funciones —apoya pie y banco plegable— complementan la densidad simbólica ya que están asociadas y vinculadas a este contexto rural. Este objeto da de forma simple una respuesta funcional a una necesidad concreta y al hacerlo incorpora saberes, gestos y hábitos propios de una cultura del trabajo físico y el campo, donde la transición entre tareas exige soluciones prácticas, durables y adaptables.

En su dimensión pragmática su modularidad y adaptabilidad remiten al ingenio cotidiano. La multifuncionalidad se resuelve desde una lógica de reinterpretación de elementos utilitarios tradicionales, sin replicarlos de forma literal. Desde una perspectiva simbólica puede entenderse como una metáfora de la versatilidad campesina: un solo objeto que resuelve múltiples funciones con economía de medios.

A nivel sintáctico, sus pequeñas dimensiones, sus materiales (madera, cuero) y su robustez remiten a tipologías de bancos presentes en este medio y apelan a un imaginario estilístico propio de la ruralidad rioplatense. La lógica constructiva

es clara y coherente: partes robustas, articulación sencilla, materiales nobles y expuestos. La secuencia de transformaciones está pensada para que las transiciones entre usos sean evidentes y accesibles, pudiendo realizar las mismas con los pies.

De esta forma el objeto comunica valores de austeridad, funcionalidad, trabajo y tradición que forman parte de la autoidentificación de las comunidades donde se insertan.

Desde una perspectiva semiótica, el objeto funciona como un signo índice de un conjunto de prácticas rurales: apunta directamente a usos, hábitos y necesidades concretas del cuerpo en el territorio.

En términos de significación cultural, el objeto revaloriza prácticas tradicionalmente excluidas del canon del diseño, incorporándolos en una propuesta contemporánea que responde a necesidades funcionales y conjuga sentido cultural.



Esta aproximación considera a los materiales, las técnicas productivas, los oficios y todo elemento técnico-productivo vinculado con la materialización del objeto como instituciones del imaginario social, en la medida en que configuran modos de hacer y de pensar en una sociedad a su vez que funcionan como signos identitarios.

Bajo este enfoque el diseño se ancla en las características materiales, técnicas y productivas del contexto en el que se inserta. Se trata de desarrollar objetos que exploren como centro una característica técnica, material, productiva y desde allí busquen hacer eje en el proyecto. Trabajar con materiales y técnicas que tengan un vínculo con el territorio y la comunidad, ya sea por ser tradicionales, autóctonas, de producción local o por encontrarse en abundancia, lo que implica no sólo su viabilidad productiva, sino su capacidad para funcionar como signos de pertenencia cultural.

En términos semióticos, esta estrategia se basa principalmente en signos indiciales, ya que la materialidad del objeto es una huella directa de su contexto.



Silla Montevi. Diseño de Menini Nicola. Foto: Menini Nicola

La línea Monteví, desarrollada por el estudio uruguayo Menini Nicola, es una línea de mobiliario para el hogar que consta de una amplia tipología de productos — incluye sillas, mesas, aparadores, entre otros — se estructura a partir de dos elementos principales: por un lado, el uso del tablero de eucalipto *finger joint* como materia prima; por otro, una resolución formal consistente, basada en un sistema de patas y uniones que otorgan unidad visual y constructiva al conjunto.

En este caso, la carga identitaria no se transmite a través de símbolos explícitos ni representaciones directas de lo nacional o local. Más bien, se construye de manera progresiva, a partir de decisiones técnicas y productivas vinculadas al contexto material uruguayo. El uso del eucalipto *finger joint*, no operaba inicialmente como un significante culturalmente cargado. Su valor simbólico emergió con el tiempo, a partir de su repetida utilización y visibilización.

Los diseñadores, conscientes de las condiciones productivas locales, donde existe una escasa producción de maderas, tanto en volumen como en cantidad de especies, y una disponibilidad fluctuante de maderas importadas aptas para mobiliario de media y alta gama, se propusieron capitalizar el desarrollo incipiente de tableros reconstituidos —en particular, el de *Eucalyptus grandis*— como una oportunidad productiva. Se trata de un tipo de madera y una presentación particular en ese momento emergente y en rápido crecimiento en la producción local.

De este modo, la línea Monteví busca integrar valor en las cadenas locales de producción de madera, vinculando el diseño con una lógica de aprovechamiento contextual de los recursos. Esta orientación productiva, aunque

no persigue de forma directa una representación identitaria, genera efectos simbólicos al establecer una asociación entre el objeto y las condiciones materiales del territorio.

La estética resultante del proceso técnico es uno de los factores que consolidan dicha identificación. El ensamblado *finger joint* produce una superficie rítmica, marcada por variaciones de tono y textura, que deviene un rasgo distintivo y reconocible. Desde una perspectiva semiótica el *finger joint* se constituye como un semema, que si bien no fue a priori representación de lo uruguayo, pero que otorgó una fuerte particularidad visual y por su anclaje con el medio producido local contenía capacidades para ser reconocida y asumida como local a medida que el signo fue repetido.

A esto se suma un lenguaje formal sobrio pero cuidado, en el que las uniones y el diseño de las patas —elementos integradores común en todas las piezas— operan como nexo entre los productos de la línea. Este tratamiento remite visualmente a ciertos códigos del diseño Mid Century Modern, presente en el imaginario doméstico uruguayo, lo que agrega una capa de lectura que refuerza su asimilación cultural.

Así, la identidad que se configura en la línea Monteví no es el resultado de una codificación directa, sino de una progresiva construcción de sentido. El proyecto demuestra cómo las constricciones técnicas —entendidas como condiciones materiales, industriales y productivas del contexto local— operan como punto de partida para decisiones de diseño que, al hacerse visibles y consistentes, generan una referencia simbólica que los usuarios pueden reconocer y eventualmente asumir como propia.

La propuesta de Menini Nicola no trabaja lo local de un modo representacional, sino que lo incorpora como condición técnica y material que, desde el hacer, habilita nuevas formas de identificación.



Esteria Monteví. Diseño de Menini Nicola. Foto: Menini Nicola



Poltrona shell diseño de Hans Wegner.



Poltrona RKF diseño de Menini Nicola. Foto: Menini Nicola

La poltrona RKF surge de un encargo al estudio de diseño Menini Nicola, su cliente al no encontrar en el mercado la famosa poltrona Shell del diseñador danés Hans Wegner les solicitó diseñar una poltrona con esa referencia. Los diseñadores tomaron el desafío y buscaron no emular la pieza sino *uruguayizarla*, es decir realizar una transcripción. Un ejercicio que consistió en analizar los rasgos trasladables entre el contexto social y productivo de la poltrona de Wegner y el propio. De esa forma las voluptuosas y orgánicas formas del original se transforman en un lenguaje menos llamativo. Donde primaba la línea y el plano curvo ahora lo hace la recta, donde se desarrollaba una técnica de aglomerado de madera con curvado moldeado ahora se utiliza el corte de tableros de madera maciza.

Se mantienen rasgos proporcionales, relaciones de ejes, inclinaciones y dimensiones de asiento y respaldo. El proceso mantuvo los aspectos pragmáticos y transformó los sintácticos y al hacerlo influenció en lo semántico. Al transformar las formas producto de una viabilidad productiva y de una corrección estilística se abre la posibilidad de la interpretación local del objeto.

Este proyecto tiene un abordaje de la identidad desde el aspecto mayoritariamente sintáctico. Al hacerlo permite tomar referentes ajenos y cargarlos de una identidad local gracias a la identificación de parámetros estilísticos. Su certeza en cuanto a la interpretación depende únicamente de lo establecido de estos códigos formales en el imaginario colectivo y la capacidad de los diseñadores de actuar bajo esos códigos, lo que anteriormente llamamos competencia lingüística y su ejecución. El parámetro identitario, en este caso, refiere al uso del lenguaje y cuanto más apegado esté a la utilización del código convencional más efectiva la interpretación.



El conjunto de especieros diseñado por el estudio uruguayo Tosca, está compuesto por recipientes hechos con piezas cilíndricas torneadas en madera y cerrados mediante una esfera de amatista que oficia de tapa, sostenida únicamente por su peso.

La amatista es una piedra semipreciosa, emblemática del Uruguay, obtenida y trabajada en el departamento de Artigas, en el norte del país. Este material es comercializado mayoritariamente en bruto, por peso y con escasa integración de valor. Su procesamiento se da en muchos casos en la producción artesanal para la generación de joyería o souvenirs.

El proyecto del estudio Tosca está fundamentado en la realidad material del territorio, se direcciona a construir sentido a partir de la intersección entre saber hacer, materia disponible y economía de medios. Su interpretación identitaria es el resultado de producir en y desde el territorio y amplifica el repertorio cultural aportando un nuevo sentido al trabajo con piedra, alejándolo de las lógicas del souvenir o el producto decorativo estandarizado.

La amatista es el material de anclaje identitario en la propuesta y lo es tanto por su condición material, su disponibilidad y sus condiciones específicas de producción, cómo por la carga simbólica que conlleva en su condición de piedra semipreciosa y en el contexto de producción en el cual está inserto.

Su forma y materiales surgen de una lectura situada de los recursos disponibles. La selección de maderas aptas para el torneado artesanal y compatibles con la piedra, que, por tradición minera y capacidad técnica instalada, puede volverse esfera y pulirse. La geometría simple responde tanto

a una economía formal como a una economía de medios productivos. La producción de esferas ya estaba presente en la producción de piedras, es un producto y una técnica con los cuales los artesanos se sienten familiarizados. Los diseñadoras recontextualizan estas esferas insertándolas en un nuevo contexto como parte de un nuevo producto, se modifica su uso habitual como elemento puramente ornamental para ser parte funcional de un objeto. Para hacerlo analizan sus condiciones y encuentran que su producción tiene ciertas dificultades en su precisión, cada esfera es diferente y presenta cambios en su diámetro. De esta forma el desarrollo de la madera y del producto debía atender y contemplar esta variabilidad. Esta articulación entre forma, materia y función da lugar a un objeto cuya verosimilitud cultural se sustenta en su adecuación a las posibilidades reales de producción en el contexto uruguayo.

A nivel sintáctico, dialoga con códigos estéticos internacionales pero desde una base material local, actualiza el uso de materiales tradicionales en una clave estética contemporánea, que valora la nobleza de los materiales y la pureza formal. El objeto se organiza en una lógica de contraste armónico: el cuerpo de madera presenta una textura cálida, orgánica y visible, mientras que la esfera de amatista introduce lo mineral, frío y brillante. La morfología se apoya en dos sólidos elementales (cilindro y esfera) cuya articulación genera tensión y equilibrio. Esta economía formal permite centrar la atención en los materiales. Los sememas materiales (madera cálida, piedra dura y brillante) producen una cadena de connotaciones que remite al trabajo artesanal, a la riqueza geológica del territorio.

A nivel semántico, cada componente actúa como semema que connota territorialidad (amatista de Artigas), cuidado artesanal (torneado de madera), y una visión no estereotipada de lo local. A su vez introduce una dimensión poética, vinculada tanto al paisaje geológico como a la noción de lo precioso cotidiano.



Mina de Amatistas en el departamento de Artigas. Foto: Tosca



Especieros Lumber. Diseño de Estudio Tosca. Foto: Estudio Tosca

Este camino aborda el patrimonio cultural sea material o inmaterial como un punto de partida para la construcción de nuevos objetos. El diseño como relectura patrimonial parte de la idea de que el patrimonio no es un conjunto de elementos fijos, sino un campo en constante reconfiguración, en el que los objetos pueden convertirse en agentes de transformación cultural. Esta estrategia se caracteriza por tomar como referentes elementos que ya están patrimonializados desde objetos, tipologías, modelos, materiales, oficios o expresiones formales y artísticas y partir desde allí para construir una intervención, una relectura o una reinterpretación.

Estas acciones requieren de un diálogo crítico de forma de no replicar modelos históricos de manera estática, ni hacer reverencias al pasado, ni potenciar folclorismos estereotipados sino potenciar nuevas lecturas y significados acordes a los contextos actuales. Una relectura efectiva implica cuestionar y contextualizar los referentes, asegurando que su reinterpretación responda a las dinámicas culturales actuales y no a una visión idealizada del pasado. Para ello es necesario una desnaturalización de forma de exponer su construcción simbólica.

La relectura patrimonial puede manifestarse en la intervención y diálogo con elementos existentes o en la generación de nuevos a través de la hibridación de elementos tradicionales con lenguajes contemporáneos, la exploración de narrativas contrahegemónicas o la resignificación de símbolos históricos desde perspectivas diversas.

Siempre manteniendo un abordaje dinámico que evidencia su evolución sin perder referencia al contexto original.

En términos semióticos, este enfoque se basa en signos icónicos y simbólicos: los primeros cuando el objeto mantiene una relación visual con su referente, y los segundos cuando el diseño introduce una carga interpretativa que reconfigura su significado.





Sillon-BKF de Antonio Bonet,
Juan Kurchan
y Jorge Ferrari Hardoy

Bezel - Estudio Claro

La línea de mesas Bezel, desarrollada por Estudio Claro, presenta una familia de tres mesas auxiliares cuyas proporciones varían, pero mantienen una configuración constante basada en dos elementos constructivamente diferenciados: una tapa circular de madera y una estructura de soporte metálica. Es en este último componente donde se concentra el carácter distintivo del diseño y su potencial anclaje identitario.

La mesa Bezel se caracteriza por una estructura de varillas metálicas negras visualmente entrecruzadas que generan una figura tridimensional de geometría abierta y ligera, sobre la cual descansa un tablero circular de madera.

La base de la mesa está compuesta por cinco módulos de varilla de acero simple, curvados y soldados entre sí, que generan una estructura autoportante con cinco puntos de apoyo tanto en el suelo como en la tapa. Si bien visualmente puede percibirse como una pieza única, la estructura se configura como una suma de partes que logra una unidad visual mediante la repetición modular y la continuidad lineal.

Este entramado de varillas metálicas curvadas remite de forma evidente al lenguaje constructivo y formal de un referente emblemático del patrimonio del diseño rioplatense: el sillón BKF proyectado en 1938 por Bonet, Kurchan y Ferrari-Hardoy.

Se trata de una lógica de líneas de acero soldadas, que no ocultan su condición estructural. En ambos casos, el soporte se concibe como una especie de esqueleto aparente, donde la expresividad del objeto emerge de su propia resolución técnica.

Si bien no se trata de una cita directa ni de una réplica formal, existen en Bezel elementos estructurales y formales que remiten a aquella pieza modernista en forma de una analogía.

La vinculación entre Bezel y BKF está centrada en el semema «pata», entendido como unidad mínima de sentido material y formal, que establece una conexión significativa entre ambos objetos. En particular, el gesto curvado de las patas que apenas tocan el suelo —resuelto con una punta doblada hacia adentro— constituye un detalle técnico y visual que cita de forma directa el sillón BKF. A esto se suman las curvaturas sucesivas de las líneas metálicas, que retoman el lenguaje visual de los muebles de acero curvado característicos del modernismo de mediados del siglo XX, pero con un énfasis específico en la gestualidad del BKF. Aunque este tipo de lenguaje fue ampliamente difundido en el mobiliario modernista, la relación entre Bezel y BKF se distingue por su especificidad: hay un reconocimiento evidente del patrón formal y técnico de la silla, más allá de la pertenencia a una categoría estética general.

Mientras el BKF plantea una tensión entre soporte y funda (entre estructura y envolvente), Bezel desplaza esa lógica hacia una función diferente —una superficie de apoyo— y transforma el gesto envolvente del sillón en un gesto de base, generando un volumen estable pero visualmente liviano.

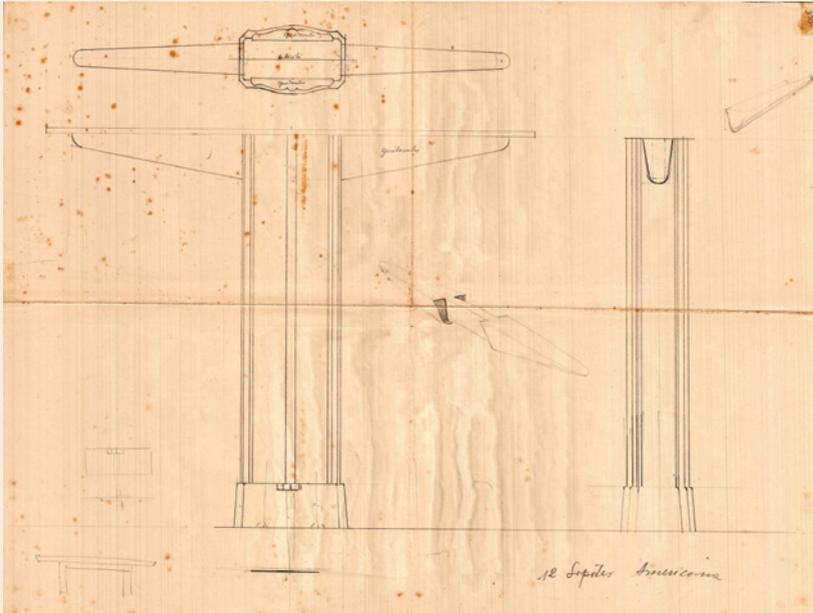
Bezel no solamente participa de una tradición, sino que articula una relectura deliberada que asume la herencia del diseño modernista rioplatense como materia de proyecto. No imita ni reproduce, sino que traduce: toma prestada una lógica constructiva y un imaginario ligado al diseño moderno latinoamericano y lo reconfigura en un nuevo tipo tipológico, sin que pierda su filiación simbólica. En Bezel, lo patrimonial se manifiesta en el modo de construir, en los detalles formales, en la lógica del soporte y en la manera en que la estructura se convierte en signo.



Mesas Bezel de Estudio Claro. Foto: Tok&Stok



Mesas MCV de Rafael Antía con curaduría de Mateo Fogale. Foto: Tali Kimelman



Dibujos de la carpintería Senjanovich diseño de Julio Vilamajó

Mesas MCV - Rafael Antía

Las mesas de centro MCV, diseñadas por Rafael Antía en 2018, forman parte de la colección Hilos Invisibles, curada por Mateo Fogale. Como el resto de la colección, estas piezas se inspiran en la obra del arquitecto uruguayo Julio Vilamajó.

El objeto hibrida y reconfigura dos referencias de la obra del arquitecto, los detalles en hormigón visto de la fachada de la Facultad de Ingeniería de Montevideo y un detalle del soporte de una mesa encontrado en un plano técnico de carpintería del archivo de Vilamajó.

A partir de estas dos referencias, se configura un conjunto de dos mesas de centro con tapas de vidrio y uniones en bronce.

Las mesas combinan materiales, naturalezas y escalas distintas. El diseño se organiza en tres partes: una base de hormigón que actúa como cimiento visual y estructural, un soporte en madera intermediario técnico y semántico y una tapa de vidrio que funciona como superficie de uso. Esta estructura mantiene una lógica de articulación clara y equilibrada, en línea con los principios formales del movimiento moderno.

Las bases de hormigón apela a la mimesis en el tratamiento matérico y tectónico del hormigón, buscando una fidelidad a nivel visual y de textura con el referente arquitectónico.

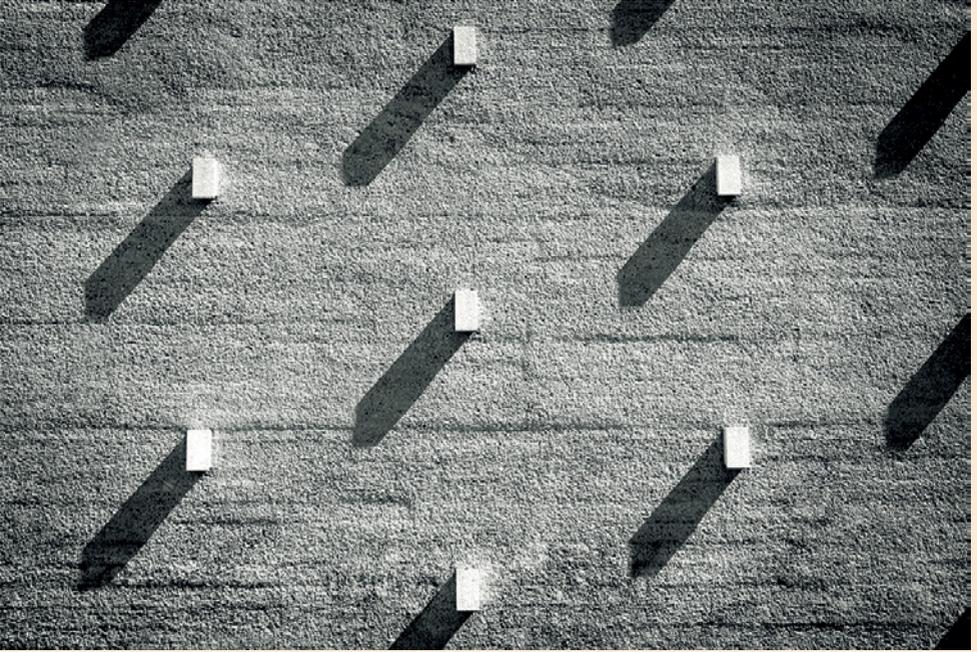
La escala, la función y el contexto son modificados, pero se mantiene la integridad formal del lenguaje.

La costilla de soporte de las mesas está recontextualizada en este nuevo producto. Del plano se retoma el gesto estructural del soporte en madera, en una traslación casi directa.

El detalle en bronce que une la tapa de vidrio con la base puede leerse como una variación que introduce una nueva jerarquía visual y funcional.

A nivel de producto se produce una recontextualización del lenguaje moderno del siglo XX en un nuevo objeto de diseño del siglo XXI, en este cruce, el diseño opera como un mediador entre pasado y presente, entre patrimonio arquitectónico y objeto doméstico. La combinación de materiales —hormigón, madera y vidrio— propone un diálogo entre lo industrial y lo artesanal, lo pesado y lo liviano, lo público y lo íntimo.

El objeto cumple una función doméstica sin renunciar a su densidad simbólica. Es utilizable, estable y funcional, pero también discursivo, se presenta como una pieza que convoca interrogantes sobre el legado, la reinterpretación y la pertenencia.



Detalles de fachada de la Facultad de Ingeniería del arquitecto Julio Villamajó



Mesas MCV diseño Rafael Antía, curaduría Mateo Fogale. Foto: Florencia Antía

El desarrollo de ejercicios proyectuales orientados al diseño identitario busca generar instancias de exploración metodológica que articulen la práctica del diseño en un contexto de enseñanza con procesos de interpretación cultural. Estos ejercicios permiten ensayar una didáctica proyectual situada, en la que los estudiantes asumen un rol activo como intérpretes culturales.

En esta investigación, los ejercicios se proponen como dispositivos didácticos y de indagación proyectual, que buscan habilitar procesos de interpretación, traducción y resignificación que permitan ensayar relaciones posibles entre forma, cultura y sentido. En este sentido, se inscriben dentro de una lógica de diseño como práctica reflexiva, en la que el hacer y el pensar se retroalimentan constantemente.

Cada ejercicio se construye en torno a uno de los caminos de aproximación al diseño identitario definidos previamente: prácticas socioculturales, transferencia de un sentir, constricciones técnicas e inspiraciones formales. Estos caminos, concebidos como estrategias analíticas y operativas, permiten diversificar las formas en que el diseño puede anclarse en una comunidad imaginada, considerando tanto sus estructuras simbólicas como sus formas de vida, relatos, valores, paisajes y objetos.

Se presentan dos ejercicios por cada camino: en el primero la elección del referente, el enfoque conceptual y las decisiones proyectuales recaen en los estudiantes, promoviendo una actitud crítica frente a los procesos de diseño y su inscripción cultural, y ampliando el espectro de aspectos con potencial para ser considerados identitarios; en el segundo se trata de un enfoque más acotado, donde

el referente sobre el que trabajar ya está delimitado en la propuesta. Estas dinámicas tienen un sentido de funcionamiento en instancias cortas o de acercamiento temático y permitirán profundizar en las estrategias proyectuales a desarrollar antes que el foco en el anclaje disparador.

Así, los ejercicios no son instancias aisladas, sino parte de un *corpus* metodológico que pone a prueba las hipótesis centrales de esta tesis: que es posible diseñar objetos con capacidad identitaria a partir de estrategias de anclaje cultural que activen una lectura situada, simbólicamente densa y proyectualmente productiva de los contextos. Cada uno de ellos aporta, además, evidencia empírica sobre las formas en que estos caminos pueden operar en la práctica, generando hallazgos, tensiones, limitaciones y potencialidades que alimentan la construcción teórica de esta investigación.

Introducción

El diseño desde inspiraciones formales se basa en la apropiación y reinterpretación de elementos visuales y estructurales presentes en la naturaleza o el entorno cultural construido. Estos elementos (patrones, texturas, formas, estructuras) funcionan como referentes sensibles y culturales que el diseño puede transformar en nuevas expresiones materiales.

Este ejercicio invita a trabajar con una inspiración formal profunda, que supere una simple copia o imitación, y que permita generar un objeto que comunique un significado cultural vinculado a su contexto. El foco está en analizar el valor simbólico y cultural de las formas seleccionadas y en interpretar esas referencias sin banalizarlas ni caer en folklorizaciones superficiales.

Objetivo del ejercicio

Diseñar un objeto a partir de la reinterpretación formal de un referente natural o cultural, explorando cómo esas formas pueden dialogar con las identidades y significados locales. La propuesta debe evidenciar una comprensión crítica del origen cultural y simbólico de las formas, desarrollando un objeto y un lenguaje apropiado a un contexto contemporáneo.

Condiciones del trabajo

Cada estudiante deberá seleccionar un referente material natural o artificial, vigente en un contexto local concreto.

Comprender el contexto de origen del referente.

Proponer un nuevo objeto o sistema de objetos con un vínculo inspiracional formal en el referente seleccionado.

Se espera una toma de posición proyectual, que construya nuevas significaciones mediante el uso de recursos formales evidenciando la distancia crítica respecto del original. El proyecto deberá contemplar las dimensiones pragmáticas, sintácticas y semánticas del objeto propuesto y sistematizar las operaciones proyectuales desarrolladas. Deberá demostrar coherencia entre forma, función y uso, y considerar el modo en que el objeto se inserta en un entramado de relaciones sociales y culturales. Se deberá construir una narrativa que acompañe el proyecto y que refuerce su anclaje simbólico sin explicitarlo en exceso.

Desarrollo del ejercicio

1. Selección del referente y análisis:
 - Elegir un elemento presente en el entorno local, tanto natural como construido.
 - Analizar las características formales del referente (formas, patrones, estructuras, texturas, detalles, uniones, etc).
 - Investigar y analizar el valor simbólico, histórico y cultural del referente.
2. Exploración:
 - Explorar y experimentar con la forma seleccionada, buscando nuevas posibilidades formales y funcionales para un objeto contemporáneo.
 - Seleccionar contextos de uso, funciones destino y tipologías de producto apropiadas al referente.
3. Desarrollo del objeto:
 - Generar propuestas de diseño considerando su función, materialidad y forma.
 - Seleccionar una propuesta y desarrollarla en detalle.
4. Producción de entregables.

Pertinencia del referente elegido y su análisis.

Profundidad del análisis cultural y simbólico del referente formal.

Capacidad del objeto para comunicar significados culturales desde un enfoque contemporáneo.

Originalidad, coherencia y calidad en la reinterpretación formal.

Pertinencia del repertorio formal utilizado.

Calidad formal y funcional del diseño.

Entregables

Objeto diseñado: desarrollo del objeto, con planos, renders, maquetas o prototipos.

Narrativa del objeto: breve texto (500-700 palabras) que genere una descripción y presentación del objeto. Debe incluir nombre del producto.

Documento de exploración proyectual: investigación visual, bocetos y experimentaciones formales que evidencien el proceso de reinterpretación.

Documento reflexivo que articule:

- Análisis del referente formal y su significado cultural.
- Estrategias y operaciones proyectuales utilizadas.
- Análisis del potencial identitario del objeto.
- Justificación del vínculo entre el referente, el contexto cultural y el diseño propuesto.

Ejercicio de diseño identitario. **Camino: inspiraciones formales**

Tema: palo borracho (*Ceiba speciosa*)

Introducción

El palo borracho es un árbol presente en muchas regiones de Uruguay y América del Sur, reconocido por su tronco ancho y espinoso, su forma singular y su floración llamativa. Se trata de un ícono natural con fuerte presencia en el paisaje y la memoria colectiva local.

Este ejercicio propone explorar las formas, texturas y estructuras del palo borracho como referentes formales para el diseño de un objeto contemporáneo.

Objetivo del ejercicio

Diseñar un objeto que reinterprete formalmente elementos visuales y estructurales del palo borracho, manteniendo y actualizando su carga simbólica en un lenguaje proyectual contemporáneo.

Condiciones del trabajo

Comprender el contexto de origen del referente.

Proponer un nuevo objeto o sistema de objetos con un vínculo inspiracional formal en el referente.

Se espera una toma de posición proyectual, que construya nuevas significaciones mediante el uso de recursos formales evidenciando la distancia crítica respecto del original. Para ello hará uso de las operaciones proyectuales propuestas.

El proyecto deberá contemplar las dimensiones pragmáticas, sintácticas y semánticas del objeto propuesto. Deberá demostrar coherencia entre forma, función y uso, y considerar el modo en que el objeto se inserta en un entramado de relaciones sociales y culturales.

Se deberá construir una narrativa que acompañe el proyecto y que refuerce su anclaje simbólico sin explicitarlo en exceso.

Desarrollo del ejercicio

1. Estudio del referente:
 - Mediante observación analizar las características formales y visuales del referente. Tanto la conformación general como los aspectos específicos: tronco, raíces, ramas, frutos, flores, espinas y presencia en el paisaje.
 - Descomponer el árbol en sus elementos formales más básicos: líneas, texturas, formas, volúmenes, detalles, fragmentos, partes y el vínculo entre estas.
 - Observar los ritmos visuales, las proporciones y las relaciones proporcionales que definen su estructura.
 - Analizar el valor simbólico y cultural del árbol en la región, incluyendo relatos, usos tradicionales o presencia en la memoria colectiva.

2. Selección de elementos de anclaje formal:
 - Identificar qué aspectos visuales y formales (una silueta, una curva, un módulo, una textura) son especialmente potentes para funcionar como base para la reinterpretación.
 - Extraer la esencia de esas formas referenciales, comprendiendo sus lógicas internas y el carácter que definen.
 - Bocetar esos elementos seleccionados de manera abstracta, buscando entender sus cualidades esenciales más allá de la apariencia literal.

3. Proceso de reinterpretación formal:
 - Experimentar con las formas, texturas y estructuras del árbol para extraer un lenguaje formal que pueda ser incorporado en un objeto funcional.

- Evitar la reproducción literal: buscar traducir la esencia formal y simbólica a nuevas soluciones de diseño.
 - Decidir la tipología de producto adecuada para aplicar esos elementos (mobiliario, objeto utilitario, iluminación, objeto decorativo, etc.).
 - Reflexionar si las características formales seleccionadas sugieren naturalmente un uso o producto específico, si tienen cualidades funcionales que pueden potenciarse o si están mejor enfocadas en aspectos estéticos o simbólicos.
 - Definir el contexto o ámbito adecuado donde el objeto resultante pueda insertarse con sentido (hogar, espacio público, espacio cultural, etc.).
4. Desarrollo del objeto:
- Crear una propuesta de objeto que integre las formas reinterpretadas del palo borracho, contemplando su función, materiales y experiencia de uso.

Criterios de evaluación

Calidad y profundidad del análisis del referente natural y su contexto cultural.

Originalidad, coherencia y calidad en la reinterpretación formal y operación proyectual.

Pertinencia del repertorio formal utilizado.

Calidad formal y funcional del objeto diseñado.

Capacidad del objeto para comunicar significados culturales desde un enfoque contemporáneo.

Objeto diseñado: desarrollo del objeto, con planos, renders, maquetas o prototipos.

Narrativa del objeto: breve texto (500-700 palabras) que genere una descripción y presentación del objeto. Debe incluir nombre del producto.

Documento de exploración proyectual: investigación visual, bocetos y experimentaciones formales que evidencien el proceso de reinterpretación.

Documento reflexivo que articule:

- Análisis del referente formal y su significado cultural.
- Estrategias y operaciones proyectuales utilizadas.
- Análisis del potencial identitario del objeto.
- Justificación del vínculo entre el referente, el contexto cultural y el diseño propuesto.

Ejercicio de diseño identitario.

Camino: transferencia de un sentir

Introducción

Este ejercicio invita a explorar el diseño como medio para traducir emociones, relatos, formas de vida, valores y experiencias compartidas en objetos que actúen como portadores simbólicos de identidad. Se trata de materializar un «sentir colectivo» que esté vinculado a un grupo, una comunidad, un territorio o una vivencia compartida. El objeto resultante debe evocar, sugerir o resonar con estos sentidos intangibles, generando una experiencia de interpretación rica y abierta. El desafío es transformar lo inmaterial en forma, materia, lenguaje visual y experiencia de uso, cuidando que esa traducción mantenga una conexión cultural reconocible, pero sin caer en el cliché ni en la obviedad.

Objetivo del ejercicio

Diseñar un objeto que traduzca un sentir colectivo, vinculado a un contexto cultural determinado. El proyecto debe explorar cómo lo intangible —una emoción colectiva, un valor, un relato oral, una atmósfera, una forma de habitar, una ausencia, una costumbre— puede encarnarse en un objeto que lo evoque, lo mantenga vivo o lo transforme.

Condiciones del trabajo

Cada estudiante deberá seleccionar un sentir, vigente en un contexto local concreto.

Se deberá comprender el contexto cultural de origen del sentir (territorio, comunidad, momento histórico, valores, costumbres).

El diseño deberá proponer una interpretación material sensible, sin recurrir a la representación literal.

El proyecto deberá contemplar las dimensiones pragmáticas, sintácticas y semánticas del objeto propuesto. La propuesta deberá demostrar coherencia entre forma, función y uso, y considerar el modo en que el objeto se inserta en un entramado de relaciones sociales y culturales.

El proyecto deberá contemplar apertura interpretativa, de forma que el objeto debe permitir lecturas múltiples sin volverse hermético ni confuso.

Se deberá nombrar al producto y construir una narrativa que acompañe el proyecto y que refuerce su anclaje simbólico sin explicitarlo en exceso.

Desarrollo del ejercicio

1. Selección del referente sobre el cual trabajar:
 - Relevamiento de sentires colectivos adecuados.
 - Identificar y seleccionar el sentir a traducir: ¿Qué experiencia, relato o emoción colectiva da origen al proyecto?
 - Investigar y analizar el valor simbólico, histórico y cultural del referente.

2. Proceso de reinterpretación:
 - Análisis interpretativo: ¿qué aspecto del referente pueden ser trasladados al lenguaje de producto? ¿Qué aspectos del referente pueden ser fortalecido, visibilizado o resignificado mediante un objeto?
 - Explorar y experimentar metáforas y traslaciones de lo analizado a componentes de diseño, sean pragmáticos, sintácticos o semánticos,
 - Seleccionar contextos de uso, funciones destino y tipologías de producto apropiadas al referente.

3. Desarrollo del objeto:
 - Generar propuestas de diseño considerando su función, materialidad y forma.
 - Seleccionar una propuesta y desarrollar a detalle.
4. Producción de entregables.

Criterios de evaluación

Pertinencia del referente elegido y su análisis.

Profundidad del análisis cultural y simbólico del referente formal.

Capacidad del objeto para comunicar significados culturales desde un enfoque contemporáneo.

Originalidad, coherencia y calidad en la interpretación del diseño propuesto.

Pertinencia del repertorio formal.

Calidad formal y funcional del diseño.

Entregables

Objeto diseñado: desarrollo del objeto, con planos, renders, maquetas o prototipos.

Narrativa del objeto: breve texto (500-700 palabras) que genere una descripción y presentación del objeto. Debe incluir nombre del producto.

Documento de exploración conceptual: investigación visual y escrita sobre el sentir colectivo elegido, incluyendo relatos, testimonios, atmósferas o referentes que ayudan a comprenderlo, bocetos y experimentaciones formales que evidencien el proceso de reinterpretación.

Documento reflexivo que articule:

- Análisis del referente y su significado cultural.
- Estrategias y operaciones proyectuales utilizadas.
- Análisis del potencial identitario del objeto.
- Justificación del vínculo entre el referente, el contexto cultural y el diseño propuesto.

Ejercicio de diseño identitario.

Camino: transferencia de un sentir

Tema: la nostalgia

Introducción

La nostalgia es una emoción compleja que conecta pasado y presente, memoria y deseo, identidad y cambio. Más allá de un simple recuerdo, la nostalgia funciona como un sentir colectivo que atraviesa generaciones, comunidades y espacios, cargando significados que pueden ser a la vez personales y compartidos.

Este ejercicio propone diseñar un objeto que traduzca la nostalgia desde una perspectiva sensible y abierta, capturando sus emociones, atmósferas y valores simbólicos sin caer en representaciones estereotipadas. El objeto deberá abrir espacio a múltiples lecturas e interpretaciones, invitando a la reflexión y evocación a través de su materialidad, forma y función.

Objetivo del ejercicio

Diseñar un objeto que materialice la nostalgia entendida como experiencia y sentimiento colectivo, utilizando recursos simbólicos y formales que permitan conectar con ese sentir desde una pluralidad de sentidos. El objeto debe funcionar como un portador de memoria y emoción que propicie una experiencia interpretativa rica y sensible.

Condiciones del trabajo

Análisis de la nostalgia como sentimiento colectivo y sus manifestaciones en la cultura y las prácticas sociales.

Traducción de esa emoción a través de materiales, formas, texturas o funciones que generen una conexión emocional, evitando clichés visuales o simbólicos.

Construcción de un objeto que propicie la apertura interpretativa y la conexión personal o comunitaria con el sentir nostálgico.

Desarrollo del trabajo

1. Análisis del Referente
 - Investigar y analizar el valor simbólico, histórico y cultural del referente.
2. Proceso de reinterpretación:
 - Análisis interpretativo: ¿qué aspecto del referente pueden ser trasladados al lenguaje de producto? ¿Qué aspectos del referente pueden ser fortalecido, visibilizado o resignificado mediante un objeto?
 - Explorar y experimentar metáforas y traslaciones de lo analizado a componentes de diseño, sean pragmáticos, sintácticos o semánticos,
 - Seleccionar contextos de uso, funciones destino y tipologías de producto apropiadas al referente.
3. Desarrollo del objeto:
 - Generar propuestas de diseño considerando su función, materialidad y forma.
 - Seleccionar una propuesta y desarrollar a detalle.
4. Producción de entregables.

Criterios de evaluación

Calidad y profundidad del análisis del referente.

Originalidad, coherencia y calidad en la interpretación proyectual

Pertinencia del repertorio formal utilizado.

Calidad formal y funcional del objeto diseñado.

Capacidad del objeto para comunicar significados culturales desde un enfoque contemporáneo.

Entregables

Objeto diseñado: desarrollo del objeto, con planos, renders, maquetas o prototipos.

Narrativa del objeto: breve texto (500-700 palabras) que genere una descripción y presentación del objeto. Debe incluir nombre del producto.

Documento de exploración conceptual: investigación visual y escrita sobre el sentir colectivo elegido, incluyendo relatos, testimonios, atmósferas o referentes que ayudan a comprenderlo. Registro de las decisiones proyectuales que convierten ese sentir en características materiales y formales del objeto.

Documento reflexivo que articule:

- Análisis del referente y su significado cultural.
- Estrategias y operaciones proyectuales utilizadas.
- Análisis del potencial identitario del objeto.
- Justificación del vínculo entre el referente, el contexto cultural y el diseño propuesto.

Introducción

Este ejercicio se basa en una estrategia de diseño identitario anclada en las prácticas socioculturales, entendidas como espacios dinámicos de construcción de sentido donde los objetos no sólo cumplen una función, sino que participan en estructuras de relación, ritual y pertenencia. Estas prácticas pueden estar asociadas a la vida cotidiana, lo festivo, lo doméstico, lo comunitario, lo religioso, lo político, entre otros ámbitos.

Diseñar desde esta perspectiva implica identificar, observar y comprender una práctica colectiva concreta, reconociendo tanto sus componentes materiales como sus implicancias simbólicas. El objeto a diseñar debe surgir como respuesta, reflejo o transformación de esa práctica.

Objetivo del ejercicio

Diseñar un objeto vinculado a una práctica social situada, reconociendo y articulando las relaciones de uso, los significados compartidos y los modos de habitar que le dan sentido.

La propuesta debe surgir de una lectura sensible y crítica de una práctica específica, buscando contribuir a su continuidad, visibilización o transformación.

Condiciones del trabajo

Cada estudiante deberá seleccionar una práctica sociocultural real, vigente en un contexto concreto (barrio, comunidad, grupo, región).

Se deberá comprender el contexto cultural en el que la práctica se desarrolla (territorio, comunidad, momento histórico, valores, costumbres).

El proyecto deberá contemplar las dimensiones pragmáticas, sintácticas y semánticas del objeto propuesto y demostrar coherencia entre forma, función y uso considerando el modo en que el objeto se inserta en un entramado de relaciones sociales y culturales.

El objeto diseñado podrá responder a una necesidad material no cubierta, reinterpretar un objeto existente, proponer una interpretación material sensible o introducir una innovación que fortalezca o resignifique la práctica observada.

Se deberá construir una narrativa que acompañe el proyecto y que refuerce su anclaje simbólico sin explicitarlo en exceso.

Desarrollo del ejercicio

1. Selección de la práctica a utilizar como referente:
 - Elegir una práctica sociocultural sobre la cual proyectar.
 - Investigar y analizar el valor simbólico, histórico y cultural del referente.

2. Relevamiento y análisis de la práctica:
 - Observación directa, entrevistas, registro visual o investigación documental.
 - Descripción de los actores, espacios, objetos y tiempos involucrados.
 - Identificación de los sentidos compartidos, gestos, rituales o hábitos.
 - Analizar los elementos materiales, de uso, simbólicos alrededor de esa práctica.

3. Delimitación del problema de diseño:
 - ¿Qué aspecto de la práctica puede ser fortalecido, visibilizado o resignificado mediante un objeto?
 - ¿Qué elementos materiales acompañan la práctica y qué carencias o oportunidades existen?

4. Formulación del proyecto:
 - Hipótesis de diseño: ¿qué rol cumple el objeto en la práctica? ¿Qué relaciones activa o transforma?
 - Propuesta de diseño que contemple forma, función, materiales, modo de uso y lenguaje expresivo.
5. Producción de entregables.

Criterios de evaluación

Pertinencia y profundidad del análisis de la práctica seleccionada.

Claridad y solidez en el vínculo entre objeto y práctica.

Capacidad de la propuesta para integrarse en dinámicas relacionales existentes.

Coherencia entre la solución proyectual y los códigos culturales del contexto.

Originalidad y sensibilidad cultural en la intervención.

Entregables

Objeto diseñado: desarrollo del objeto, con planos, renders, maquetas o prototipos.

Narrativa del objeto: breve texto (500-700 palabras) que genere una descripción y presentación del objeto. Debe incluir nombre del producto.

Documento de exploración proyectual: investigación visual, bocetos y experimentaciones que evidencien el proceso de desarrollo.

Documento reflexivo que articule:

- Descripción y análisis del referente y su significado cultural.
- Estrategias y operaciones proyectuales utilizadas.
- Análisis del potencial identitario del objeto.
- Justificación del vínculo entre el referente, el contexto cultural y el diseño propuesto.

Ejercicio de diseño identitario.

Camino: prácticas socioculturales

Tema: la siesta

Introducción

Este ejercicio propone abordar la siesta no solo como un momento de reposo, sino como una práctica cultural que configura espacios, cuerpos, tiempos, objetos, normas, imaginarios y afectos. Dormir la siesta puede implicar rutinas familiares, muebles improvisados, gestos repetidos, silencios compartidos, límites tácitos, relaciones intergeneracionales y usos particulares del entorno doméstico o urbano.

Objetivo del ejercicio

Diseñar un objeto que dialogue con la práctica de la siesta, entendida como una construcción sociocultural. El objeto puede vincularse directamente con su realización (reposo, comodidad, señalización del momento, protección del sueño, etc.) o de forma tangencial (gestos preparatorios, entorno, interrupciones, rituales familiares).

El objeto a diseñar deberá integrar, reinterpretar o ampliar el universo simbólico y material de esta práctica, considerándola en su dimensión social, cultural y relacional.

Condiciones del trabajo

Comprensión y análisis de la siesta como práctica cultural situada: ¿dónde se practica?, ¿cómo?, ¿quiénes la practican?, ¿con qué objetos, condiciones, ruidos, rutinas?

Identificación de elementos materiales, simbólicos o afectivos que estructuran la experiencia de la siesta.

El objeto diseñado podrá inspirarse en la siesta o interactuar en la práctica, en ese sentido podrá responder a una necesidad material no cubierta, reinterpretar un objeto

existente, proponer una interpretación simbólica, o introducir una innovación que fortalezca o resignifique la siesta como práctica.

El proyecto deberá contemplar las dimensiones pragmáticas, sintácticas y semánticas del objeto propuesto y demostrar coherencia entre forma, función y uso considerando el modo en que el objeto se inserta en un entramado de relaciones sociales y culturales.

Se deberá construir una narrativa que acompañe el proyecto y que refuerce su anclaje simbólico sin explicitarlo en exceso.

Desarrollo del ejercicio

1. Investigación y análisis contextual
2. Exploración contextual: análisis visual y conceptual de la práctica de la siesta en diferentes entornos, con foco en lo cultural, lo material, lo espacial y lo simbólico.
3. Propuesta de diseño: desarrollo del objeto, con planos, renders, croquis o maquetas según el caso.
4. Mapeo y caracterización de tecnologías de fabricación digital aplicables en el contexto local.
5. Exploración material y técnica: experimentación con cuerda de caraguatá y pruebas de corte o mecanizado CNC. Identificación de oportunidades y limitaciones.
6. Desarrollo de ideas conceptuales de diseños. Exploración sobre relaciones técnicas y formales. Selección de tipologías de producto.

Criterios de evaluación

Pertinencia y profundidad del análisis de la práctica seleccionada.

Claridad y solidez en el vínculo entre objeto y práctica.

Capacidad de la propuesta para integrarse en dinámicas relacionales existentes.

Coherencia entre la solución proyectual y los códigos culturales del contexto.

Originalidad y sensibilidad cultural en la intervención.

Entregables

Objeto diseñado: desarrollo del objeto, con planos, renders, maquetas o prototipos.

Narrativa del objeto: breve texto (500-700 palabras) que genere una descripción y presentación del objeto. Debe incluir nombre del producto.

Documento de exploración proyectual: investigación visual, bocetos y experimentaciones que evidencien el proceso de desarrollo.

Documento reflexivo que articule:

- Descripción y análisis del referente y su significado cultural. Análisis visual y conceptual de la práctica de la siesta en diferentes entornos, con foco en lo cultural, lo material, lo espacial y lo simbólico.
- Estrategias y operaciones proyectuales utilizadas
- Análisis del potencial identitario del objeto.
- Justificación del vínculo entre el referente, el contexto cultural y el diseño propuesto.

Introducción

Este ejercicio se inscribe en una estrategia de diseño identitario basada en las constricciones técnicas, entendidas como aquellas condiciones materiales, productivas, constructivas o de oficios que no sólo determinan modos de hacer, sino que también portan sentidos culturales, configurando signos de pertenencia, memoria y territorialidad. Trabajar desde las constricciones técnicas implica asumir que el diseño no parte de una hoja en blanco, sino desde un marco de posibilidades técnicas y materiales que configuran el lenguaje de los objetos. Estas condiciones no deben ser vistas como límites negativos, sino como disparadores proyectuales que orientan el diseño hacia soluciones contextualizadas.

Objetivo del ejercicio

Diseñar un objeto que ancle su propuesta en una construcción técnica específica, que pueda ser reconocida como signo identitario de un contexto cultural local.

El diseño debe asumir como eje central una técnica, material, tecnología u oficio —tradicional, recurrente, emergente o híbrido— y construir desde allí un lenguaje proyectual que dialogue con el entorno cultural en el que está inserto.

Condiciones del trabajo

Cada estudiante deberá seleccionar una técnica, material o sistema productivo con anclaje territorial, comunitario o cultural, justificando su elección.

Se deberá comprender el contexto cultural en el que la práctica se desarrolla (territorio, comunidad, momento histórico, valores, costumbres).

La propuesta deberá explorar las posibilidades formales, estructurales y expresivas del recurso elegido.

Se espera una toma de posición proyectual, que construya nuevas significaciones a partir de la técnica o material seleccionado.

El proyecto deberá contemplar las dimensiones pragmáticas, sintácticas y semánticas del objeto propuesto y demostrar coherencia entre forma, función y uso considerando el modo en que el objeto se inserta en un entramado de relaciones sociales y culturales.

Se deberá construir una narrativa que acompañe el proyecto y que refuerce su anclaje simbólico sin explicitarlo en exceso.

Desarrollo del ejercicio

1. Investigación y análisis contextual:
 - Relevamiento de técnicas, oficios, materiales o sistemas productivos del entorno.
 - Selección fundada de una construcción técnica a trabajar.
 - Análisis de sus cualidades.
 - Análisis de sus implicancias culturales, productivas y simbólicas.
2. Exploración material y técnica:
 - Identificación de recursos productivos disponibles o viables.
 - Experimentación práctica (prototipos, pruebas, ensayos).
3. Desarrollo:
 - Diseño de un objeto.
4. Producción de entregables.

Pertinencia y profundidad en la elección y análisis del referente técnico-productivo.

Originalidad y coherencia en el modo de integrar la técnica al objeto.

Capacidad de la propuesta para comunicar identidad desde su materialidad y su construcción.

Calidad del proceso de investigación, exploración y documentación.

Calidad formal y funcional del diseño.

Argumentación crítica del proyecto como acción cultural situada.

Entregables

Objeto diseñado: desarrollo del objeto, con planos, renders, maquetas o prototipos.

Narrativa del objeto: breve texto (500-700 palabras) que genere una descripción y presentación del objeto. Debe incluir nombre del producto.

Documento de exploración proyectual: investigación visual, bocetos y experimentaciones que evidencien el proceso de desarrollo.

Documento reflexivo que articule:

- Análisis del referente y su significado cultural.
- Estrategias y operaciones proyectuales utilizadas.
- Análisis del potencial identitario del objeto.
- Justificación del vínculo entre el referente, el contexto cultural y el diseño propuesto.

Ejercicio de diseño identitario.

Camino: constricciones técnicas

Tema: Diálogos entre CNC y cestería en cuerda de caraguatá

Introducción

Este ejercicio parte del entendimiento de que los materiales, las técnicas y los modos de producción no son neutros, sino que forman parte del imaginario social de una comunidad. La técnica, en tanto forma de hacer, puede ser leída como signo identitario: refleja tradiciones, contextos, saberes y valores compartidos.

La cestería en cuerda de cardo caraguatá —planta nativa del Uruguay— constituye una técnica tradicional con fuerte arraigo en prácticas rurales y saberes populares, especialmente en la confección de asientos, contenedores y piezas utilitarias. Por otro lado, la tecnología CNC (control numérico computarizado) representa una técnica de producción digital contemporánea, que permite cortes y mecanizados precisos sobre diversos materiales.

Objetivo del ejercicio

Diseñar un objeto que explore un diálogo proyectual entre una técnica artesanal (cestería en cuerda de caraguatá) y una tecnología digital contemporánea (CNC).

Condiciones del trabajo

La propuesta debe explorar las posibilidades formales, estructurales y expresivas de la articulación de ambas técnicas.

Se deberá comprender el contexto cultural en el que la práctica se desarrolla (territorio, comunidad, momento histórico, valores, costumbres).

El proyecto deberá contemplar las dimensiones pragmáticas, sintácticas y semánticas del objeto propuesto y demostrar coherencia entre forma, función y uso considerando el modo en que el objeto se inserta en un entramado de relaciones sociales y culturales.

Se deberá construir una narrativa que acompañe el proyecto y que refuerce su anclaje simbólico sin explicitar en exceso.

Desarrollo del ejercicio

1. Investigación y análisis sobre las técnicas de cestería y los materiales a utilizar.
2. Mapeo y caracterización de tecnologías de fabricación digital aplicables en el contexto local.
3. Exploración material y técnica: experimentación con cuerda de caraguatá y pruebas de corte o mecanizado CNC. Identificación de oportunidades y limitaciones.
4. Desarrollo de ideas conceptuales de diseños. Exploración sobre relaciones técnicas y formales. Selección de tipologías de producto.
5. Desarrollo de la propuesta, modelos preliminares y pruebas de fabricación.
6. Construcción de un prototipo parcial o sistema de detalle que permita evidenciar las decisiones técnicas clave.
7. Justificación crítica, desarrollo argumentativo del rol de cada técnica, su relación con el territorio y el posicionamiento identitario del objeto.

Criterios de evaluación

Pertinencia y profundidad en la elección y análisis del referente técnico-productivo.

Originalidad y coherencia en el modo de integrar la técnica al objeto.

Capacidad de la propuesta para comunicar identidad desde su materialidad y su construcción.

Calidad del proceso de investigación, exploración y documentación.

Calidad formal y funcional del diseño.

Argumentación crítica del proyecto como acción cultural situada.

Entregables

Objeto diseñado: desarrollo del objeto, con planos, renders, maquetas o prototipos.

Narrativa del objeto: breve texto (500-700 palabras) que genere una descripción y presentación del objeto. Debe incluir nombre del producto.

Documento de exploración proyectual: investigación visual, bocetos y experimentaciones que evidencien el proceso de desarrollo.

Documento reflexivo que articule:

- Análisis del referente y su significado cultural
- Estrategias y operaciones proyectuales utilizadas.
- Análisis del potencial identitario del objeto.
- Justificación del vínculo entre el referente, el contexto cultural y el diseño propuesto.

Introducción

Este ejercicio se inscribe dentro del enfoque de diseño identitario, específicamente en el camino de relectura patrimonial, que entiende al patrimonio como un campo vivo, activo y en constante reconfiguración. Mediante este enfoque se busca proponer una mirada contemporánea que dialogue con lo patrimonizado desde una postura crítica.

Objetivo

Diseñar un objeto contemporáneo a partir de la relectura de un referente patrimonial (material o inmaterial) vinculado a la cultura local. El proyecto deberá poner en evidencia cómo el diseño puede actuar como mediador entre memoria e innovación, transformando referentes del pasado en propuestas significativas para el presente.

Condiciones del trabajo

Cada estudiante deberá identificar y seleccionar un referente patrimonial (material o inmaterial) justificando su elección. Se deberá proponer un nuevo objeto o sistema de objetos que intervienen o se relacionan con el referente desde una perspectiva contextualizada y reflexiva. Se espera una toma de posición proyectual, que construya nuevas significaciones mediante el uso de recursos simbólicos y/o icónicos, evidenciando la distancia crítica respecto del original.

El proyecto deberá contemplar las dimensiones pragmáticas, sintácticas y semánticas del objeto propuesto. La propuesta deberá demostrar coherencia entre forma, función y uso, y considerar el modo en que el objeto se inserta en un entramado de relaciones sociales y culturales.

Se deberá construir una narrativa que acompañe el proyecto y que refuerce su anclaje simbólico sin explicitarlo en exceso.

Desarrollo del ejercicio

1. Selección del referente patrimonial.

Cada estudiante (o grupo) deberá seleccionar un referente patrimonial significativo, justificando su elección con una mirada crítica: ¿qué representa? ¿Cómo ha sido construido simbólicamente? ¿Qué sentidos conserva hoy? ¿Qué aspectos podrían ser resignificados?

2. Investigación y análisis contextual.

Se deberá realizar un relevamiento documental, visual y material del referente elegido, incluyendo su historia, uso social, cambios en el tiempo, connotaciones simbólicas, implicancias culturales, políticas o identitarias.

3. Proceso de relectura.

- Se elaborará una propuesta de intervención que defina:
- Qué aspectos del referente serán mantenidos, transformados o eliminados.
- Qué aspecto del referente pueden ser trasladados al lenguaje de producto
- Qué aspectos del referente pueden ser fortalecido, visibilizado o resignificado mediante un objeto.
- Explorar y experimentar metáforas y traslaciones de lo analizado a componentes de diseño, sean pragmáticos, sintácticos o semánticos,

- Analizar y explorar los códigos visuales, formales y simbólicos que sostendrán la nueva propuesta.
 - Seleccionar contextos de uso, funciones destino y tipologías de producto apropiadas al referente.
4. Desarrollo del objeto.
Desarrollo de la propuesta formal, funcional y comunicativa.
 5. Producción de entregables.

Criterios de evaluación

Pertinencia del referente patrimonial elegido y su análisis.
 Profundidad y claridad de la hipótesis de relectura.
 Coherencia entre análisis, propuesta y resultado.
 Originalidad y calidad del diseño propuesto.
 Capacidad crítica y argumentativa en la reflexión final.

Entregables

Objeto diseñado: desarrollo del objeto, con planos, renders, maquetas o prototipos.

Narrativa del objeto: breve texto (500-700 palabras) que genere una descripción y presentación del objeto. Debe incluir el nombre del producto.

Documento de exploración proyectual: investigación visual, bocetos y experimentaciones que evidencien el proceso de desarrollo.

Documento reflexivo que articule:

- Análisis del referente y su significado cultural.
- Estrategias y operaciones proyectuales utilizadas
- Análisis del potencial identitario del objeto.
- Justificación del vínculo entre el referente, el contexto cultural y el diseño propuesto.

- Cada estudiante presentará su proyecto acompañado de una reflexión escrita breve (500-700 palabras) que analice la relación entre el referente y el objeto final, destacando las operaciones de resignificación realizadas y su relevancia cultural en el presente.

Tema: Cabezudos de carnaval

Introducción

El carnaval uruguayo —y en particular el desfile inaugural— incluye entre sus elementos más icónicos la figura de los cabezudos: grandes cabezas caricaturescas portadas por personas que bailan y recorren las calles al ritmo de la música. Estas figuras derivan de tradiciones europeas, pero en Uruguay han adquirido un carácter popular, lúdico y muchas veces satírico, vinculándose a la crítica social, la exageración grotesca y la construcción de tipos sociales reconocibles.

Objetivos

Diseñar un objeto que constituya una relectura patrimonial de los cabezudos de carnaval.

Condiciones del proyecto

La propuesta debe partir del cabezudo como referente, tomando elementos que pueden ser formales (forma, escala, color), simbólicos (el tipo social representado, la exageración, el humor, la crítica), funcionales (su modo de uso o exhibición) o contextuales (su vínculo con lo popular, lo festivo, lo barrial).

El diseño debe establecer un diálogo que valore, cuestione, actualice o recontextualice el sentido de estas figuras, evitando caer en la mimesis vacía o el folclorismo superficial.

La propuesta puede adoptar diversas materialidades y formatos: puede ser un objeto performático, un dispositivo escénico, una instalación, un artefacto portátil, una pieza gráfica tridimensional, etc., siempre que mantenga un vínculo claro con el universo simbólico de los cabezudos.

Desarrollo del ejercicio

1. Investigación y análisis: relevamiento de cabezudos históricos y actuales. ¿A quiénes representan? ¿Qué recursos formales utilizan? ¿Cuáles son sus ejes de reconocibilidad tipológica?
2. Desnaturalización del referente: ¿qué valores o estereotipos están en juego? ¿Qué queda oculto?
3. Definición de un foco conceptual: ¿qué aspecto del cabezudo vas a reinterpretar y por qué?
4. Propuesta de relectura proyectual: diseño de un nuevo objeto que dialogue con el referente, lo ponga en tensión o lo actualice.
5. Justificación crítica: desarrollo argumentativo que explique el vínculo con el referente, las decisiones proyectuales y el posicionamiento cultural.

Criterios de evaluación

Pertinencia del referente patrimonial elegido y su análisis.

Profundidad y claridad de la hipótesis de relectura.

Coherencia entre análisis, propuesta y resultado.

Originalidad y calidad del diseño propuesto.

Capacidad crítica y argumentativa en la reflexión final.

Objeto diseñado: desarrollo del objeto, con planos, renders, maquetas o prototipos.

Narrativa del objeto: breve texto (500-700 palabras) que genere una descripción y presentación del objeto. Debe incluir el nombre del producto.

Documento de exploración proyectual: investigación visual, bocetos y experimentaciones que evidencien el proceso de desarrollo.

Documento reflexivo que articule:

- Análisis del referente y su significado cultural.
- Estrategias y operaciones proyectuales utilizadas.
- Análisis del potencial identitario del objeto.

Reflexiones

La intención es que este marco no sólo sea útil para diseñar objetos con valores identitarios, sino para repensar el rol del diseño en la construcción de identidades plurales y dialógicas. El abordaje planteado busca, a su vez, desarrollar herramientas críticas que permitan cuestionar el rol del diseño, y particularmente, entender la agencia del objeto, cómo el proyecto puede reforzar una práctica o trivializarla, reforzar estereotipos o, por el contrario, democratizar la cultura.

Los caminos planteados no garantizan un «objeto identitario», pero acercan un proceso riguroso y ético donde la identidad es producto de la negociación de significados. Los proyectos desarrollados bajo esta mirada, se establecen como obras abiertas, su éxito debe medirse en las capacidades de ser incorporados y asumidos como propios por los individuos y las comunidades relacionadas.

En este camino los productos e interpretaciones se encuentran con múltiples desafíos como lo es el evitar esencialismos, desarrollando las ideas de que la identidad no es un núcleo fijo, sino un campo de tensiones, donde los objetos deben sugerir, no definir, y donde se debe asegurar que los objetos operen en múltiples niveles — sensible, narrativo, técnico— para evitar lecturas unidimensionales. Requiere a su vez actuar acorde a una ética de la representación, cuidando los orígenes y los interlocutores, evitando la fetichización, la romantización y la folklorización de los referentes. Implicando una deconstrucción crítica que esquive la imposición de una identidad oficial, y permita el desarrollo de narrativas contrahegemónicas que atiendan a relatos marginados, abriendo la posibilidad de desarrollar nuevos marcos interpretativos vinculados al pensamiento decolonial,

al ecofeminismo, la justicia epistémica y otras vertientes del pensar contemporáneo. Para ello se vuelve urgente pensar el diseño no solo como solucionador de problemas, sino como constructor de mundos posibles.

En su conjunto este trabajo busca contribuir a una visión del diseño comprometida con la sostenibilidad cultural, entendida como la capacidad de fortalecer las tramas simbólicas, sociales y materiales que dan sentido a las comunidades. Potenciar un diseño dirigido a una innovación arraigada, que permita la evolución constante introduciendo cambios con legitimidad cultural, atravesado por una ecología política donde los materiales, las prácticas y los discursos sean formas de cuidado ambientales y sociales.

Busca, a su vez, abrir nuevas líneas de pensamiento y acción, cumple la función de impulsar nuevas preguntas y preconfigurar espacios de investigación y profundización. En ese sentido entre las variadas líneas de trabajo que quedan abiertas se pueden identificar las siguientes direcciones:

Profundizar la práctica proyectual. La principal línea de trabajo que este proyecto abre es la del desarrollo de proyectos con un vínculo consciente con las identidades colectivas locales. Como primer paso resulta fundamental la profundización de su práctica a partir de las herramientas desarrolladas.

Profundizar el estudio de proyectos. Este trabajo tiene la potencialidad de colaborar y enriquecer el estudio y las discusiones alrededor del diseño uruguayo y sus enfoques. A partir del análisis de casos y del marco de análisis presentado es potencialmente posible identificar y teorizar sobre aspectos propios de la identidad local Uruguay en y a través del diseño.

Educación en diseño y formación de diseñadores críticos.

Dentro del trabajo se plantea la aplicación del marco conceptual como insumo pedagógico en la formación de diseñadores de producto. Esta además podrá ampliarse a otras carreras de proyecto, fomentando una práctica crítica, situada y culturalmente consciente desde la formación.

Ampliar los campos de aplicación. Trasladando el enfoque del diseño identitario, las herramientas y estrategias puestas en juego a múltiples ámbitos, más allá del diseño de productos. Desarrollarse en todos los campos del diseño como el proyecto de objetos, edificios, espacios, gráfica, indumentaria o servicios donde la construcción de identidad sea relevante.

Profundizar la dimensión participativa. Incorporar metodologías colaborativas que permitan co-construir sentido con las comunidades implicadas. Para ello es necesario explorar las preguntas ¿Qué lugar ocupa el diseñador en procesos de co-construcción identitaria?, ¿Cómo evitar la posición de “autor” para convertirse en facilitador o mediador simbólico?

Potenciar ámbitos de interés social, económico y cultural. La utilización del marco conceptual y de herramientas desarrollado tiene el potencial de contribuir en ámbitos vinculados a las economías culturales y la sostenibilidad local. En estos espacios el diseño tiene el potencial de participar en el desarrollo de políticas públicas productivas, culturales y patrimoniales, la construcción de estrategias de fortalecimiento del patrimonio cultural inmaterial, materialidad comunitaria y la revitalización de oficios tradicionales desde una perspectiva contemporánea. Así como el apoyo a iniciativas productivas con valor cultural agregado que se apoyen en lo identitario como valor diferencial.

Estas direcciones invitan a seguir explorando cómo el diseño —como lenguaje, como práctica y como herramienta crítica— puede acompañar los procesos mediante los cuales las comunidades imaginan, negocian y proyectan su identidad.

En definitiva, este proyecto permite visualizar que proyectar identidad no es reproducir lo dado, sino abrir preguntas, habilitar vínculos, construir desde el reconocimiento y la diferencia. Esta es, tal vez, una de las tareas más urgentes del diseño contemporáneo.

Bibliografía

Achugar, H., & Caetano, G. (1992). *Identidad uruguaya: ¿mito, crisis o afirmación?* Trilce.

Andacht, F. (1991). Diseño y dimensión fatológica. *Temas de Disseny*, (5), 107-114.

Andacht, F. (1992). *Semiosis, diseño y deseo*. Centro Análisis Sociale Progetti, Centro de Diseño Industrial.

Andacht, F. (1992). *Signos reales del Uruguay imaginario*. Trilce.

Andacht, F. (2002). *Integración/desintegración: nuevos signos de identidad en el Mercosur*. En: G. de Sierra (ed.) *Los Rostros del MERCOSUR. El difícil camino de lo comercial a lo societal*. Clacso.

Anderson, B. (1991). *Comunidades imaginadas: Reflexiones sobre el origen y difusión del nacionalismo*. Fondo de Cultura Económica.

Barthes, R. (1964). *Elementos de semiología* (A. P. Preciado, Trad.). Buenos Aires: Ediciones Siglo Veinte.

Buchanan, R. (1985). Declaration by design: Rhetoric, argument, and demonstration in design practice. *Design Issues*, 2(1), 4-22.

Bürdek, B. E. (2019). *Diseño: Historia, teoría y práctica del diseño de producto*. Experimenta Libros.

Castoriadis, C. (2007). *La institución imaginaria de la sociedad*. Tusquets Editores.

Ceppi, G., Cervini, A., & Kayser, J. (2004). *Identidades estratégicas: alternativas locales en mercados globales*. IMDI.

Chaves, N. (2010). *Marca, los significados de un signo identificador*. Ediciones Infinito.

Chomsky, N. (1965). *Aspects of the Theory of Syntax*. Cambridge, Mass, MIT Press.

D'Ambrosio, L. (2014). *Entre el bronce y el tambor: Mitos y narrativas identitarias de la nación en la escuela uruguaya actual*. Ediciones Universitarias.

Eco, U. (1997). *Kant y el ornitorrinco*. Lumen.

Eco, U. (2005). *Tratado de semiótica general*. Debolsillo.

Espinel, F. (2013). La semiótica en el estudio de los objetos de diseño. *Iconofacto*, 9(13), 106-122.

Fallan, K. (Ed.). (2012). *Scandinavian Design: Alternative Histories*. Berg.

Geertz, C. (2003). *La interpretación de las culturas*. Gedisa.

González, C. (2001). *La construcción de la identidad uruguaya*. Taurus.

González Ochoa, C. (2007). *El significado del diseño y la construcción del entorno*. Designio.

- Grimson, A. (2011). *Los límites de la cultura: Crítica de las teorías de la identidad*. Siglo XXI Editores.
- Hall, S., & du Gay, P. (Comps.). (1996). *Cuestiones de identidad cultural*. Amorrortu Editores.
- Hobsbawm, E. (1991). *La invención de las tradiciones*. Revista Uruguaya de Ciencia Política, 4, 97-107.
- Hobsbawm, E. (1994). Identidad. *Revista Internacional de Filosofía y Política (RIFP)*, (3), 5-17.
- Krippendorff, K. (2006). *The Semantic Turn: A New Foundation for Design*. Taylor & Francis Group.
- Lacruz Rengel, R. (2013). Un modelo y seis dimensiones semióticas para la concepción de productos. *Iconofacto*, 9(12), 4-22.
- Maldonado, T. (1993). *El diseño industrial reconsiderado*. Gustavo Gili.
- Manzini, E. (2018). *Cuando todos diseñan: Una introducción al diseño para la innovación social*. Experimenta Libros.
- Margolin, V. (2005). *Las políticas de lo artificial*. Designio.
- Osnaya Baltierra, S. (2021). *Contribución semiótica de Charles Sanders Peirce y Ferdinand de Saussure en la enseñanza del diseño industrial*. Actas de Diseño, 35, 39-252. Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo.
- Peirce, C. S. (1978). *Fragmentos de La ciencia de la semiótica*. Nueva Visión.
- Peirce, C. S. (1987). *Obra Lógica Semiótica*. Taurus.

Quarante, D. (1992). *Diseño industrial 1: Elementos introductorios*. CEAC.

Saussure, F. (2012). *Curso de lingüística general*. Lozada.

Sparke, P. (2010). *Diseño y Cultura: Una Introducción. Desde 1900 hasta la actualidad*. Gustavo Gili.

Van Onck, A. (1994). *Design, el sentido de las formas de los productos*. Centro Análisis Sociale Progetti, Centro de Diseño Industrial.

Zingale, S. (2016). *Qual semiótica para o design? A via pragmatista e a construção de uma semiótica do projeto*. Cadernos de Estudos Avançados em Design: Design e Semiótica. EdUEM.

DEIP
Posgrado de especialización
en Investigación Proyectual



**Facultad de Arquitectura,
Diseño y Urbanismo**
UDELAR



**UNIVERSIDAD
DE LA REPÚBLICA
URUGUAY**