



Cristian Mogrovejo

Universidad San Francisco de Quito USFQ,
Ecuador
cmogrovejo@usfq.edu.ec

Christine Klein

Universidad San Francisco de Quito USFQ,
Ecuador
cklein@usfq.edu.ec

post(s)

vol. 1, núm. 1, p. 87 - 118, 2015

Universidad San Francisco de Quito, Ecuador

ISSN: 1390-9797

ISSN-E: 2631-2670

Periodicidad: Anual

posts@usfq.edu.ec

Recepción: 10 diciembre 2014

Aprobación: 08 enero 2015

URL: <https://portal.amelica.org/ameli/journal/271/2715250005/>

Resumen: Este trabajo plantea el uso de teorías de cultura material en la investigación para el diseño como herramienta conceptual para entender cómo los objetos se convierten en repositorios de información cultural y adquieren significado dentro de las dinámicas sociales. Buscamos que la investigación para el diseño sea flexible y se nutra de distintas fuentes, teorías, prácticas y formas de entender la investigación que no procedan únicamente de las teorías del diseño. Presentamos un estudio de caso acerca de las guaguas de pan en el Ecuador. Empezaremos con una revisión de teorías de diseño que serán utilizadas para un análisis morfológico, y continuaremos con una reflexión desde la cultura material. La meta final de este artículo es ilustrar, con un ejemplo concreto, las bases de un ejercicio de investigación que puede usarse para cualquier producto creativo.

Palabras clave: cultura material, diseño, guaguas de pan, información cultural.

Abstract: This paper suggests the use of material culture in design research and as a conceptual tool for understanding how objects are converted into cultural information and acquire meaning within social dynamics. We would like to see design research as a flexible approach that is nourished by different sources, theories, practices and ways of understanding research that do not only come from design theories. We present a case study about the *guaguas de pan* (bread figures) in Ecuador. We begin with a review of design theories that will be used for a morphological analysis, and then continue with some approaches to material culture. The ultimate goal of this article is to illustrate with a concrete example a research exercise that could be used for designing.

Keywords: material culture, design, guaguas de pan, cultural information.

Investigación para el diseño apoyada en cultura material

Los diseñadores tienen la responsabilidad de crear objetos sostenibles, enfocados en la gente, y que tengan sentido desde el punto de vista práctico, estético y significativo, pues el diseño contemporáneo desempeña un rol importante en los procesos de configuración de la cultura. Los diseñadores son mediadores entre individuos, así como entre individuos y su entorno, y generan comunicación mediante la manipulación de signos. Precisamente por su capacidad comunicacional, los diseñadores son potenciales agentes modificadores de pensamientos y actitudes dentro de sus entornos culturales. Al ser una actividad capaz de aportar en la configuración de la cultura, el diseño debiera ser practicado con responsabilidad, con objetivos claros, y con conciencia de sus fortalezas y limitaciones.



Klein, C. (2013) [fotografía]

Klein, C. (2013) [fotografía]

Proyectos dirigidos a solucionar problemas a través del diseño deben contemplar metodologías que incluyan procesos de investigación conscientes de la complejidad de los fenómenos bajo estudio, permitiéndole al diseñador apreciar puntos de vista no solo desde el usuario sino también desde el entorno.

La investigación para el diseño ha sido estudiada desde varias perspectivas, en distintos momentos históricos y tendencias. Una breve búsqueda de metodologías nos conduce a autores como Abraham Moles, Tomás Maldonado, Bruno Munari, Víctor Papanek y otros. Entre las preguntas que nos planteamos al iniciar el presente trabajo está la siguiente: ¿qué otras perspectivas pueden nutrir a una metodología de investigación para diseño y enriquecer el acto creativo? Esta pregunta, que se presenta a menudo en la práctica profesional, se encuentra con más fuerza en el campo de la educación en diseño. Aunque no buscamos una respuesta única, creemos en una investigación flexible e interdisciplinaria que ofrezca al diseñador

alternativas para que los resultados sean honestos y cercanos a las experiencias y necesidades de la gente.

Si asumimos que el diseño es una actividad con el potencial de influir en las dinámicas culturales, no solamente debiera servir a la cultura sino ser parte de ella. En otras palabras, el diseñador debe acercarse al contexto social en que actúa, sentir la problemática que estudia y convertirse en un participante activo y crítico que examina los procesos mediante los cuales los individuos de un grupo atribuyen valor a sus objetos. Creemos que aproximaciones que provienen de los estudios de cultura material enriquecen procesos de investigación informados por las teorías de diseño; y argumentamos que la investigación para el diseño debe nutrirse de diálogos entre distintas fuentes, disciplinas, perspectivas teóricas y prácticas en favor de un pluralismo teórico y metodológico.

Estudio del objeto basado en teorías del diseño

Los objetos diseñados pueden ser analizados en tres niveles: uno de sensación, uno de uso y uno de significación. Estos niveles se complementan entre sí y ninguno es más importante que otro. Al determinar modos de relación entre los objetos con su entorno, estos niveles facilitan una primera aproximación al análisis de los objetos.

Sensación

El nivel de sensación se refiere a los estímulos que el objeto ejerce sobre los sentidos. Tiene que ver con elementos como las condiciones geométricas bidimensionales y tridimensionales, proporciones, matrices, composición, materialidad, textura, cromática, peso... Papanek (1984) hace una dura crítica al diseño funcionalista y a los defensores de la consigna «la forma sigue a la función». Argumenta que los productos diseñados de esta manera resultan en ejercicios fallidos, fríos y carentes de significación debido a la atención exagerada sobre la función práctica. Propone como alternativa un modelo de relaciones entre distintos tipos de funciones, denominado «complejo funcional», para que el diseño no resulte carente de significado. En este modelo, tanto tecnología como funcionalidad y significado intervienen equilibradamente y con la misma importancia.

Al describir la función estética, Papanek (1984) reconoce su carácter indefinido y misterioso, pero la considera una de las herramientas más importantes dentro del proceso de diseño porque ayuda al diseñador a imprimir significado y deleite a su trabajo mediante el uso de la forma y el color. La función estética es importante en el estudio del nivel de sensación porque entender la experiencia sensorial y de contacto con los sentidos provee al

diseñador información relevante, de modo que los objetos creados formen parte del entorno cultural de manera casi natural y fluida. El nivel de sensación tiene que ver con la estética entendida como el estímulo placentero a los sentidos. Moles (1975) explica que el valor estético, aunque en cierto modo sobredimensionado, se relaciona directamente con los sentidos:

(...) el valor estético estará ligado al placer sensual que obtiene el individuo con la posesión de un objeto, al margen de sus utilizaciones específicas: placer de los ojos (...), placer del tacto (...), placer del olfato (...), placer personal e íntimo (Moles, 1975: 88).

En este artículo pretendemos que del estudio de la sensación surja una tipología, una serie de constantes y variables de geometría y morfología que funcionen como el ADN del objeto estudiado.

Interpretación

Este nivel de análisis parte de la idea de que los objetos son portadores de mensajes, y asume que el objeto es un signo que se vuelve parte de una dinámica de comunicación, en la cual intervienen emisores, receptores, mensajes, medios y códigos. Si entendemos al objeto como un texto cargado de mensajes, entendemos también, al menos, dos puntos de vista: cómo es concebido (qué mensajes se supone que debe llevar), y cómo es interpretado (qué mensajes hace llegar dependiendo del receptor). Este nivel de análisis describe cómo este objeto es interpretado y la intencionalidad que lleva consigo en su calidad de signo, siempre tomando conciencia de que este proceso de interpretación es complejo y debe ser analizado según el contexto. Según Eco (1981), el uso cultural del símbolo, que no es lógico ni preciso, se basa en las vivencias de las personas. Por lo general percibimos los símbolos en relación con otros símbolos, y el conjunto es una narración que puede ser interpretada de varias maneras (existen tantas maneras como intérpretes).

El análisis a este nivel podría valerse de aproximaciones semióticas para entender al objeto como un símbolo, un signo o un índice, así como para describir las relaciones entre significante y significado. Por ello, el análisis del objeto en este artículo estará informado por datos obtenidos mediante entrevistas y métodos participativos, sin centrarse única y exclusivamente en el punto de vista de los autores diseñadores. El nivel de interpretación puede compararse con el estudio de la dimensión semántica en la tricotomía de Pierce, retomada por Quarante:

La dimensión semántica es la dimensión del propio objeto y de la cosa significada. Es la significación del objeto. Las variaciones de esta significación cambian en función del carácter de los objetos, de las

opciones de representación (...) y de los símbolos que les atribuimos (Quarante, 1992a: 271).

Igualmente, Papanek (1984) propone que el diseñador puede tomar en cuenta la asociación. Explica que el diseñador debe tener la capacidad de manipular las asociaciones semánticas que los usuarios crean entre los objetos, así como las nociones psicológicas y culturales adquiridas en el entorno temprano familiar, educativo y cultural. Esta es una gran responsabilidad para el diseñador, quien debe procurar establecer asociaciones relevantes mediante preguntas como: ¿qué recuerdos trae a la gente un objeto, color, material? ¿Qué significan para la gente determinadas formas y estructuras geométricas? ¿Con qué se relacionan?

Finalmente, este nivel de análisis considera también el hecho de que un signo, o un objeto que se comporta como signo, posee valores denotativos y connotativos. Las distintas impresiones que los objetos causan en la gente son información valiosa a lo largo del proceso de diseño. Para Quarante (1992b: 97),

es muy probable que, por ejemplo, al ver una moto, un grupo de personas relativamente homogéneo la asocie a calificativos como rápido, violento, ruidoso y dinámico, antes que a calificativos como estático, lento, suave, o silencioso.

Determinar los valores y connotaciones semánticas atribuidas a un objeto es constitutivo del nivel de interpretación, ayuda a entender mejor las dinámicas sociales y aporta a un proceso de diseño informado.

Uso

Con el análisis de uso entendemos al objeto como un ente que cumple una función dada, como una herramienta para alcanzar objetivos determinados. Así, un objeto puede servir para algo práctico (un martillo para clavar), tener un fin simbólico (un sistema de pictogramas para transporte público), o un fin estético (una obra de arte). Estas tres instancias no son ni exclusivas ni mutuamente excluyentes. Los objetos son complejos y pueden tener una combinación de funciones pragmáticas, simbólicas o estéticas; no son ni estáticos ni inertes, sino que reaccionan y dan retroalimentación al prestar sus servicios. Lo interesante del uso es la dinámica que se desencadena precisamente al momento de *usar* un objeto, por lo que este nivel de análisis debe tomar en cuenta al propósito, al objeto y al usuario. En este nivel intentamos responder preguntas como: ¿para qué sirve, principalmente? ¿Para qué otro fin puede servir? ¿Cuáles son las características físicas del objeto que permiten que sea usado? ¿Quién lo usa? ¿Cuáles son las condiciones para que el objeto sea usado?

Este nivel plantea una división por aspectos de uso: función general, funciones específicas, condiciones de uso, y descripción del usuario. Esta estructura propuesta está basada en gran parte en lo que propone Quarante al explicar la dimensión pragmática de los objetos:

Es la dimensión lógica, el destino. Son las leyes funcionales de utilidad y de grado de éxito del producto. (1992a: 273).

Sobre este tema, Quarante determina cuatro funciones principales para el análisis de productos: referencial, técnica, semántica y de servicio, las cuales son comparables a los aspectos de uso antes mencionados. Ahora bien, antes que llevar a cabo un estudio minucioso de la propuesta de Quarante, nuestro objetivo es subrayar la complejidad que supone clasificar objetos y funciones de una manera tan estructurada porque

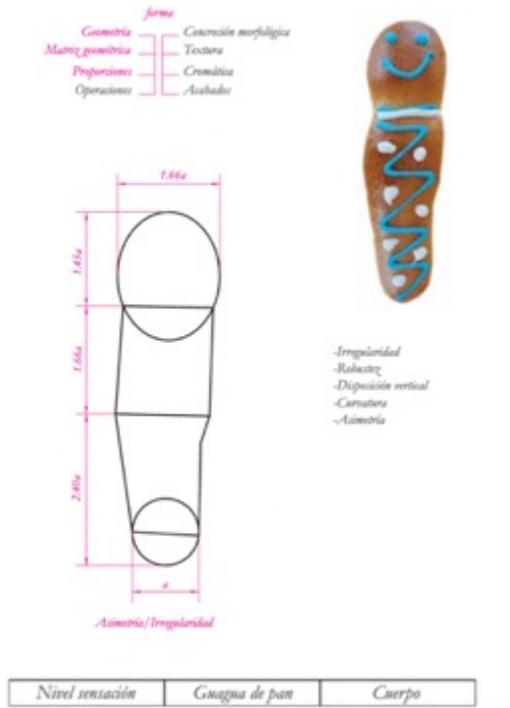
estas funciones así descritas son indisociables y no pueden existir independientemente de las demás. La comprensión de un producto, su inteligibilidad no tiene sentido más que en un sistema global, en una estructura gestáltica (1992: 275).



Klein, C. (2013) [fotografía]

Klein, C. (2013) [fotografía]

Para este trabajo proponemos que los tres niveles de análisis — sensación, interpretación y uso— facilitan la aproximación al estudio de la relación gente-objeto. Este modelo es útil para llevar a cabo un ejercicio ordenado de investigación en diseño.



Klein, C. (2013) [fotografía] Mogrovejo, C. (2013) [diagrama]

Klein, C. (2013) [fotografía]
Mogrovejo, C. (2013) [diagrama]



Klein, C. (2013) [fotografía] Mogrovejo, C. (2013) [diagrama]

Klein, C. (2013) [fotografía]

Mogrovejo, C. (2013) [diagrama]



Klein, C. (2013) [fotografía] Mogrovejo, C. (2013) [diagrama]

Klein, C. (2013) [fotografía]
Mogrovejo, C. (2013) [diagrama]



Klein, C. (2013) [fotografía] Mogrovejo, C. Klein, C. (2013) [diagrama]

Klein, C. (2013) [fotografía]

Mogrovejo, C. Klein, C. (2013) [diagrama]



Klein, C. (2013) [fotografía] Mogrovejo, C. Klein C. (2013) [diagrama]

Klein, C. (2013) [fotografía]
Mogrovejo, C. Klein C. (2013) [diagrama]



Mogrovejo, C. Klein C. (2013) [diagrama]

Mogrovejo, C. Klein C. (2013) [diagrama]



Klein, C. (2013) [fotografía] Mogrovejo, C. Klein C. (2013) [diagrama]

Klein, C. (2013) [fotografía]

Mogrovejo, C. Klein C. (2013) [diagrama]

El objeto estudio de caso: guaguas de pan

Un proceso de investigación como el que proponemos en este artículo se puede explicar mediante un estudio de caso, en el cual utilizaremos como ejemplo el pan. Entendemos al pan no solo como un objeto, sino como fenómeno con potencial para generar relaciones sociales y dinámicas culturales que pueden ir desde la satisfacción del deseo y saciar el hambre, hasta el establecimiento de distinciones de clase social. Ilustraremos una metodología para ofrecer soluciones a problemáticas y fenómenos asociados con el universo del pan y trataremos de demostrar que el conocimiento sobre el significado y el impacto que tiene este objeto sobre las dinámicas sociales puede dar como resultado un acto de diseño destinado a solucionar problemas o a hacer reflexiones sobre la sociedad. Analizaremos al pan desde el punto de vista de la sensación, la significación y el uso, y presentaremos una investigación de su importancia para el entorno cultural local utilizando teorías de cultura material.



Klein, C. (2013) [fotografía]

Surge una pregunta fundamental para el desarrollo de este trabajo: ¿existe un pan ecuatoriano? La información inicial que obtuvimos de los diálogos con la gente nos ayudó a identificar un objeto que posee una riqueza de diálogos e interacciones interesantes: la guagua de pan, que se consume en la celebración de finados en el Ecuador. Podríamos decir que es un pan ecuatoriano y es parte de la cosmovisión andina. Así, el estudio de caso se enfoca desde ahora en este objeto, lo cual nos ayuda a cumplir con el objetivo que tiene este trabajo de demostrar la importancia de la investigación para los actos creativos. Más aun, la guagua de pan nos sirve como ejemplo para demostrar cómo los objetos pueden ser contenedores de los valores y de la riqueza cultural de un grupo humano, alimentando cualquier acto creativo de diseño.

La guagua de pan se come durante las fechas cercanas al 2 de Noviembre, Día de Finados. Según Guevara (1960), es tradición en esta fecha hacer pan con formas de animales, como llamas o llamingos, corderos, camellos, caballos, y sobre todo con forma de infante. Se sirve con colada morada, como un alimento ritual para hacer ofrendas a las almas de los cementerios. En las guaguas de pan reside el cuerpo y en la colada morada la sangre que los incas ofrecían a los dioses en las ceremonias de sacrificios.

Análisis de cultura material

Es fundamental para la práctica del diseño entender el entorno cultural en el cual un objeto habita o ejerce su acción. Los objetos pueden entenderse como transmisores de contenidos; son usados, son leídos, son consumidos, son intercambiados, son desechados reflejando distintas y particulares maneras que tiene cada cultura de entender el universo y de comunicarse. El campo de estudio de la cultura material reconoce esta importancia de lo material para el entendimiento de los fenómenos culturales, importancia comparable con el estudio del lenguaje (Tilley, 2006).

El proceso creativo y la práctica misma del diseño se pueden beneficiar del uso de perspectivas teóricas de cultura material, que ayudan a entender el significado de las guaguas de pan dentro de las dinámicas sociales, su importancia para la cultura local, y la constitución de un acervo cultural inmaterial, todo ello útil para emprender, a posteriori, cualquier proyecto de diseño. Las perspectivas teóricas desde las cuales es posible hacer un análisis de cultura material son diversas: marxismo, estructuralismo y semiótica, fenomenología, objetivación, agencia y biografía, poscolonialismo, entre otros (Tilley, 2006). Para este artículo, hemos escogido analizar el fenómeno de las guaguas de pan desde dos perspectivas: semiótica, y agencia y/o biografía. Desarrollamos varios ejercicios de investigación

para obtener información que alimente estos análisis. En las vísperas, durante y luego del Día de Finados en 2012 (2 de Noviembre), realizamos una serie de observaciones, entrevistas no estructuradas y experiencias alrededor del fenómeno de la celebración en Quito. Expusimos nuestros sentidos a la masa de la guagua de pan, su materialidad, su dimensión de objeto. Nos involucramos en diálogos con los distintos actores del Día de Finados y tratamos de vivir en primera persona la celebración. A continuación, presentamos nuestro análisis de las experiencias usando perspectivas de cultura material.

Semiótica

Como hemos mencionado anteriormente, el diseño es capaz de configurar la cultura de una sociedad a través de mensajes visuales y de objetos, es decir, desde la creación de lo artificial. Los diseñadores tienen la responsabilidad de crear productos que tengan sentido desde un punto de vista significativo. Es necesario encontrar formas que guíen el análisis de los significados para no crear objetos que se basen solo en las percepciones del diseñador, como recomiendan las teorías de Quarante y Papanek.

Richardson (1993) predice una crisis en el diseño y la subsiguiente «muerte del diseñador». En su ensayo, este autor critica las teorías que exageran la influencia que tienen los diseñadores sobre las interacciones entre las personas y los productos diseñados, y postula que no se puede predecir el significado que tendrá un producto.

El diseñador no puede transmitir un significado singular y preciso. Los productos solo pueden comunicar mensajes de manera limitada; siempre queda un cierto grado de incertidumbre en cuanto a cómo los simbolismos serán decodificados por sus usuarios (Richardson, 1993). Es imposible controlar el proceso mediante el cual un producto adquiere significado, debido a que las personas determinan el sentido que un objeto tiene basándose en sus experiencias. Los significados de los objetos se forman con el tiempo, se modifican y se adaptan.

Barthes (1971) aclara que cualquier sistema de signos, sea cual sea su contenido, constituye, si no un lenguaje, al menos un sistema de significación. Si no existe una relación precisa entre el significante y el significado, entonces ¿cómo puede un diseñador crear productos que no carezcan de significado? ¿Cuál podría ser el método o proceso que se puede seguir? En realidad, el diseñador solo puede hacer sugerencias, para lo cual debe comprender la red de significados establecidos por los posibles usuarios. No resulta efectivo diseñar partiendo de concepciones universales o muy personales. Dentro del proceso creativo, el diseñador debe materializar significados en un objeto, mensaje o producto, y hacerlos llegar al público meta: el aspecto formal es una consecuencia del significado. El diseño ayuda a

que el usuario encuentre sentido en el objeto. Queda atrás la conocida frase «la forma sigue a la función», y nosotros sostenemos que la forma sigue al significado, además de a la función.

Para evitar caer en procesos que no llevan a diseños efectivos, los objetos pueden ser estudiados a través de métodos que tienen como fin comprender los significados atribuidos por el público meta. Como punto de partida, es importante saber cómo los productos forman parte de la vida de las personas. El proceso es colaborativo entre diseñador y público, dejando atrás la idea de que el diseñador es la autoridad que define cómo debe funcionar un producto.

Análisis del significado de la guagua de pan desde la cultura material

Según Layton (2006), dentro del campo de cultura material se utiliza la semiótica para comprender cómo el significado es construido y usado en las tradiciones culturales. En este caso, podremos observar que la guagua de pan es parte de un entorno simbólico que depende de las tradiciones que practican los consumidores, se le puede dar diferentes usos y se crean significados ambiguos, cambiantes y, en algunos casos, hasta contradictorios.

La guagua de pan como un ícono

Un ícono tiene una similitud con la idea a la cual representa. La guagua de pan es literalmente un bebé, representado con masa de pan. La guagua tiene una envoltura que esconde brazos y piernas, y hace que el cuerpo tenga forma redondeada y suave. Según interpretan las personas que entrevistamos, es un envoltorio que se le hace al bebé para que madure, igual que se envuelve al maíz con las hojas para que deje de ser tierno. Según otras personas, las líneas sinuosas y de colores intensos que se forman con glaseado son similares a los patrones que adornan un poncho indígena. Además de analizar el significado de una guagua tradicional, es importante también tomar en cuenta las variaciones contemporáneas que existen. Este cambio de significado se refleja en «Guagua Linda», un concurso que premió a la mejor guagua de pan elaborada por panaderos locales. En las imágenes podemos observar que varias guaguas son representaciones de personajes contemporáneos, entre los cuales se incluye una monja, mujeres y hombres indígenas y afroecuatorianos, un futbolista, un guardia presidencial, Don Evaristo y la Virgen del Panecillo.

La guagua de pan como un índice

Un índice es un signo que muestra algo sobre la idea a la cual se refiere. Algunos entrevistados relacionan la guagua de pan con las reuniones sociales en las cuales se comparten los alimentos del Día de Finados. Las tradiciones con las que se asocia varían según el lugar. Por ejemplo, en Chimborazo se asocia con el chungai, que es un juego funerario que consiste en lanzar monedas cerca de la tumba haciendo apuestas respecto al lado del que caerán. En Quisapincha, Ambato, se entierra una guagua de pan si un niño fallece. Alrededor de la tumba se quema romero, se entierra una cruz y sobre ella se pone una corona de flores de papel. El color de la corona determina la edad del muerto. Las flores claras son para los niños y las oscuras para los adultos (Encalada, 2005). En algunas familias quiteñas, especialmente en las que tienen niños, existe la tradición de reunirse en las fechas cercanas al 2 de Noviembre para elaborar y diseñar guaguas de pan. El resultado es un pan adornado y de geometrías variadas, que no necesariamente tiene forma de bebé, pero se les llama guagua de pan. La guagua de pan se asocia con las visitas al cementerio, la venta de flores en las calles y la congestión vehicular.

La guagua de pan como un símbolo

Un símbolo es la representación de una idea. Sirve para comunicar un significado que ha sido acuñado por convención cultural. Los símbolos no necesariamente tienen un parecido formal con la idea que representan, y el significado, que tiene que ser aprendido, es aceptado socialmente como una convención.



Guagua Linda (2012). Concurso de Guaguas de Pan. Quito, Ecuador

Guagua Linda (2012). Concurso de Guaguas de Pan. Quito, Ecuador

La guagua de pan actúa como un símbolo protagonista en la celebración del Día de Finados, en la cual se mezclan tradiciones españolas e indígenas para recordar los momentos vividos con las personas que ya han muerto y meditar sobre la vida y la muerte. Tomada como símbolo, la guagua de pan representa la muerte y a la vez el renacer del familiar ausente. Las culturas aborígenes no consideraban a la muerte como un final, al contrario: creían en un ciclo. De acuerdo a Cuvi (2002), estas culturas interpretan la muerte como una transición; morir es un paso a otra vida que tendrá características similares a la actual. Según este punto de vista, morir no es el paso a una vida eterna. Los familiares visitan los cementerios para sentarse alrededor de la tumba y compartir con el difunto comida y bebida. La guagua de pan es un ofrecimiento que hacen los familiares cuando el alma visita la tumba durante la celebración.



Klein, C. (2013) [fotografía]

Klein, C. (2013) [fotografía]

Según la tradición, las almas visitan hoy la que fue su casa a las doce en punto y se marcharán un día después, cuando las familias acudirán al cementerio para despedirla con gran cantidad de comida y, sobre todo, mucha bebida (Ordóñez, 2009: 185).

Al combinar la guagua de pan con colada morada, se crea un alimento ritual que se relaciona con viejos sacrificios indígenas. Se puede asociar el consumo de la colada morada con la sangre, y el consumo de las guaguas de pan con la carne de los dioses ancestrales. También se puede comparar con el uso de la hostia y el vino en la misa católica.

En el campo teórico de la cultura material, la identidad cultural se comunica mediante los objetos. Incluso, algunos antropólogos afirman que los objetos que usamos son nuestra cultura. La costumbre de comer las guaguas de pan ha servido para preservar durante varias generaciones una forma cultural muy particular de establecer una relación entre la vida y la muerte.



Agencia y biografía

Las aproximaciones teóricas de agencia y biografía, como parte de los estudios de cultura material, se han nutrido de conceptos y reflexiones de la antropología, la sociología, la lingüística, los estudios culturales, entre otros (Hoskins, 2006: 74). Estas reflexiones nos dan una idea de los procesos mediante los cuales los objetos poseen agencia dentro de las culturas. Dicha agencia se puede complementar con la agencia de las personas que los confeccionan, los usan y los consumen. Los objetos se pueden entender como actores con un ciclo de vida y nos hacen pensar en la posibilidad de dotar a los objetos de personalidad y de contar su historia a manera de un ejercicio literario de biografía, a través del cual se puede obtener información valiosa acerca de las culturas y las interacciones humanas (Hoskins, 2006: 75).



Klein, C. (2013) [fotografía]

Klein, C. (2013) [fotografía]

Este modo de entender a los objetos como portadores de agencia y personalidad es particularmente útil para la actividad del diseño y el estudio de los productos diseñados. Se puede argumentar que la guagua de pan tiene la capacidad de actuar sobre la cultura, al ser un agente que preserva conocimiento sobre sus costumbres y valores, y al ser un vehículo de determinadas interacciones sociales en determinado tiempo y espacio. Hacer una reflexión acerca del fenómeno de la celebración del Día de Finados a través de los ojos de

uno de sus objetos más valiosos, la guagua, resulta muy útil para entenderlo a profundidad. Además, el hecho de que una guagua de pan sea una personificación en sí misma —la guagua, la niña, el niño—, que tenga un rostro, un rango de edad y hasta un rol en la sociedad en su forma y concepto, hacen que el ejercicio de convertirla en persona y contar su biografía sea casi natural. El ejercicio mediante el cual entramos en el *ser* de una guagua de pan nos da la oportunidad de reflexionar sobre detalles y relaciones que de otro modo pasarían desapercibidos. La vida de una guagua de pan puede servir como esqueleto, como pretexto, para hablar de las condiciones del entorno en que se desarrolla un fenómeno social o ritual. Nos sirve también para entender de manera más profunda la función simbólica que el objeto cumple en su entorno mediante las respuestas a preguntas como: ¿qué es el objeto?, ¿cómo son los usuarios?, ¿para qué está allí el objeto?, ¿qué significado tiene el objeto para el usuario bajo determinadas circunstancias de espacio y tiempo? Analizar los datos obtenidos en experiencias de investigación usando un marco biográfico nos ayuda a entender el fenómeno de manera más clara y a plantear discusiones útiles desde el punto de vista de las posibilidades de diseño. El ejercicio de dar vida al objeto de estudio nos presenta la oportunidad de llevar a cabo un proceso creativo (que en este caso tendría que ver con el tema «guaguas de pan» o con el «Día de Finados») con más confianza en que el sistema de diseño que resulte pueda insertarse en el universo estudiado de manera natural y como una parte integral.

Conclusiones

La actividad de diseño se puede enriquecer con el reconocimiento de la importancia que tienen los objetos y lo material para la configuración de escenarios sociales y culturales, y para la definición de aspectos de cultura inmaterial. Entender un fenómeno asociado con la cultura y con las relaciones entre sus actores puede resultar complejo y requerir no solo de capacidad de observación, sino también de apertura para la participación. En este trabajo, nos hemos involucrado de manera más profunda con un objeto, la guagua de pan, y a través de nuestras interacciones con él y con significados atribuidos a él por otras personas. Esto nos ha demostrado la importancia que tienen los objetos dentro de la cultura; y nos ha llevado a convencernos aun más de la importancia de la investigación material dentro de la actividad de diseño. Hemos dialogado con la guagua de pan, hemos entendido su tipología, su valor significativo, y nos hemos involucrado en su vida. De esta forma, creemos estar preparados para proponer ideas que aporten a seguir construyendo su universo desde el diseño en eventuales proyectos a futuro, que no

necesariamente consistirían en intervenciones de diseño directamente sobre las guaguas de pan como objetos, sino en la construcción de sistemas de diseño que requieran poseer las mismas tipologías y valores significativos (por ejemplo, una imagen corporativa para eventos como la «Guagua Linda», de la que hablamos anteriormente).

Creemos que el ejercicio creativo del diseño se enriquece y se hace más significativo al combinar acercamientos de investigación que tengan que ver con teorías de la forma junto a aproximaciones desde perspectivas de cultura material. Los objetos deben proveer de espacio de diálogo que ejerza influencia positiva en las relaciones entre individuos, para lo cual el diseñador debería sentir la responsabilidad de un rol de comunicador y creador que usa lo material como lenguaje. Aunque no existen fórmulas mágicas ni reglas estrictas que dicten la mejor forma de afrontar una metodología de diseño, creemos haber propuesto una serie de actividades y acercamientos a la investigación capaces de proveer al diseñador de mejores herramientas conceptuales para el entendimiento de fenómenos culturales implicados en la creación de objetos de diseño. **post(s)**.

Referencias

- Barthes, R. (1971). *Elementos de semiología*. Madrid, España: Alberto Corazón Editor.
- Carvalho-Neto, P. (1964). *Diccionario del folklore ecuatoriano: Tratado del folklore ecuatoriano I*. Quito, Ecuador: Casa de la Cultura Ecuatoriana.
- Cuvi, P. (2002). *Ecuador: viva la fiesta*. Quito, Ecuador: Dinediciones.
- Encalada, O. (2005). *La fiesta popular en Ecuador*. Cuenca, Ecuador: CIDAP.
- Eco, U. (1981). The theory of signs and the role of the reader. *The Bulletin of the Midwest Modern Language Association*, 14(1), 35–45. Recuperado de <https://www.jstor.org>
- Guevara, D. (1960). Comidas y bebidas ecuatorianas. *Folklore Americano*, VIII–IX(8–9). Lima.
- Hoskins, J. (2006). Agency, biography and objects. En C. Tilley, W. Keane, S. Küchler, M. Rowlands & P. Spyer (Eds.), *Handbook of material culture* (pp. 74–84). Londres, Reino Unido: Sage Publications.
- Krippendorff, K. (1989). Product semantics: A triangulation and four design theories. En *Product Semantic '89*. Helsinki: Seppo Väkevä.
- Layton, R. (2006). Structuralism and semiotics. En C. Tilley, W. Keane, S. Küchler, M. Rowlands & P. Spyer (Eds.), *Handbook of material culture* (pp. 51–71). Londres, Reino Unido: Sage Publications.
- Moles, A. (1975). *Teoría de los objetos* (2.ª ed.). Barcelona, España: Gustavo Gili.
- Norman, D. (2006). *Emotional design: Why we love (or hate) everyday things*. Nueva York, NY: Basic Books.
- Ordóñez, E. (2009). La cocina original o aborigen. En *Memorias del IV Congreso «La cocina tradicional andina y el calendario ritual»*. Quito, Ecuador.
- Papanek, V. (1984). *Design for the real world: Human ecology and social change* (2.ª ed.). Londres, Reino Unido: Thames and Hudson.
- Quarante, D. (1992a). *Diseño industrial 1: Elementos introductorios*. Barcelona, España: Ceac.
- Quarante, D. (1992b). *Diseño industrial 2: Elementos introductorios*. Barcelona, España: Ceac.
- Richardson, A. (1993). The death of the designer. *Design Issues*, 15(2), 18–27.

Rubel, W. (2011). *Bread: A global history*. Chicago, IL: Reaktion Books.

Tilley, C. (2006). *Handbook of material culture*. Londres, Reino Unido: Sage Publications.

AmeliCA

Disponible en:

<https://portal.amelica.org/ameli/ameli/journal/271/2715250005/2715250005.pdf>

Cómo citar el artículo

Número completo

Más información del artículo

Página de la revista en portal.amelica.org

AmeliCA

Ciencia Abierta para el Bien Común

Cristian Mogrovejo, Christine Klein

Guaguas de pan: Investigación para el diseño apoyada en cultura material

post(s)

vol. 1, núm. 1, p. 87 - 118, 2015

Universidad San Francisco de Quito, Ecuador

posts@usfq.edu.ec

ISSN: 1390-9797

ISSN-E: 2631-2670



CC BY-NC-SA 4.0 LEGAL CODE

Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional.