

# El diseñador como etnógrafo

*The Designer as Ethnographer*

**Resumen.** El presente artículo es resultado de procesos reflexión e investigación provenientes de ejercicios en los cuales se piensa la labor etnográfica del diseñador cuando este enfrenta desafíos que van más allá del trabajo corporativo, y en conversación con otros campos del conocimiento, como los estudios de cultura visual y la antropología visual, mediante lo cual explota su potencial social y etnográfico. Como caso de estudio presentamos los principales resultados de una investigación doctoral en la cual se discutió la masculinización de las miradas a partir de los regímenes de visualidades. En este sentido, en las siguientes páginas son tejidas algunas cavilaciones sobre el uso de las imágenes, en tanto artefactos visuales que orientan al diseñador en el conocimiento y reconocimiento de la vida social de las imágenes y de la vida visual de las sociedades, para construir un modo crítico y *diseñístico* de encarar la realidad.

*Palabras clave:* diseñador, etnografía, Diseño Social, cultura visual, diseñística, masculinización de las miradas

**Abstract.** The present article is the result of processes of reflection and research arising from exercises in which the designer's ethnographic work is thought of as when he faces challenges that go beyond corporate work and, in conversations with other fields of knowledge such as visual culture studies and visual anthropology, explores its social and ethnographic potential. As a case study, the results of a doctoral research are presented in which the masculinization of gazes was discussed from the regimes of visualities. In this sense, the following pages explore some digressions on the use of images as visual artifacts that guide the designer in the acknowledgement and recognition of the social life of images and the visual life of societies, in order to build a critical and designing way of looking at realities.

*Keywords:* Designer, ethnography, Social Design, visual culture, designerly, masculinization of gazes

---

Fecha de recepción: 18/03/2023

Fecha de aceptación: 15/05/2023

Cómo citar: Ospina, J. (2023).

El diseñador como etnógrafo.

*RChD: creación y pensamiento*, 8(14), 79-92

<https://doi.org/10.5354/0719-837X.2023.70060>

*Revista Chilena de Diseño,*

*rChD: creación y pensamiento*

Universidad de Chile

2023, 8(14).

<http://rChd.uchile.cl>

## Introducción

La aserción “el artista como etnógrafo” realizada por Hal Foster (2001), y la cual adapté para designar este texto, tiene, a su vez, como motivación la ponencia realizada en 1934 por Walter Benjamin: “el autor como productor”. Para ese año, Benjamin hizo un llamado de atención a los artistas para que tomaran consciencia sobre los acontecimientos entreguerras que afectaban, tanto negativa como positivamente, la denominada producción artística, práctica que en la época vivía, como hasta hoy, ese trascendental —pero tal vez doloroso para muchos— proceso de “desaturización”, fenómeno que aproxima las artes, en su consumo y producción, de diversos estratos socioeconómicos, culturales y geopolíticos, retirando así el aura o preciosismo elitista del objeto artístico.

Propongo dicha reflexión influenciado por mis experiencias en docencia y mediaciones pedagógicas a partir de ejercicios de producción de artefactos visuales y análisis de visualidades, campos que me han permitido reconocer en el quehacer del diseñador diversos matices de investigación y práctica etnográfica. También porque el Diseño Visual, disciplina nueva en relación a disciplinas conexas como las artes visuales, aún es un terreno fructífero para cavilar caminos sobre la construcción artificial y social de las culturas.

Para ejemplificar tal abstracción, uso mi tesis doctoral *Conversações hipervisuais: vamos falar sobre visualidades e masculinidades?*, investigación en la cual los acervos culturales de los y las sujetos participantes, 17 egresadas, egresados y estudiantes de la Facultad de Artes Visuales de la Universidade Federal de Goiás, fueron la materia prima para ejecutar ejercicios hipervisuales, es decir, utilizando las imágenes más allá de su composición gráfica, y exploramos su potencial sociopolítico. Conversamos en encuentros presenciales para (re)conocer percepciones sobre dos asuntos: la masculinización de las miradas y la producción masculinizada de imágenes visuales. Destaco que dicha tesis no estuvo adscrita a un programa de postgrado en Diseño y sí a un doctorado en Arte y Cultura Visual, hecho que me permitió transitar caminos más amplios en relación a perspectivas sociales.

Al final de estas conversaciones emergieron reflexiones sobre repertorios audiovisuales y culturales, armas poderosas, en su mejor sentido, para el llamado Diseño Visual y, por qué no, los demás diseños, el propio arte y los estudios visuales y culturales.

### Giro etnográfico en las artes

En los años 80, década enmarcada por el llamado giro cultural y el perene desarrollo de tecnologías de producción y consumo de imágenes fijas y en movimiento, se acentuó el paradigma del artista como etnógrafo manifestado por Hal Foster (2001). La imagen en este período dejó de ser simplemente un registro de las investigaciones etnográficas y asumió, con más fuerza, el papel de objeto de investigación. Asuntos de carácter social, entre otros temas, permitieron que los espacios del arte y el conocimiento —de modo general: museos, universidades, mercados, bienales y medios

de comunicación— fueran usados por los propios artistas para forjar denuncias sociales que distaban de la instaurada libre expresión de cuño altamente elitista.

Por lo tanto, al final del siglo pasado, específicamente en la década de 1980, también se gesta, de forma interconectada, el giro etnográfico, caracterizado por técnicas como el mapeo, en cuanto ejercicio cartográfico. Personas, comunidades, arquitecturas, tribus urbanas, prácticas socioculturales y movimientos sociales se tornaron, entre muchos otros tópicos, el caldo de cultivo para imagineros que deseaban comprender la vida social de las imágenes y la vida visual de las sociedades, como expondría W.J.T. Mitchell (2009). El artista como etnógrafo, pensado por Foster (2001) asume, por consiguiente, la difícil tarea de interferir en el sistema de producción y consumo simbólico y no simplemente abastecerlo.

Así, cuando el artista se torna etnógrafo, los otros y otras, es decir, los sujetos que le interpelan en su cotidianeidad, son percibidos como agentes culturales, no solamente como consumidores de artefactos, sino también administradores de relaciones políticas, las más diversas, ubicadas en espacios y temporalidades específicas. Ya no se trataba de “espectacularizar” las diferencias, principalmente aquellas que daban cuenta de las agresivas inequidades que casi nunca afectaban al investigador o investigadora moderna. Al contrario, se trataba de introducir las agendas sociales, políticas económicas, artísticas y, por supuesto, culturales. Es así como las retóricas de los estudios culturales continúan su transformación y se desplazan dando cabida a ese “otro u otra cultural”. Asimismo, quien investiga ya no necesita estar alejado o ser externo a la comunidad estudiada; la distancia crítica no es más una preocupación primaria, sobresale, por el contrario, la consciencia reflexiva.

Importantes transformaciones y nuevos ejes de investigación se gestaron a partir de este giro. Los estudios postcoloniales, por ejemplo, son muestra de ello, en ellos las y los participantes de las investigaciones no son vistos apenas como individuos subalternos, subyugados: son, por el contrario, sujetos sociales con voces movilizadas por medio de dichos trabajos. Se unen a este campo los estudios feministas, movimientos de las negritudes, los estudios de género, estudios de culturas visuales, estudios culturales, el diseño centrado en el usuario, los estudios interseccionales, entre muchos otros. Ahora bien, no siempre el otro u otra está afuera de la vida sociocultural del imaginario, pues inclusive ese otro puede ser el propio artista-etnógrafo. Ejercicios de carácter autobiográfico y autoetnográfico nutren, también, dichas transformaciones en las investigaciones sociales y artísticas.

Pero ¿cómo ha afectado este giro al Diseño? ¿De qué forma el diseñador se puede tornar un etnógrafo? Bien, estas son algunas de las preguntas que generan, o al menos provocan, las siguientes páginas.

### Responsabilidades y desafíos para el diseñador

El diseño, en cuanto actividad proyectual, ha ganado diversos matices afines a las necesidades de consumo de artefactos y experiencias culturales. No hacen parte del mundo del diseño solamente los “objetos diseñados”, sino también situaciones proyectadas, eventos ponderados de manera proyectada, evaluaciones de la propia disciplina del diseño, investigaciones a partir de objetos diseñados, transposición de métodos de diseño a otras áreas y viceversa, entre muchas otras líneas de acción<sup>1</sup>.

En los últimos años se ha diseminado con gran ahínco el término Diseño Social. En diferentes rincones del mundo se habla de este diseño, de la importancia de esta perspectiva en el quehacer del diseñador. Ahora bien ¿cómo es el perfil de ese diseñador social? ¿qué diferencia a ese diseñador de los demás diseñadores?

Pues bien, no se trata apenas de una labor altruista efectuada desde el Diseño. Es un ejercicio de diseño que tiene en el centro a sus interactores e interactoras, un diseño que comprende que los artefactos producidos, sean estos visuales, objetuales o espaciales, deben propender por la solución de problemáticas en las que, inclusive, podrían y deberían intervenir las sociedades.

Además de esa responsabilidad social adquirida por las y los diseñadores que se acoplan a tal perspectiva, Jorge Frascara (2000) distingue otras responsabilidades: responsabilidad profesional, responsabilidad ética y responsabilidad cultural. En otras palabras, la integridad física, psicológica, ambiental y cultural de los sujetos para quien se diseña y con quien se diseña debe ser preservada de manera rigurosa desde el Diseño.

Por otra parte, Jordi Pericot (2002) considera que entre las responsabilidades del diseñador está la necesidad de tener “la suficiente capacidad analítica para deconstruir las actuales visiones estético-consumistas del diseño, y construir nuevos modelos de comportamiento que conduzcan a soluciones de diseño sintéticas y eficaces para el ser humano” (p. 98). Ahora bien, para quien diseña puede resultar alarmante el hecho de tener tantas responsabilidades; sin embargo, es más asustador no considerar tales variables y solamente contribuir a la producción de lucro empresarial y perderse la oportunidad de comprender el Diseño desde la perspectiva de creación de escenarios eficaces de comunicación, uso y habitación.

De acuerdo a las transformaciones desencadenadas por el giro etnográfico, y retomando el asunto reseñado anteriormente, el artista visual produce imágenes influenciado por los contextos en donde se dispone hacer investigación, al mismo tiempo que el etnógrafo analiza y produce artefactos visuales para componer sus pesquisas, ello sin caer en la ilustración de su texto, pues recordemos que las imágenes se tornan, también, objeto de estudio.

De manera análoga, percibo al diseñador utilizando técnicas de investigación etnográfica para desarrollar sus ejercicios proyectuales y al etnógrafo usando metodologías de diseño; o aún mejor, un *abordaje diseñístico* para proyectar, producir y exponer sus emprendimientos y resultados.

Autores como Nigel Cross (2007a, 2007b), Jordi Pericot (2002), Fatina Saikaly (2005), Rivka Oxman (1999), entre otros, han apuntado la *diseñística* como un modo particular de producir e investigar desde el Diseño. Esta perspectiva incluye contribuciones de las ciencias sociales y de las llamadas ciencias exactas, mezclándose todas en una estrategia que busca establecer un pensamiento ampliado de lo que significa diseñar, del modo como se proponen soluciones desde la disciplina, de las implicaciones del campo en procesos sociales y cognitivos, de los puntos de encuentro con otras disciplinas que dan soporte a su intención transdisciplinar, etc. Dicha noción busca, de igual modo, desmitificar la idea de métodos estandarizados y aplicables a cualquier tipo de proyecto. En efecto, la *diseñística* desafía a los diseñadores y diseñadoras a recorrer novedosos caminos epistemológicos y, por ende, metodológicos.

Cuando menciono estos caminos epistemológicos hago referencia a las posibilidades de pensar el propio diseño en cuanto campo de conocimiento, sus enunciados y contribuciones, así como también pensar el quehacer de la diseñadora o diseñador.

En el siguiente gráfico (Figura 1) reúno algunas preguntas que sintetizan el modo como comprendo la *diseñística* en cuanto perspectiva que complejiza el diseño al tensionar y explorar la teoría y la práctica sobre, para y a través del Diseño.



Figura 1. Perspectiva *diseñística*. Fuente: elaboración propia

1. Aprovecho este punto de la discusión para hacer un pequeño homenaje póstumo al profesor Carlos Adolfo Escobar, quien muchas veces durante mi época de pregrado nos insistió en no encasillar al Diseño Visual como una disciplina únicamente ligada al mundo corporativo. Su visión, siempre contemporánea, nos llevaba a pensar el Diseño como un modo de ser y habitar el mundo, pero principalmente como un campo estratégico para impactar y transformar el mundo y sus dinámicas.

Por otro lado, Tullia Bassani y Marha Tappan (2016) consideran que cuando se reconoce que la naturaleza del Diseño es transdisciplinar, se está asumiendo que el Diseño, a diferencia de otros ámbitos del conocimiento, no tiene fronteras precisas; es una modalidad de conocimiento que cruza las disciplinas y, por lo tanto, invita a la interdisciplinariedad. (p. 7)

Klaus Krippendorff (2006), por su parte, apunta a que los ejercicios proyectuales son artefactos sociales, pues la forma como estos son formulados interfieren, en diferentes medidas, en las acciones desarrolladas por las y los interactores. No todos los grupos reaccionan de la misma manera ante la interferencia de interfaces; por ello reitero la importancia de estudios inter y transdisciplinares que contemplen los sujetos como identidades culturales y no como simples actores de un mercado. Aun requerimos más ejercicios de alteridad en el Diseño, adoptar una visión “más social” y “menos comercial”, pues como subraya Roberto Gamonal Arroyo (2011)

“el diseñador se convierte en un investigador etnográfico introduciéndose en la vida cotidiana de un grupo de personas a las que observa. Tomando notas de todo aquello que realizan, después analiza y saca conclusiones para el desarrollo de su diseño” (p. 11).

A lo anterior, añado que es importante no pensar el Diseño como la concepción objetual de algo, sino también como una proyección experiencial mediada por interfaces objetuales, visuales y espaciales. Por consiguiente, la aproximación a las imágenes, a los repertorios visuales, a los espacios y a los objetos debe hacerse en cuanto redes de información, en las cuales están interconectadas experiencias de todo tipo, redes por donde transitan los más inusitados marcadores sociales de la diferencia: sexo, género, clase, raza, etc.

De acuerdo con Marc Augé (2000), los objetos de Diseño son producidos bajo tres exigencias: exigencia técnica relacionada con la función, exigencia estética vinculada con los “gustos” de los usuarios y una exigencia cultural que refiere a los discursos y maniobras de las que el o la creadora puede echar mano a la hora de producir.

Consecuentemente, el Diseño, al igual que la Antropología, atiende necesidades de universos culturales,

donde el Diseño juega con algunas constantes de nuestro imaginario, vuelve al pasado o extrapola el futuro, vuelve a lo local o mezcla los exotismos, se atraiga o vuela y traza en la ciencia ficción líneas de huida hacia un improbable encuentro. Juega con el imaginario de cada uno — aunque desde este punto de vista sus recursos sean limitados—, pero por sí mismo no puede constituir un punto de apoyo para la hipotética sociedad mundial del mañana. Nuestro mundo —como planeta común— no tiene una auténtica solidaridad ni por lo tanto, una verdadera realidad, ni mito, ni simbólica [sic]. El Diseño dibuja en él con elegancia figuras que

sugieren lo contrario, formas de la ilusión. Pero la ilusión, lo sabemos desde Freud, es hija del deseo. (Augé, 2000, p. 94)

Discurriendo sobre algunas de las transformaciones ya comentadas, César González Ochoa (2009) añade lo siguiente: “tenemos que apelar a las diferentes disciplinas hermenéutico-históricas (Antropología, Sociología, etc.) para conocer los rasgos de la sociedad contemporánea y, desde allí, entender la acción humana que llamamos proyectar o diseñar” (p. 21).

Aunque Jacques Rancière (2009) no alude específicamente al Diseño Visual para discutir “la división de lo sensible”, deseo en este punto conectar la reflexión realizada por el autor al ejercicio del Diseño. Rancière considera las prácticas artísticas como maneras de hacer situadas dentro de diversas formas de materialización y con influencia directa en los modos como los sujetos perciben sus realidades políticas. Por lo tanto ¿por qué no pensar, también, el Diseño en cuanto forma de materialización y mediación de los mensajes transmitidos a partir de imágenes visuales, espacios y artefactos? ¿Por qué no considerar en mayor medida los efectos del Diseño en las diversas sociedades? ¿Por qué no hacer Diseño Social desde el Diseño? ¿Qué implicancias políticas acarrear los ejercicios proyectuales?

Sin el ánimo de responder de manera definitiva dichos cuestionamientos, los cuales lanzo como provocación para las reflexiones de este artículo, continúo el presente texto desentrañando divagaciones sobre una perspectiva etnográfica del Diseño.

### Diseño y culturas visuales

El diseñador “transcribe” el mundo, lo torna inteligible. Su labor, de manera sucinta, transita por los ámbitos de lo natural, lo cultural y, principalmente, lo artificial. La retórica del Diseño coloca en relieve mensajes, objetos, cuerpos, espacios, tendencias, etc. Se espera que quien diseña establezca diálogos continuos con el otro u otra, preferiblemente desde una perspectiva etnográfica. Observaciones indirectas y directas, encuestas, entrevistas, diarios de campo, ruedas de diálogo, grupos focales, entre otros métodos e instrumentos de recolección y análisis de información, hacen parte de ese universo etnográfico que puede y debe ser fortalecido en el Diseño, en aras de comprender mejor las vidas y necesidades de esas otras y otros. En consecuencia, y tal como afirma Roberto Gamonal (2011), sin alteridad no hay Diseño.

El diseñador o diseñadora contemplada en dicha reflexión no se deslumbra por un laboratorio equipado con tecnología de punta para producir los visuales más sofisticados; por el contrario, propone experiencias en las que las imágenes sean impulsoras de líneas de pensamiento en las cuales las sociedades y las problemáticas que las afectan y las definen, sean su propio laboratorio. Este o esta profesional transforma los datos encontrados en los contextos más insólitos, en estructuras de comunicación visual.

Así, y considerando el *abordaje diseñístico*, tales producciones no son de creación exclusiva del diseñador, pues otras y otros profesionales y

principalmente los agentes culturales contribuyen para la constitución de acciones proyectuales y transdisciplinares. Ese tipo de acometida es gestionada horizontalmente y los conocimientos aportados por cada área se amalgaman sin la preocupación de jerarquizar y/o regular las inserciones.

Cuando se propone una investigación normalmente se exige del investigador o investigadora la delimitación de una metodología, una etiqueta que ofrezca pistas sobre las formas de cómo serán recolectadas y analizadas las informaciones. En reiteradas ocasiones, el nombre de la metodología parece importar mucho más que la propia ruta metodológica trazada para el desarrollo de la investigación. Desafortunadamente, aún es exigida en múltiples espacios académicos la adaptación de la propuesta de estudio a un método o reunión de métodos. Situación que, además de estandarizar los estudios, impide que se piensen metodologías propias, y que estas sean administradas y mezcladas conforme las exigencias y alcances de los estudios.

En las investigaciones en Diseño la metodología proyectual, en la mayoría de los casos, sigue modelos como el propuesto por Bruno Munari (2004), el cual contempla, de manera sucesiva, las siguientes fases: delimitación de una situación problemática, análisis de los factores de esa situación, recolección de la información, análisis de datos, proceso de boceto y prototipo, experimentación, verificación e implementación. Concordando plenamente con Martha Tappan (2012), el segundo paso de este método, el análisis de los factores de la situación problemática, tal como lo he señalado de forma resumida, incluye dos esferas que hacen referencia a los sujetos, al factor humano: la esfera individual y la esfera colectiva. En la primera se analizan los intereses, inquietudes, repertorios y demás características de esos otros u otras culturales. En la segunda esfera, por su parte, aparecen enmarañados de saberes que involucran varias disciplinas, o mejor aún, los modos de hacer de campos como la Antropología y la Sociología. Precisamente en la conexión con estos campos descubro brechas para mi trabajo como diseñador. De modo particular lo hago como un sujeto que “poco diseña” objetos pero que piensa sus acciones de modo proyectual, que se interesa por aquello que Nigel Cross (2007b) sugiere como Fenomenología del Diseño, es decir, por investigar mediante el Diseño.

Recuerdo la época en la que estaba realizando mi investigación de maestría, momento en el que uno de los grandes desafíos fue aproximarme de la investigación etnográfica, por exigencia del propio campo de estudio. Percepciones de sujetos que usaban interfaces gráficas de usuario para interactuar en un grupo de encuentros sexuales y afectivos fueron la materia prima para entender la relación entre sujetos, deseos e interfaces gráficas de usuario. A pesar que en algunos seminarios la palabra etnografía había aparecido, sentí la necesidad de leer más sobre dicho asunto y percibí, de ese modo, el escaso registro existente, por lo menos en lo que fue mi búsqueda, de conexiones entre mi área de formación, el Diseño Visual, y este significativo abordaje y postura metodológica de las ciencias sociales. Después de varios años y nuevas lecturas, reconozco el aspecto proyectual de esas búsquedas e inmersiones, pues como asevera Martha Tappan (2012),

la cualidad de la investigación proyectual es que, efectivamente genera nuevo conocimiento, no para la comunidad científica (por lo menos en su etapa inicial), pero sí para el sujeto que emprende la acción de conocer algo a través de este proceso. (p. 224)

También recuerdo que en último seminario de investigación de la maestría la palabra clave fue *diseñística*, cuestión antes descrita y que cuenta entre sus objetivos el visibilizar otras formas de producir conocimiento desde el Diseño. Tal concepto me pareció un poco asustador, pero bastante revelador para mi labor como diseñador social, pues mucho más que producir objetos de diseño me preocupó de la proyección de experiencias donde las imágenes, los objetos y los espacios adquieran sentido para los sujetos que me acompañan en la tarea de co-investigar culturas visuales y los modos de producción y consumo de sus artefactos. Las interacciones con los sujetos de estos ejercicios etnográficos, normalmente sujetos al margen del heteropatriarcado, me han proporcionado momentos en los que consigo percibir la escasez de referentes visuales que les representen, que les identifiquen, que les reivindique como sujetos culturales y políticos.

En ese mismo seminario aprendí algo que transformó mi mirada sobre la investigación en Diseño. Comprendí que existen tres líneas básicas de investigación en mi área: investigación sobre el Diseño, investigación para el Diseño e investigación a través o a partir del Diseño. Nigel Cross (2007a) conceptúa esas tres perspectivas así: (1) epistemología del Diseño: qué saben y cómo saben los diseñadores; (2) praxis del Diseño: cómo son los procesos de Diseño, qué hacen los diseñadores, cuál lenguaje es utilizado en el área del Diseño, y (3) fenomenología del Diseño: qué se obtiene con los procesos de diseño, cuáles elementos socioculturales se transforman a través del Diseño.

Por estar dentro de mis preocupaciones personales y profesionales, las formas como los sujetos intercambiamos informaciones y la influencia de los objetos de Diseño en la vida de las personas, me identifiqué plenamente con la fenomenología del Diseño o investigación a través del Diseño. Mediante esa línea de investigación percibí las infinitas posibilidades de aproximarme a un Diseño Social vivido en la piel, en tanto posibilidad de no ser solamente operario de máquinas productoras de imágenes visuales y sí comprender las culturas visuales por las cuales transito.

En síntesis, la etnografía fue mi puerta de entrada para esas otras acciones investigativas a partir del Diseño. Reconozco en la investigación etnográfica un soporte fundamental para la investigación proyectual. Los estudios proyectuales comprenden tres marcos que, por su vez, se relacionan con la propuesta de Nigel Cross (2007b) ya citada, siendo: el marco contextual, el marco metodológico y el marco teórico. Desde mi punto de vista, mediante estos tres pilares y ejercicios transdisciplinares es posible estudiar el dónde —discursos y metadiscursos del Diseño—, el cómo —la práctica del Diseño— y el qué del Diseño —los productos diseñados— (Tappan, 2012; Margolin, 2005).



Figura 2. Construcción del mapa de asuntos de la investigación. Fuente: elaboración propia



Figura 3. Conversaciones hipervisuales. Fuente: elaboración propia

### Conversaciones hipervisuales:

#### ¿qué hay de Diseño y de etnografía en ellas?

Sobre qué conversamos en mi investigación: la hipersexualización del cuerpo de la mujer, principalmente de la mujer negra, así como en algunos casos la sexualización del cuerpo del hombre negro; la invisibilización de las identidades no heteronormativas, es decir, aquellas que no responden a la heterosexualidad como patrón de vida: hombres y mujeres homosexuales, mujeres y hombres transexuales, transgénero, travestis y transformistas, entre muchas otras identidades; y el androcentrismo y la monopolización de los artefactos y medios de comunicación audiovisual por parte de los hombres.

Allí residen mis principales preocupaciones a la hora de proyectar y realizar ejercicios de visualización. La conciencia sobre tales problemáticas la he adquirido por medio de inserciones en la investigación etnográfica, pues las referencias audiovisuales que normalmente trae el Diseño Visual están basadas en medios términos, estereotipos exigidos y promulgados por los sistemas económicos, regularmente aliados y herederos de estrategias heteronormativas, patriarcales, machistas, sexistas, racistas y cualquier cantidad de dificultades de orden social. Los sujetos con quienes desarrollé esta investigación narraron inconvenientes de representabilidad, censura e incongruencia en afiches, propagandas, videos musicales, sitios web e inúmeros productos diseñados.

Usé como uno los abordajes de este estudio la investigación interseccional, pues permite avanzar la relación sexo-género al conectarla con otros

marcadores sociales de la diferencia como la raza, estrato socioeconómico, formación académica, etc. (Gutmann y Viveros Vigoya, 2007; Rózsalska, 2009). Debido a la influencia del Diseño Visual y de la investigación proyectual en mi vida siempre pensé este abordaje de manera visual, inclusive lo contemplo como formas de pensamiento visual. Por este motivo decidí reunir las contribuciones textuales y visuales aportadas por las y los participantes y construir un mapa de relatos de violencias físicas y simbólicas iniciadas y fortalecidas por las visualidades (Figura 2). Los datos no los agrupé por coincidencias textuales, sino por proximidades de argumentos. Utilicé, igualmente, elementos de la etnografía como la observación directa e indirecta, entrevistas e inserciones en campo para analizar las visualidades que condujeron la investigación y producir así imágenes visuales en compañía de los sujetos del estudio (Figura 3).

Nos encontramos durante seis ocasiones para conversar hipervisualmente, es decir, a partir de imágenes existente reflexionamos sobre los modos en que violencias de género son ejercidas por medio de los discursos visuales. Un video, un recorte de revista, una propaganda, imágenes fijas o en movimiento eran los puntapiés para dar inicio a tardes de intercambios sobre las causas, consecuencias y alternativas frente a la masculinización de las miradas. Registré y transcribí las conversaciones, estos textos los uní con las imágenes que tarde a tarde iban siendo mencionadas y producidas por el grupo: zines, collages, ensayos fotográficos, edición de videos, entre otros.

Al final fueron definidas estrategias para combatir esta masculinización

2. Justamente tal visión crítica de las imágenes me hace recordar la visión del profesor Gustavo Villa Carmona, un gran estudioso del Diseño, un artista con una gran dosis de inteligencia y cinismo que en sus clases de Historia del Arte e Historia del Diseño lograba despertar ímpetu por mirar las imágenes con desconfianza. A partir de sus reflexiones conseguí plantear múltiples preguntas acerca de lo que significa diseñar, de lo que significa ser un imaginero, palabra esta que él usaba con frecuencia y que hasta hoy resuena con audacia.

de las miradas, algunas de ellas más enfocadas en la producción visual y otras en acciones pedagógicas: inclusión de artistas negras y negros en los procesos de enseñanza y aprendizaje de las artes visuales; propiciar diálogos sobre el encuentro entre género-arte y, fundamentalmente, comprender la práctica artística como ejercicio intersubjetivo que trae consigo discursos políticos. Son solo algunas de las propuestas que buscan de modo dialógico combatir ese fenómeno al cual llamo masculinización de las miradas y que se aprovecha de disciplinas como el Diseño para perpetuar opresiones.

Vivimos, con gran ahínco, una crisis de sentido en un mundo tomado por la tecnología y las soluciones dadas con un enfoque poco humano y, por qué no, ecológico (Escobar, 2019). Pocas veces se piensa el diseño junto con la naturaleza, el diseño para escenarios sostenibles y sustentables. Aún con menos cuidado nos hemos detenido para pensar asuntos relativos a representación de las minorías y formas de combatir regímenes de visibilidades. La fuerza de las imágenes está en llevarnos a imitar, por lo tanto, el contenido narrativo de estas, ya que influye directamente en las violencias, en la medida que “hacen hacer” (Mondzain, 2009). Cabe, entonces, desde el Diseño y la producción visual, hacer frente a las pedagogías de la crueldad (Segato, 2021), las cuales se aprovechan de las visibilidades para tornar invisibles diversas formas de ser y estar en el mundo<sup>2</sup>.

#### **A modo de conclusión**

Investigar en el área del Diseño no significa solamente definir y describir el proceso de creación de un objeto diseñado. Investigar en Diseño significa, también, permitir que las experiencias de diseñadores y diseñadoras sean escuchadas en cuanto formas válidas de producción de conocimiento, la oportunidad que aparezcan escritas, incluso, en primera persona. Este tipo de relatos no dejarán para la posteridad métodos sofisticados, ni tratados premiados; sin embargo, serán documentos que contribuyan para responder algunas de las preguntas que inauguraron el presente este texto: ¿quién es ese diseñador social? ¿qué diferencia a ese diseñador de los demás diseñadores? ¿existen de hecho diferencias?

Es posible, de acuerdo con la investigación proyectual, la *diseñística* y la etnografía vinculada al Diseño, pensar en un diseño centrado en las experiencias con los usuarios, en vez de simplemente diseño de experiencia centrado en los usuarios. Por ser la etnografía, de modo amplio, una postura metodológica o abordaje contextual, permanece siempre conectada con otras áreas de producción cultural como las artes visuales, el diseño de comunicación audiovisual, las *performances*, la Antropología visual, la Sociología, entre otras áreas. En tales relaciones se gesta uno de los principios de ese Diseño defendido recientemente, el hecho de distinguirse como una disciplina transdisciplinar.

La investigación etnográfica en Diseño fortalece el ejercicio proyectual, recordando que la investigación proyectual no es exclusiva del diseño, ni tampoco la investigación social se introduce como una acción terapéutica: es ante todo una necesidad.

Tampoco este giro etnográfico en el Diseño consiste en que, desde la formación en Diseño en niveles de pregrado, por ejemplo, se enseñe la etnografía apenas como un abordaje metodológico, sino que se ejercite la visión etnográfica que pueda ser incluida en ejercicios proyectuales, desde los más tradicionales hasta los más contemporáneos, donde los sujetos, sus necesidades y vidas sean el centro.

Para cerrar deseo precisar algunas cuestiones: 1. Este escrito es una escueta cavilación sobre mis recorridos, aún ingenuos, inclusive entusiastas, entre mis dos campos de formación: el Diseño Visual y los estudios de culturas visuales. 2. La investigación etnográfica no es una obligación dentro del área de diseño. Ahora bien, ¿cómo entender los efectos de los objetos y experiencias diseñadas en los diversos contextos? 3. Las palabras colocadas en estas páginas hacen parte de mis merodeos por las fisuras del ejercicio de Diseño, brechas que convidan a preguntarme ¿por qué no pensar en un giro etnográfico en el Diseño?

#### **Agradecimientos**

La presente investigación fue realizada con financiamiento del programa PEC-PG de la CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior), Brasil.

## Referencias

- Augé, M. (2000). *El diseño y el antropólogo*. Experimenta, 32, 90-94.
- Bassani, T. y Tappan, M. (2016). Doctorado en Diseño vs Diseño de Doctorado. En Á. Gabilondo et al. *Cuadernos de Diseño 5* (pp. 1-9). IED.
- Cross, N. (2007a). Designerly Ways of Know. *Board of International Research in Design* (pp. 1-13). Birkhäuser.
- Cross, N. (2007b). From a Design Science to a Design Discipline: Understanding Designerly Ways of Knowing and Thinking. En R. Michel (Ed.), *Design Research Now: Essays and Selected Projects* (pp. 41-54). Birkhäuser.
- Escobar, A. (2019). *Autonomía y diseño: la realización de lo comunal*. Universidad del Cauca.
- Foster, H. (2001). *El retorno de lo real. La vanguardia a finales de siglo* (Trad. A. Brotons Muñoz). Akal.
- Frascara, J. (2000). *Diseño Gráfico para la gente. Comunicaciones de masa y cambio social*. Infinito.
- Gamonal Arroyo, R. (2011). La disciplina del diseño desde la perspectiva de las ciencias sociales. *Prisma Social*, 7, 1-19.
- González Ochoa, C. (2009). *El Diseño y las ciencias humanas. Hacia una concepción integral*. Escuela de Diseño Industrial, UIS.
- Gutmann, M. y Viveros Vigoya, M. (2007). Masculinidades en América Latina. En M. Aguilar y A. Reid (Coords.). *Tratado de Psicología Social. Perspectivas socioculturales* (pp. 120-139). Anthropos.
- Krippendorff, K. (2006). An Exploration of Artificiality. *Artifact*, 1(1), 17-22.
- Margolin, V. (2005). La investigación sobre el diseño y sus desafíos. En V. Margolin et al. *Las rutas del diseño* (pp. 11-35). Designio.
- Mitchell, W. (2009). *Teoría de la imagen. Ensayos sobre la representación verbal y visual*. Akal.
- Mondzain, M. (2009). *A imagem pode matar?* Nova Vega.
- Munari, B. (2004). *¿Cómo nacen los objetos? Apuntes para una metodología proyectual*. Gustavo Gili.
- Oxman, R. (1999). Educating the designerly thinker. *Design Studies*, 2(20), 105-122. [https://doi.org/10.1016/S0142-694X\(98\)00029-5](https://doi.org/10.1016/S0142-694X(98)00029-5)
- Pericot, J. (2002). El diseño y sus futuras responsabilidades. *Temas de disseny*, 1(19), 85-98.
- Rancière, J. (2009). *A partilha do sensível: estética e política* (2da. ed., Trad. M. Costa Netto). Editora 34.
- Różalska, A. M. (2009). Intersectionality and Visual Culture: Approaches, Complexities and Teaching Implications. En E. H. Oleksy y D. Golańska, *Teaching Visual Culture. Feminist (Re)Interpretations of the Field* (pp. 55-74). Athena.
- Saikaly, F. (2005). Approaches to Design Research: Towards the Designerly Way. *6th International Conference of the European Academy of Design, Design System Evolution*. The University of the Arts Bremen.
- Segato, R. (2021). *Contra-pedagogías de la crueldad*. Prometeo Libros.
- Tappan, M. (2012). La investigación proyectual: una propuesta que vincula docencia e investigación. En S. Ariza. *La investigación en diseño. Una visión desde los posgrados en México*. Universidad Autónoma de Ciudad Juárez.