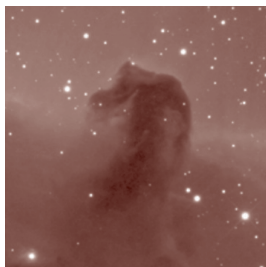


SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN DISEÑO Y PROYECTO NÚMERO 1



Los diseñoides: formas pseudo-diseñadas por la naturaleza.

La percepción estructural de los diseñoides.

La percepción de diseñoides científicos.

Los diseñoides en el ámbito de la naturaleza, la arquitectura y el medio urbano.

Los diseñoides publicitarios.

**SEMINARIO DE
INVESTIGACIÓN
DISEÑO Y PROYECTO
NÚMERO 1**

SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN DISEÑO Y PROYECTO NÚMERO 1

RECTOR DE LA UASLP

Lic. Mario García Valdez

SECRETARIO GENERAL

Arq. Manuel F. Villar Rubio

DIRECTOR DE LA FACULTAD DEL HÁBITAT DE LA UASLP

Dr. en Arq. Anuar Kasis Ariceaga

SECRETARIA ACADÉMICA DE LA FACULTAD DEL HÁBITAT

Arq. Ma. Dolores Lastras Martínez

COORDINADOR DEL INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO DEL HÁBITAT

Dr. Fernando García Santibañez Saucedo

COORDINADORA DEL SEMINARIO DISEÑO Y PROYECTO

M.A.V. Carla de la Luz Santana Luna

DISEÑO GRÁFICO

D.G. Nitzquia K. Cervantes Rosales/ Cynthia Gisela Castillo Vargas

IMPRESO EN:

Talleres Gráficos de la UASLP

Presentación

DIRECTOR

ANUAR ABRAHAM KASIS ARICEAGA
Director de la Facultad del Hábitat

Las acciones de investigación han de generar productos concretos, con el fin de que se vean traducidas en elementos útiles a diferentes partes, en principio al investigador en su tarea de generar nuevo conocimiento, después al cuerpo académico al que pertenece, y el beneficio es mayor si la acción implica a otros integrantes de ese cuerpo académico, o bien a otros integrantes de otro cuerpo académico diferente al propio, sea de la misma entidad académica o de otra. Por otro lado, también son un beneficio las acciones que consideran la participación de estudiantes en los procesos de investigación, ya que se considera en ello la formación de los estudiantes en este particular campo, e incluso puede ofrecerles a ellos una vía para su titulación. La propia entidad académica se ve beneficiada con la aparición de productos académicos de sus profesores, y en una dimensión mayor, la institución educativa también.

En esta serie de libros o cuadernillos, que integran la participación de un considerable número de profesores y estudiantes de la Facultad, más algunos invitados, se ve reflejado el trabajo de la maestra Carla de la Luz Santana Luna como coordinadora general del mismo, quien inicia una acción educativa trascendente, que es hacer aparecer y mantener activo el denominado Seminario de Diseño, desde hace algunos años, tarea en la que ha participado también activamente el Cuerpo Académico de Diseño y Proyecto, reestructurado posteriormente bajo el nombre de Cuerpo Académico de Diseño, Teoría y Arquitectura. Con la intención de promover la investigación, se solicitó la participación en este seminario, de pro-

fesores investigadores y de alumnos del Instituto de Investigación y Posgrado, así como de algunos estudiantes de servicio social de la facultad interesados en la investigación, o quienes se interesaron en la titulación por esta vía, así como algunos profesores en general de la Facultad. La invitación fue a aportar, en sesiones programadas, los avances en investigación sobre alguna temática formulada en el seminario, a modo de factor común, dándose este seminario una vez cada año, de modo alterno a la operación de otro seminario semejante que se interesa en los temas de historia, teoría y crítica de las disciplinas.

En cada una de las versiones, los contenidos presentados durante las sesiones, producto del trabajo previo de sus autores bajo el modo de investigaciones realizadas y concluidas, o bien en proceso, arrojaron resultados concretos que fueron susceptibles de ser publicados en medios propios de la universidad, como la Revista Universitarios, medio en el que aparecieron bajo el modo de artículo de difusión, algunos de estos trabajos. Se tomó la decisión de realizar la compilación de estos artículos, agrupados en función de la sesión del seminario en que fueron presentados, para realizar esta serie que de cuenta de lo anterior, y que pueda ser, además de los beneficios inicialmente mencionados, de utilidad para el proceso educativo de estudiantes y profesores. Como es evidente, los trabajos realizados corresponden a los intereses particulares de sus autores y, por lo tanto, se relacionan directamente con los programas que se imparten en la Facultad del Hábitat, en los niveles de licenciatura y de posgrado. En ese sentido, los conte-

nidos serán del interés general de la comunidad del Hábitat.

Es de reconocerse el trabajo realizado por cada uno de quienes han participado en esta importante empresa, y que sirva este material también para fomentar a otros interesados en la generación y difusión de nuevo conocimiento en nuestra comunidad, así como para el establecimiento de nuevas redes de trabajo colaborativo en el campo de la investigación.

Anuar Abraham Kasis Ariceaga
Director de la Facultad del Hábitat.
Febrero de 2011.

Presentación

COORDINADORA DEL SEMINARIO

CARLA DE LA LUZ SANTANA LUNA
Facultad del Hábitat

Durante el año lectivo 2006-2007 se fortalecieron las actividades académicas del Instituto de Investigación y Posgrado de la Facultad del Hábitat, con el desarrollo del Seminario Diseño y Proyecto, que apoyó las diferentes áreas de la Maestría en Ciencias del Hábitat con investigaciones de profesores y alumnos.

En este seminario participaron durante dos semestres profesores investigadores interesados en la temática del diseño y proyecto. Se desarrollaron trabajos de investigación dentro de los programas del posgrado de las áreas de arquitectura, historia del arte mexicano y diseño gráfico.

La temática general del seminario en ambos semestres fue la expresión como disciplina o actividad en la arquitectura, el diseño gráfico, los sistemas constructivos, las artes y la naturaleza. Se generaron conocimientos muy variados que tuvimos la oportunidad de compartir con la comunidad universitaria potosina a través de la publicación de artículos escritos por los participantes.

En esta ocasión, tendremos la oportunidad a través de este mismo medio de hablar sobre una área incursionadora: los diseñoides en sus diferentes expresiones.

Índice

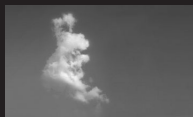
- 10 Los diseñoides: formas seudo-diseñadas por la naturaleza.
- 18 La percepción estructural de los diseñoides.
- 25 La percepción de diseñoides científicos.
- 32 Los diseñoides en el cambio de la naturaleza, la arquitectura.
- 43 Los diseñoides publicitarios.

Los Diseñoides

formas pseudo-diseñadas
por la naturaleza

FERNANDO GARCÍA SANTIBAÑEZ
IRMA CARRILLO CHÁVEZ
Facultad del Hábitat

La percepción de algunas imágenes es, en parte, el resultado de la imaginación y la proyección de estímulos que han sido captados por alguien en un ambiente determinado



Es probable que a muchas personas nos haya tocado percibir o escuchar algo similar al diálogo que Shakespeare describe en la escena XVIII de su obra teatral Hamlet:

Hamlet: ¿No ves allí aquella nube que parece un camello?

Polonio: Cierto, así en el tamaño parece un camello.

Hamlet: Pues ahora parece una comadreja.

Polonio: No hay duda, tiene figura de comadreja.

Hamlet: O como una ballena.

Polonio: Es verdad, sí, como una ballena.

Tales palabras nos recuerdan quizás algún momento especial cuando, debido a una circunstancia particular, nos relajamos al observar el cielo o nuestro entorno y percibimos claramente una figura que nos es familiar.

En cierta zona de una isla de Hawai existe un lago donde puede apreciarse el perfil del presidente estadounidense John F. Kennedy: el contorno de su nariz, su barbilla, la frente y el borde frontal de su cabello permiten identificarlo claramente. Este suceso nos ejemplifica con facilidad que la percepción de algunas imágenes es, en parte, el resultado de la imaginación y la proyección de estímulos que han sido captados por alguien en un ambiente determinado.



Fig. 1



Fig. 2

Figura 1
Diseñoide vivo (animales y vegetales). Pedazo de rama con cabeza de avestruz.

Figura 2
Diseñoide físico (manos, alas, órganos sexuales, etc.). Detalle de corteza de árbol con trasero humano.

“Diseñoide” es el término con que Richard Dawkins identifica las imágenes u objetos naturales y accidentales que han sido interpretados con otro significado al que poseen naturalmente, de tal manera que muchas personas pudieran pensar que responden a un diseño preconcebido. Estos objetos son producidos de manera casual, pero el azar, la evolución y la capacidad del ser humano para atribuirle un significado, les ha otorgado un gran valor para ser considerados por muchas personas como el resultado de una actividad pensante y espiritual. Recordemos que tanto la selección fundamental —ejemplificada en las formas que se manifiestan a partir de las condiciones elementales de cada ambiente: piedras, nubes, rayos, suelo, etc.— como la selección natural representada por el desarrollo de múltiples organismos, no inventan ni crean formas con una intención premeditada (entre ellos los diseñoides) sino que simplemente se presentan sin más intención que su propia naturaleza, filtrando la probabilidad de su presencia.

Básicamente un diseñoide es la forma de una imagen percibida y recordada que interpretamos de un modo particular, porque posee alguna semejanza de manera natural o artificial con ciertos objetos existentes, aún cuando los diseñoides de la naturaleza no están creados intencionalmente. Si bien este tema pudiera quedar incluso como punto de discusión para futuras investigaciones, podemos decir que un fuerte valor significativo de carácter connotativo influye en ciertas partes de la imagen captada por el perceptor, que lo induce a interpretarlo de una manera particular.

En casi todas las actividades realizadas por el ser humano encontramos en sí una carga de diseño, pues cada una pretende cumplir con un fin determinado. Dicho de este modo, es difícil incluir en una sola definición sus múltiples acepciones. Percibimos sin embargo, la existencia de varias interpretaciones que se vinculan con el diseño, entre las que, además de las mencionadas con anterioridad, encontramos otras 10 que contribuyen al enriquecimiento de su comprensión.

La importancia de aflorar la imaginación en el ámbito de la enseñanza del dibujo ha sido promovida desde los primeros años escolares. Así pues, no son raros los libros que hacen referencia a esta temática; aseguran que unas manchas se encuentran por todos lados y sólo es necesario poner un poco de atención para percibir las. Podemos localizar manchas en el papel, en el tejido de la ropa, en la mesa de trabajo, en nuestras manos o incluso en nuestro cuerpo pueden encontrarse singulares formas producidas por el sol, que han sido llamadas pecas o lunares, que permiten tomarlas como excusa para intentar unir las y obtener una forma preconcebida en nuestra imaginación.

A semejanza del timbiriche —juego infantil en el que se unen puntos mediante líneas para formar cuadrados— en nuestra imaginación podemos percibir formas en las constelaciones. Algunas han perdurado por muchos siglos tanto en la cultura occidental cuanto en la oriental.

Se han visualizado no solo animales comunes (osos, peces, cangrejos, leones, corderos, patos, en-



Fig. 3

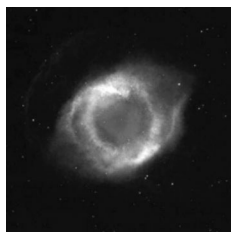


Fig. 4

Figura 3
Diseño místico (Dios, Sta, María, ángeles, etc.). Detalle de mancha en barda con forma de Virgen de Guadalupe.

Figura 4
Diseño científico (imágenes que intentan dar seguimiento).

tre otros), sino también seres o animales fantásticos (hércules, dragones, centauros, etcétera).

No son pocos los artistas que han mencionado en alguna ocasión que recurren a la naturaleza para obtener ciertas respuestas al problema que estuvieran enfrentando. Se dice que Da Vinci o Miguel Ángel en la pintura y Beethoven o Vivaldi en la música, por citar algunos, observaron con frecuencia el cielo, bosques y praderas para percibir formas y sonidos que les eran necesarios para concebir sus obras maestras.

Estas formas no precisas nos inducen a recordar ligeramente “algo similar”, a lo descrito por Da Vinci en sus notas:

“El simple hecho de lanzar una esponja empapada en colores diversos hacia una pared forma una mancha en la que podría vislumbrarse un paisaje pintoresco. Admito que en esa mancha se podría imaginar varias cosas si uno las busca, como cabezas de hombre, animales, batallas, rocas, mares, nubes y árboles, lo mismo que oyendo un repique de campanas uno puede oír lo que se le antoje. Sin embargo, aunque esas manchas puedan inspirar cualquier composición, no enseñan cómo representarlas con detalles”.

En otros textos, este mismo autor escribió algo similar sobre la inventiva que podría desarrollar todo aquel que se relaciona con el arte; visualizaba figuras innovadoras por centrar la atención en imágenes escondidas:

Quiero insertar entre los preceptos que voy dando una nueva invención de especulación, que aunque parezca de poco momento, y casi digna de risa, no por eso deja de ser útil para avivar el ingenio a la invención fecunda: y es que cuando se vea alguna pared manchada en muchas partes o algunas piedras jaspeadas, se podrá, mirandolas con cuidado y atención, advertir la investigación y semejanza de algunos países, batallas, actitudes prontas de figuras, fisonomías extrañas, ropas particulares y otras infinitas cosas, porque de semejantes confusiones es de donde el ingenio saca nuevas invenciones.

Podemos definir a los diseñoides como los objetos naturales o accidentales que han sido generados al azar y que representan indirectamente algo a partir de la percepción de quien les esté dando un significado especial. Podrían ser comparados con una especie de fantasmas que serían difíciles de encontrar pero fáciles de ver, pues son sólo índices o representaciones de un signo real.

¿Qué atributos son importantes para captar alguna forma como diseñoide? En principio habría que considerar por lo menos tres propiedades fundamentales para apreciarlos con mayor facilidad: la percepción, la atención y la imaginación.

La percepción está íntimamente relacionada con la imaginación. Cada uno de nosotros poseemos cierto grado de sensibilidad o fantasía para captar los estímulos recibidos. La aptitud para percibir el estímulo de cierta manera varía incluso con el tiempo.



Fig. 5

De este modo, pueden confirmarse las palabras de Kant, en el sentido de que las cosas se ven no como son, sino como somos nosotros.

Por otra parte, la atención es entendida como la acción de dedicar nuestra concentración en algún elemento, con el fin de conocerlo de manera más profunda. La atención no solo está relacionada con esta circunstancia, también se vincula con nuestra preparación para ello. Esto es, el estímulo que nos atrae más por poseer los atributos que facilitan su percepción, al vincularse con un hecho ya conocido o significativo.



Fig. 6

Figura 5
Diseño de objeto.

Figura 6
Diseño publicitario (imágenes comerciales).

De igual importancia es la imaginación, a la que a ciencia concibe hasta este momento como una representación mental de imágenes no existentes en la realidad, que puede materializarse en algún momento. En ocasiones llega a interpretarse como sinónimo de fantasía. No obstante, a juicio de algunos autores, la fantasía se diferencia claramente de la imaginación porque la primera permite desbordarse de la conciencia y concentra las más absurdas representaciones, mientras que la segunda se desenvuelve bajo la dirección de la voluntad. Por ello se dice que la fantasía es automática o espontánea, mientras que la imaginación presenta cierto grado de control activo o pasivo. Independientemente de a cuál de ellas estuviéramos haciendo referencia, ambas presentan como atributos ser innovadoras, productivas, inventivas y constructivas en las ideas.

Bajo este esquema, podemos clasificar a los diseños en distintos referentes de acuerdo con la ma-



Fig. 7

nera como se manifiestan: objetos inanimados que hacen referencia a objetos inanimados, objetos inanimados que aluden a objetos animados y objetos animados o inanimados que parecen similares a objetos culturales, objetos naturales, objetos simbólicos, etc.

Los diseñoides se agrupan en:

- ◇ **Vivos:** animales y vegetales (fig. 1).
- ◇ **Físicos:** manos, alas, órganos sexuales, etc. (fig. 2).
- ◇ **Místicos:** Dios, la virgen María, ángeles. (fig. 3).
- ◇ **Científicos:** imágenes que intentan dar explicaciones (fig. 4).
- ◇ **De objetos artificiales:** construcciones, instrumentos. (fig. 5).
- ◇ **Publicitarios:** imágenes comerciales (fig. 6).
- ◇ **Míticos:** dragones, unicornios, gigantes, etc. (fig. 7).
- ◇ **De cosas naturales:** coraza de caracol, hojas, nubes, Sol (fig. 8).
- ◇ **Culturales:** letras, señales, palabras, imágenes, etc. (fig. 9).
- ◇ **Sociales:** políticos, científicos, artistas, deportistas, etc.. (fig. 10).

Por lo anterior, podemos interpretar que el proceso elemental para visualizar diseñoides podría implicar básicamente varias etapas:

- ◇ a) observar un elemento del entorno o superficie (pared, nubes, hojas, suelo, follaje, piedra, etc.).

Figura 7
Diseñoide mítico (dragones, unicornios, etc.).

Figura 8
Diseñoide de cosa natural (coraza de caracol, hojas, nubes, sol).

Figura 9
Diseñoide cultural (letras, señales, imágenes, etc.).

Figura 10
Diseñoide social (Políticos, deportistas, artistas, etc.).



Fig. 8

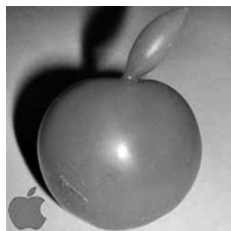


Fig. 9

LECTURAS RECOMENDADAS

Wagensberg, Jorge. La rebelión de las formas, Barcelona, Tusquets Editores, Metatemas 84, 2004

Dawkins, Richard. Escalando el monte improbable, Barcelona, Tusquets Editores, Metatemas 53, 1999.

Da Vinci, Leonardo. Cuaderno de notas, Madrid, Edimat Libros, 1999.

Da Vinci, Leonardo. Tratado de pintura, México, Gaceta, 1985.

Shakespeare, William. Hamlet, Navarra, España, Salvat Editores, 1971.



Fig. 10

- ◇ b) concentrar la atención en alguna parte que nos atraiga de esa superficie.
- ◇ c) relacionar esa parte con alguna imagen recordada.
- ◇ d) vincularla con nuevos aspectos experimentados a fin de obtener imágenes creativas.
- ◇ e) asociar elementos percibidos con elementos no experimentados para obtener imágenes inventadas.
- ◇ f) identificar la forma percibida con la imagen recordada.

La capacidad humana para desarrollar soluciones que puedan materializarse en los campos del diseño gráfico, el diseño industrial y la arquitectura, entre otros, permite abrir una nueva frontera de estudio que se vincule de manera estrecha con la naturaleza, a fin de abstraer conceptos, ideas, métodos y procesos creativos que estén centrados en el medio ambiente como una posible solución a los problemas en el diseño. Se relacionan de manera estrecha con el campo de la psicología perceptiva que considera este fenómeno como pareidolia, en el ámbito teológico se le denomina acheiropóietos, y en el del diseño y el arte son conocidos como diseñoides.

Los Diseñoides

la percepción estructural de los diseñoides

FERNANDO GARCÍA SANTIBAÑEZ
AYAUCHUATL ARAUJO ANDRADE
Facultad del Hábitat

Dentro de nuestra vida cotidiana, ver es esencialmente un medio de orientación práctica que nos ayuda a determinar las cosas que están presentes en el espacio, y el lugar y la acción que cada una desarrolla.



Dentro de nuestra vida cotidiana, ver es esencialmente un medio de orientación práctica que nos ayuda a determinar las cosas que están presentes en el espacio, y el lugar y la acción que cada una desarrolla; de esta forma y como primera instancia, podemos captar las imágenes en el mundo que nos rodea estableciendo la identidad de los objetos percibidos. Sin embargo, al entrar en este proceso mental de observación, resalta la interrogante acerca del origen primario de estas formas. ¿Son los diseñoides accidentes esporádicos que la naturaleza ha concebido sin intención?, y ¿hasta dónde está implícito el factor humano para la formación y captación de éstos?.

Para introducirnos en la comprensión de los diseñoides, podemos decir en principio que existen dos aspectos importantes que se encuentran estrechamente relacionados. El primero se vincula con la forma como vemos la naturaleza, mientras que el segundo se asocia con las formas que vemos en la naturaleza. En el primer caso nos topamos generalmente con la percepción de la naturaleza como un ente pasivo, del que sentimos la responsabilidad de preservar debido al abastecimiento de recursos que nos ofrece. En el segundo, podemos detectar infinitas formas que nos ofrece el medio circundante, pero solo cuando prestemos la debida atención, que nos permita entenderlas e interpretarlas como posibles soluciones a problemas del mundo artificial. (fig. 1)

La mayoría de los objetos de la naturaleza responden a sus funciones en el contexto que los define,

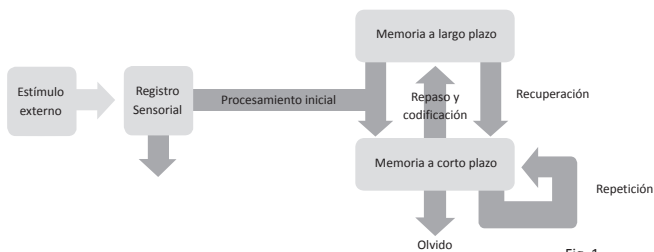


Fig. 1

tanto con una coherencia funcional y estructural, cuanto formal, manifestadas primordialmente en su organización.

Al estar la naturaleza sometida a ciertas restricciones impuestas por el espacio, esto ejerce gran influencia sobre las formas que presentan los cuerpos. Cada uno de los objetos manifiestos en el universo deben atenerse a dichas reglas establecidas.

En referencia al modo como han llegado a surgir los “diseños” y morfologías que observamos en ciertos organismos, podemos mencionar la Teoría de la Evolución a través de la selección natural, y otras en que se insertarían los objetos y cosas que explican como todo tiene un proceso de desarrollo mediante el que las formas se adaptan cada vez más al entorno.

¿Puede alguien comprender el despliegue formal de las nubes?

Como hemos podido vislumbrar, la estructura es una de las partes más esenciales en el análisis de la naturaleza, en casi todo lo que encontramos en el mundo. Para comprender el concepto de la estructura, Gyorgy Kepes expresa que, en su sentido fundamental, es la unidad creada por las partes y las articulaciones de las entidades; un patrón de cohesión dinámica donde la forma y el formar coexisten y son intercambiables. Bajo esta idea, el hombre utiliza patrones o estructuras básicas y recurrentes en sus diseños y en la transformación de su entorno, que no surgen sino de las mismas estructuras preferentes de

Figura 1
Esquema de diseñoide.

la naturaleza, dentro de las que podemos encontrar las espirales, las formas serpenteantes y sinuosas, las ramificaciones y las uniones de 120°. Por tanto, es posible entender que existen patrones formales en las estructuras biológicas y en las mentales.

Una vez que mencionamos en general la naturaleza intrínseca y universal de la estructura en el contexto, hay que empezar a incluir la participación mental del hombre que, al recibir estímulos del exterior, comienza con la construcción del conocimiento a través de experiencias previas al fenómeno ocurrido, mediante lo que es denominado percepción.

La necesidad del ser humano de percibir la existencia de las cosas en el universo con el fin de darles su espacio es cubierta a través de sus sentidos o por medio de instrumentos diseñados por él, en los que la vista desempeña con frecuencia un papel de gran importancia. Al realizar este acto voluntario (ver), generalmente vemos aquello que miramos con atención y que ponemos en relación con nosotros mismos, creamos experiencias sensoriales y significativas que logran llegar más lejos de esta simple acción al crear la propia observación del objeto; hay casos cuando al alcanzar este punto podemos incluso percibir objetos o formas inexistentes. De esta manera, la percepción se ha convertido en una capacidad necesaria para comprender al mundo, que de lo contrario, nos parecería confuso. Aunado a esto, bajo la influencia del aprendizaje, la motivación y formación en determinadas culturas, hemos ido estableciendo la tendencia a percibir los objetos de manera cons-

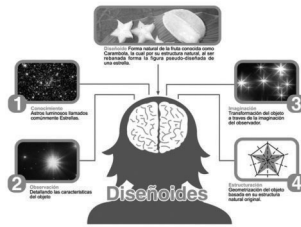


Fig. 2

tante, y reconocerlos de forma más rápida en cualquier condición, posición o práctica.

Si nos basamos en lo anterior, tenemos que la concepción de la naturaleza y de los diseñoides se convierte en una visión parcial que adolece de prejuicios psicológicos, y en la que se echan de menos aquellos aspectos que por creerse imposibles de registrar estadísticamente pierden importancia. Tal parece que para registrar de alguna manera estos casos únicos o raros, no hay otro recurso que las descripciones individuales igualmente únicas, que llevaron a evocar los recuerdos de feria con los antiguos gabinetes de las ciencias naturales, cuando al lado de fósiles y monstruos se hallaban también la raíz de mandrágora que semeja un cuerpo humano o una sirena disecada. A todo esto, Jean Piaget menciona que en este tipo de casos existe una reorganización mental, cuando, para reconocer los objetos, el sujeto debe actuar con ellos y transformarlos, creando una relación entre la abstracción reflexiva y la educación.

A medida que maduramos, adquirimos un modo general de afrontar el ambiente que afecta nuestra percepción al igual que los deseos y necesidades. Así, las personas que tienen una necesidad tienden a percibir algo que piensan las satisface. Debido a lo anterior, no podemos captar todos los detalles que bombardean nuestros sentidos ya que sin cesar seleccionamos la información para su procesamiento posterior. Tal fenómeno, entendido como atención, integra el proceso de pensar, oír, oler, gustar y sentir en forma selectiva, mediante el que damos significado a los datos que nos llegan.

Figura 2
Secuencia del procesamiento de información en la memoria.



Fig. 3

Todos los estímulos de entrada son introducidos en los registros sensoriales, y sólo a los que cumplen con ciertas condiciones se les permite pasar por el filtro del sistema nervioso donde se comparan con los ya conocidos, de modo que podemos reconocerlos y deducir lo que significan (fig. 2).

Bajo este planteamiento, consideramos que las formas pseudo-diseñadas de la naturaleza se determinan por la interacción de fuerzas, normas y comportamientos estructurales que regulan la apariencia del objeto de estudio. A su vez, la percepción, como actividad mental, y las motivaciones de los estímulos sensibles son las que establecen la apreciación de imágenes y fenómenos naturales en el ser humano y su relación con el contexto natural y artificial. Al tener presente estos hechos, es posible traducir esta información en un ejemplo más claro dentro del área de los diseñoides vivos o de la naturaleza.

Un caso comúnmente conocido es la citada mandrágora, que semeja la figura de un hombrecillo debido a las características estructurales y al gran tamaño y grosor que alcanza su raíz bifurcada. Ésta, al igual que el resto de las raíces, consta de un gran número de vertientes, tiene la característica particular de que la terminación de su raíz primaria esta dividida en dos partes que se asocian con las piernas humanas. Al limpiar y cortar algunas de sus raíces secundarias (ramificaciones originadas de la primaria) se logra obtener la forma del cuerpo humano con sus cuatro extremidades (brazos y piernas) y si se quiere enfatizar más la forma del hombrecillo, se aprieta el grueso tallo para semejar la cabeza. (fig. 3)

Figura 3
Ilustración del libro antiguo que hace alusión a la raíz de Mandrágora con forma humana.



Fig. 4

Por otro lado, para llegar a concebir esta raíz con la forma de un hombre, se requiere también de un proceso de transformación mental del objeto, reorganizar los estímulos recibidos del exterior y codificarlos de acuerdo con el conocimiento, las motivaciones, la cultura o las necesidades que se tengan, otorgándole finalmente su forma mítica. Tanto hemos escuchado de las leyendas medievales que prevalecen sobre esta planta, cultos y rituales mágicos, que han marcado la percepción de ésta mediante experiencias visuales e intelectuales a lo largo de nuestra vida.

La geometría tiene gran importancia en el estudio de la naturaleza, es uno de los ejes principales de análisis en su interpretación, pues por medio de ésta el hombre ha podido identificar las semejanzas que existen entre los diversos procesos naturales para tomarlos como patrones estructurales en el desarrollo de soluciones a problemas de diseño. Estas estructuras se repiten constantemente, de modo que lo que hoy observamos en las creaciones del hombre no son otra cosa que experiencias visuales que ha tenido en el pasado y que nos otorgan un conocimiento previo para la formación y reconocimiento de formas y conceptos.

Podemos entender la creación de los diseñoides al considerar que para percibir estas formas pseudodiseñadas de la naturaleza, se lleva a cabo una operación intelectual, mediante la que toda experiencia visual se ubica en un contexto de espacio y tiempo, integrando conceptos, juicio, lógica y conclusiones que

Figura 4
Estructura de fruta con forma de cisne. Mutación de un limón que asemeja la imagen de un cisne con el cuello en alto.



Figura 5
Estructura de cisne.

Fig. 5

nos lleven a relacionar los vestigios de conocimiento guardados en la memoria para influir en las formas que percibimos con determinadas propiedades.

Así pues, es innegable que para comprender y apreciar los diseñoides, además de reconocer los rasgos estructurales de la naturaleza, se requiere del ejercicio de la imaginación para la conversión de cosas en imágenes (figs. 4 y 5)

LECTURAS RECOMENDADAS

Berger, John. Modos de ver, Barcelona, Gustavo Gili, 1975

G. Jung, Carl. La interpretación de la naturaleza y la psique, Barcelona, Paidós, 1992.

G. Morris, Charles. Psicología. Un nuevo enfoque, México, Prentice Hall, 1987.

Piaget, Jean. La equilibración de las estructuras cognitivas. Problema central de desarrollo, México, Siglo XXI, 2000.

Vanden Broeck, Fabricio. El diseño de la naturaleza o la naturaleza del diseño, México, Universidad Nacional Autónoma de México, 2000.

Los Diseños de la percepción de diseños científicos

IRMA CARRILLO CHÁVEZ
CARLA DE LA LUZ SANTANA LUNA
Facultad del Hábitat

El hombre otorga cargas semánticas a cuanto objeto pasa por sus manos; un álbum fotográfico, el rizo de unos cabellos, un pañuelo manchado con perfume añejo...



La vista es uno de los sentidos que nos ayuda a percibir el mundo. Pero también es el que más nos puede engañar. Visualizamos el mundo de manera fragmentada. Un ligero cambio en la lógica del plano y ya no vemos lo que creíamos ver. Sin ojos, dicen algunos, no podría ubicarme en el entorno, no podría vivir; perder la vista, para otros, es perder todo lo que se es o se siente. Sin vista, afirman, todo carece de significado.

Alguna vez, en nuestra clase de ciencias naturales, se nos explicó el funcionamiento del sentido de la vista y las partes que componen al ojo, que funge como una cámara receptora de luz que nos invita a observar lo que nos rodea. Pero el proceso de visualización que se lleva a cabo en el cerebro es mucho más complejo, ya que además de ver al objeto, surgen de él un sinnúmero de significados, asociaciones y emociones que se relacionan para poder configurar el mundo donde estamos parados. A este proceso tan complicado se le ha llamado percepción y, si analizamos, los sentidos no son más que los vehículos por medio de los que entran estímulos de formas muy variadas.

El cerebro humano contiene numerosas zonas para procesar imágenes, cada una de ellas formada por una intrincada red de neuronas especializadas en extraer de la imagen cierto tipo de información. Todo objeto evoca una pauta de actividad —exclusiva de cada objeto— en algún sector de estas zonas. Las pautas de actividad simbolizan o representan los objetos visuales.

Así pues, la percepción implica mucho más que reproducir una imagen en el interior del cerebro. Nuestras percepciones pueden cambiar radicalmente aunque la imagen de nuestra retina siga siendo la misma.

Podría decirse que los estímulos que nos llegan del exterior y que son captados por medio de los sentidos están formados de dos partes: por un lado, el aspecto físico, la anatomía de los sentidos —el ojo, la nariz, la piel, el oído, la lengua— y su fisiología; por otra, tenemos que todas estas percepciones se relacionan con emociones, sensaciones y sentimientos que nos pueden significar algo y determinar una conducta o forma de reaccionar, que nos definen como personas. Sin llegar a describir el complejo mecanismo cerebral que se activa cuando vemos un objeto, es importante mencionar que el sistema límbico funge como uno de los principales reguladores de las emociones y significaciones del mundo que nos rodea.

Factores que determinan la percepción de un diseñoide.

No es lo mismo ver lo que queremos ver, que ver lo que creemos ver. El hombre otorga cargas semánticas a cuanto objeto pasa por sus manos: un álbum fotográfico, el rizo de unos cabellos, un pañuelo manchado con perfume añejo... En este proceso, las emociones y sentimientos, además de la atención, el uso de la conciencia, la experiencia y la intuición, entre muchos procesos mentales, son los que se unen y dan como resultado ese otorgamiento de significación a los objetos.



Fig. 1

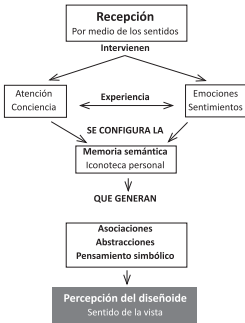


Figura 1
Nube con forma de oso.

En este mecanismo interviene el proceso de memorización, que se define como “...el acto de recordar un hecho de nuestras vidas o algún concepto aprendido con anterioridad”. A este acto se le denomina reminiscencia. También se asocia la palabra ‘memoria’ con el proceso de adquirir conocimiento de manera repetitiva —quién no sufrió con las tablas de multiplicar— hasta fijar el concepto de manera “automática”.

La memoria alberga conceptos más complejos que el simple hecho de recordar un suceso o acordarnos de una canción. El proceso de memorizar es complejo y se puede decir que lento hasta cierto punto. Se mencionan cuatro pasos básicos para que un hecho o concepto quede grabado en nuestra mente:

- ◇ **Codificación:** se define como la adquisición de nueva información. Aquí cabe aclarar que como el cerebro discrimina mucha información que no cree necesario almacenar, puede darse el caso de que se codifique más de una vez un concepto o un hecho, por lo que pensamos que “esto yo ya lo había visto u oído hablar de él”.
- ◇ **Almacenamiento:** proceso de retener información.
- ◇ **Recuperación:** es el acto de traer la información a la memoria.
- ◇ **Consolidación:** es el proceso de “fijar” o afianzar en la memoria un concepto, un objeto, una imagen, un percepto.

Una parte importante de este proceso es el que corresponde a la memoria semántica que es “una red de asociaciones y conceptos que sostienen nuestro conocimiento básico del mundo, significados de palabras, categorías, datos y proposiciones, y cosas similares”. Se puede decir que en este sector de la memoria es donde guardamos la memoria icónica, una suerte de imágenes que hemos observado a lo largo de nuestra vida y que tendemos a asociar con otras parecidas, usándolas como referentes; a este proceso se le denomina “memoria eidética” que no es más que la reviviscencia de una cierta percepción después de un periodo de latencia.

Integración de las emociones, la atención, la experiencia, la memoria y la intuición en relación con la percepción de imágenesseudodiseñadas.

Dado que todos contamos con una iconoteca personal o, dicho de manera más científica, una memoria semántica personal, es difícil determinar cómo es el proceso de percepción de un diseñoide o formasseudodiseñadas que se encuentran prácticamente en todo lugar ya que:

Nuestras percepciones pueden verse falseadas por la educación previa y los prejuicios, o simplemente a causa de las limitaciones de nuestros órganos sensoriales que, por descontado, sólo pueden percibir directamente una pequeña fracción de los fenómenos que se producen en el mundo.

Cuando el observador ve una imagen cualquiera, se inicia un proceso intelectual que determina la ma-

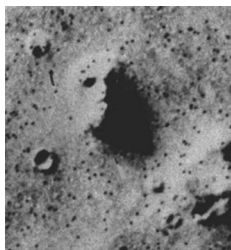


Fig. 2



Fig. 3

Figura 2
Cara en Marte.

Figura 3
Mandrágora.

yor o menor aceptación del objeto/sujeto observado. Este análisis, casi inconsciente y automático, se define por tres factores altamente subjetivos que tienen relación con las cualidades estéticas, informativas y emocionales que el observador percibe y relaciona en su mente.

Las cualidades estéticas están ligadas al grado de belleza o fealdad que el observador advierte en la obra. El factor informativo, a los mensajes nuevos descubiertos en el tema o en su tratamiento y el factor emocional, a los sentimientos que ella despierta y a las evocaciones que suscita.

En un esquema simple del proceso de percepción de un objetoseudodiseñado tenemos el siguiente resultado:

Si como se afirma en la definición inicial de un diseñoide son:

...imágenes u objetos naturales y accidentales que han sido interpretadas con otro significado al natural que poseen, de tal manera que muchas personas pudieran suponer que responden a un diseño preconcebido. Estos objetos, son producidos casualmente donde el azar, la evolución, así como la capacidad del ser humano para darle un significado, les ha conferido un gran valor para ser considerados el resultado de una actividad pensante sublimada...

Entonces podemos suponer que todas las figuras que se formen en las paredes de una taza

son susceptibles de ser interpretadas por alguien, por consiguiente se pueden catalogar como diseñoides. De algún modo este tipo de artes recuerda a las manchas de la prueba de Rorschach y otros exámenes psicológicos proyectivos, que de manera similar nos indican cómo individuos distintos ven la misma imagen de modos diferentes.

Cualquier interpretación que le demos a una imagen seudodiseñada, siempre parte de nuestra memoria semántica, de nuestra experiencia e intuición, por lo que crear un consenso sobre si una imagen puede interpretarse de un modo u otro llega a ser una ardua y desgastante tarea.

Los diseñoides científicos.

Al no existir una clasificación definida sobre los diseñoides, se propuso una taxonomía de las imágenes seudodiseñadas por la naturaleza. Aquí se puede afirmar que existen diseñoides que se manifiestan a partir del conocimiento o que aparecen durante algún experimento o prueba realizada por algún científico.

Por mencionar algunas de estas imágenes se aluden:

- 1) Las aparecidas en el planeta Marte, donde se afirma que existen construcciones muy similares a las de la civilización egipcia, aunque es de esperarse que en cualquier formación rocosa pudiera verse

Figura 4
Piramides de Marte.

Figura 5
Nebulosa cabeza de Caballo.

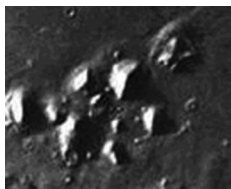


Fig. 4

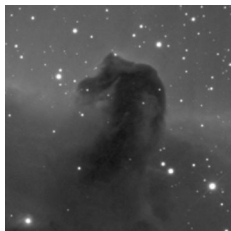


Fig. 5

LECTURAS RECOMENDADAS

Bronowsky, Jacob. Los orígenes del conocimiento y la imaginación, Barcelona, Editorial GEDISA, 1997.

Denis, Michel. Las imágenes mentales, Madrid, Siglo XXI Editores, 1989.

Grinberg-Zylberbaum, Jacobo. Los fundamentos de la experiencia. Psicofisiología de la conciencia, México, Trillas, México, 1978.

Solms, Mark. El cerebro y el mundo interior. Una introducción a la neurociencia de la experiencia subjetiva, México, Fondo de Cultura Económica, 2005.

Zajonc, Arthur. Atrapando la luz. Historia de la luz y la mente, España, Andrés Bello, Ensayos, 1996.

alguna figura como un rostro que represente a una esfinge o una pirámide.

Evidentemente, Marte siempre ha sido tema de las más variadas historias de ciencia ficción, pero eso no impide que alguien con suficiente ánimo e imaginación perciba gusanos u otro tipo de formación en las rocas de Marte.

- 2) Las malformaciones genéticas en plantas y vegetales. Por ejemplo, un árbol que parezca una persona o un animal.
- 3) Las constelaciones, en las que al unir puntos estelares dan como resultado algunas construcciones cosmogónicas a partir de mitologías y leyendas, dependiendo de cada cultura.
- 4) Las plantas, que por su estructura se parecen a algo; la mandrágora o la planta de ging-seng, entre otros ejemplos más.
- 5) Las formaciones ígneas como los cristales de cuarzo o las formadas por la lava.

Sea cual fuere su contexto, este fenómeno de percepción ha motivado que el hombre atribuya estas apariciones a fuerzas misteriosas de la naturaleza, civilizaciones de otros mundos o incluso a milagros promovidos por la fe. Este ejercicio de percepción puede llegar a ser muy entretenido, sobre todo si queremos afinar la vista y volvernos observadores agudos e incisivos. Y tú ¿qué ves cuando observas las nubes?

Los Diseñoides en el ámbito de la naturaleza, la arquitectura y el medio urbano

ANUAR ABRAHAM KASIS ARICEAGA
FERNANDO GARCÍA SANTIBAÑEZ
Facultad del Hábitat



¿Cuál es la noción de un diseñoides? Un diseñoides puede definirse como un “diseño no diseñado”, o bien, como “lo que tiene forma de diseño”, obedeciendo al término mismo, en sentido literal. Hay objetos que, a pesar de presentarse como resultado de una actividad de diseño por un sujeto, no lo son. Son más bien producto de las accidentales características de su apariencia, combinadas con una peculiar percepción de quien lo observa.

Las formas naturales nos proporcionan ejemplos muy claros. Como caso, el tronco de un árbol que sufre circunstancias diversas durante su crecimiento, hasta llegar a ser uno de dimensiones considerables, como el de Santa María del Tule, en Oaxaca, del que se ofrecen varias interpretaciones a los turistas. Las heridas sanadas o cicatrices, por alguna rama removida, pueden tomar formas peculiares, cambiantes cada día, ya que la piel (corteza) trata de cubrir los vacíos. La marca que aquí se presenta, tiene otro tipo de particularidades, producto de la interpretación que se hace de ella. La corteza alrededor se ha pintado de blanco, a la marca se le ha sobrepuesto un marco plateado y algunas flores. Al blanco se le unen otros dos colores, el verde y el rojo, a izquierda y derecha respectivamente. Ahora, esta marca es ya “aquello” que se interpretó por sus características: un objeto de devoción. Aparecen además ornamentos festivos, alusivos a la época del festejo del referente (diciembre 12). En la base del tronco se ha delimitado un espacio con piedras ¿un espacio sacro?

Todo gira en torno a la marca en un tronco, un espacio reducido respecto al tamaño del árbol y del



Fig. 1



Fig. 2



Fig. 3

Figura 1
Herida en corteza.

Figura 2
Herida particular.

Figura 3
Diseñoide.

entorno urbano en que se encuentra. El predio es grande y el espacio abierto. Los vecinos son los responsables del “arreglo”, pero la sociedad y los transeúntes lo aceptan y lo respetan, los elementos se mantienen sin alteración. La alusión a la bandera y el referente que es de tipo religioso, parecen hacer respetar el lugar, y más aún, mantenerlo, conservarlo y actualizarlo constantemente.

Todo lo anterior se da a partir únicamente de una marca en la corteza de este árbol, que es un buen ejemplo de lo que es un diseñoide, efímero ciertamente, pero un producto accidental.

Así son los diseñoides: accidentales, naturales, inesperados e interesantes. De este modo, podemos ser más observadores y prestar atención a nuestro alrededor, además del medio natural, en el entorno urbano y arquitectónico.

En los jardines de Versalles, en Francia, hay un espacio natural que evoca un espacio arquitectónico. El referente es en este caso una catedral gótica. El gótico europeo se caracteriza por la intención de elevarse tanto cuanto sea posible del suelo, con el fin de captar la mayor cantidad de luz, dadas las latitudes en que se encuentran estos templos. Parece ser que entre más al norte, más altos son. Una de sus cualidades estructurales son los arcos ojivales, descansan en columnas prolongadas desde el suelo, con una intención poética de alcanzar el cielo.

Los jardines de Versalles presentan este espacio que, por la ubicación y el alineamiento de los árboles

en cuatro líneas, hacen que se configure como tres naves (como se da en una planta basilical), una central más amplia y dos laterales. Los troncos son las columnas, y las ramas, que tienen la natural vocación de dirigirse al cielo, forman en lo alto las ojivas de los arcos góticos, al acercarse unas a otras. ¿Alguien lo pensó así?

Este sentido accidental es uno de los aspectos fundamentales del diseñoide, la no intencionalidad juega un papel primordial, ya que la conciencia y la intención no hacen diseñoide, sino diseño. Un accidente, como una hoja de árbol en el suelo, puede provocarlo. “La superficie ha de estar libre de polvo” rezan las instrucciones de algunos productos para pintar en aerosol, esto para la correcta adherencia. ¿Y si no lo está?, ¿qué sucede? No es lo mismo que la superficie no esté libre de polvo intencionalmente que accidentalmente, ¿accidente o artificio?

La conciencia sobre el estado de las cosas y su proceso de generación, es lo que las hace diseñoides o diseños. Con la intención, con el propósito, no hay más diseñoide, hay diseño.

Una simple hoja en el suelo —en la tierra— como imagen, lleva a la generación de ideas o a la asociación con otros conceptos. La hoja en la tierra nos refiere a la idea de tierra vegetal, tierra de árbol, tierra de hoja, o a otros términos como el de capa vegetal, refiriéndonos a la tierra en sí misma, como conformada de dos cosas básicamente, tierra y hojas (en



Fig. 4

Figura 4
Composición.



Fig. 5

tanto material biodegradable), que con el tiempo se harán tierra también. La imagen alude al concepto, a la idea detrás de la palabra. Las imágenes (en tanto diseñoides conceptuales) sugieren el pensamiento.

Los diseñoides tienen también presencia en la arquitectura y en el medio urbano, que puede ser a partir de la aparición de piezas o elementos con una significación no intencionada, o bien, como se presentará aquí, desde la producción ingenua, espontánea, de obra que se vincula con un “estilo” o corriente estilística, sin quererlo.

En toda ciudad hay infinidad de muestras de arquitectura popular (realizada por la gente, con sus propias manos), que se opone a la idea de la arquitectura culta, y no por ello necesariamente deja de ser arquitectura. La obra arquitectónica como tal supone el pleno conocimiento de su realizador (el arquitecto), de lo que está haciendo y sus razones.

Esto no siempre sucede en la arquitectura popular, también llamada “arquitectura sin arquitectos”, aunque hemos de aclarar que no todo lo popular es arquitectura.

Si nos apegamos al término ‘estilo’, en su definición más esencial, y no superficial como en muchas ocasiones se toma, nos referimos a “el modo de ser o estar hecho” algo. En este caso, centremos más la atención sobre el modo de ser, que sobre el modo de estar hecho, por inclinarse esto último más hacia la forma o superficie.

Figura 5
Referencia.



Fig. 6



Fig. 7

Figura 6
Jardines de Versailles, Fr.

Figura 7
Catedral de Amiens, Fr.

En este sentido, un “diseñoide” en la arquitectura puede ser una obra que, sin intención, se apega a los lineamientos, criterios o postulados de un estilo o corriente estilística, en la completa ignorancia de lo que se está haciendo. En tal ignorancia, los hacedores en muchas ocasiones imitan los rasgos de lo realizado por personas más cultas; de este modo, el referente del diseñoide se encuentra —algunas veces— en la propia arquitectura.

En las inmediaciones del crucero de Aquiles Serdán y Pedro Moreno hay tres casos peculiares, un “rascacielos” (a), una obra “moderna” (b) y una “de-Constructivista”(c).

La primera característica de un rascacielos es la altura, y la optimización del espacio utilizable en la relación con el terreno disponible. Obedecen a leyes urbanas y reglamentos.

Tal es el caso del Fuller Building (Daniel H. Burnham & Co.) en New York, de 1902, de rasgos tradicionales. En un contexto más cercano, el Hotel Panorama (Francisco J. Cossío Lagarde) en esta ciudad, de 1967, con características de modernidad. Pero en ese crucero, el caso particular lo ocupa la propiedad con el núm. 665, ¿fue intencional construir un rascacielos en un predio de escasas dimensiones? Citaremos, en ésta y en las siguientes páginas, cuatro opiniones vertidas por el arquitecto Alberto López Pascuali, en la Facultad del Hábitat en 1999:

...y curiosamente hay otra; yo creo que alguien heredó un terreno de 2 m de fondo, como por unos



Fig. 8



Fig. 9



Fig. 10

Figura 8
Daniel H. Burnham & co. Fuller Building. New York. 1902.

Figura 9
Francisco Javier Cossío Lagarde. Hotel Panorama. S.L.P. 1967.

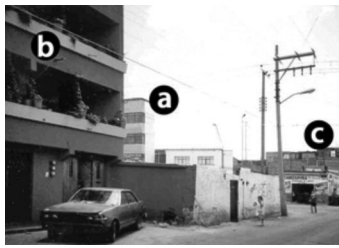
Figura 10
Edificio de 4 niveles. Calle Pedro Moreno, S.L.P.

6 o 7 de frente, donde hicieron un pequeño edificio que parece una torre de cuatro niveles, yo no sé cómo Obras Públicas lo permitió, pero de repente empezó a crecer, crecer, crecer y ahí está, todavía no está ocupado, pero es una torre muy esbelta de cuatro pisos...

A propósito de la modernidad, el llamado movimiento moderno y sus derivaciones funcionalistas y racionalistas tuvieron presencia por todo el mundo en la primera mitad del siglo XX, y después todavía. Obras características existen muchas, como este ejemplo de la Casa Doble (Le Corbusier / Pierre Jeanneret) en Stuttgart, de 1927. En San Luis Potosí la modernidad tuvo fuerte presencia. El ya citado Hotel Panorama es un caso, pero se realizaron variaciones al lenguaje, como en todo el mundo, en obras como en una serie de tres casas (autor no identificado), en la calle de Terrazas.

Los volúmenes definidos, las líneas rectas, la planta libre, los pilares, la ventana horizontal, fueron algunos de los rasgos distintivos. El caso de esta casa azul en Aquiles Serdán, es el de una obra que seguramente no fue realizada por un arquitecto, pero parece seguir esos lineamientos con la ventana horizontal a modo de terraza, planta libre y pilote en la planta baja, el volumen único y prismático, etc.

...hay una que parece que la hubiera hecho Le Corbusier, es como un gran cubo, creo que está de azul, grandes planos horizontales, con las trabes ahí más o menos definidas, de repente por ahí una columna



cilíndrica, entonces eso fue hecho a las necesidades de la gente, y como fue creciendo, realmente es una entidad perfectamente definida.

Un estilo de la segunda mitad del siglo XX, de origen filosófico e ideológico, es la Deconstrucción, que llegó a tener en arquitectura un cierto nivel de manifestación. Este Tejado remodelado en Viena (Coop Himmelblau), de 1984-89 fue tal vez una de las obras que abría esta posibilidad de expresión con mayor grado de libertad. La Teoría del Caos fue parte de las bases; sin embargo, y desafortunadamente, fue uno de esos modos más fácilmente asibles desde lo superficial, y no desde sus esencias. Posiblemente debido al origen filosófico, tiene una profundidad nada fácil de comprender y menos aún de manejar. No hay en la ciudad una obra claramente representativa. No obstante, los fuertes vientos de febrero de 2007 produjeron desorden, confusión, como los de estos anuncios espectaculares y también un caos.

Pero al más auténtico modo de Coop Himmelblau, el habitante de esta otra casa en Aquiles Serdán da una imagen deconstructivista (Coop Himmelblau es una cooperación de arquitectos con sede en Viena. Su nombre es un juego de palabras en alemán. Himmelblau quiere decir azul celeste).

..por ahí hay una casa, de bastantes años, de tres niveles (...) La gente lo hizo porque lo necesitaba, hizo el tercer nivel en la azotea donde tienen mu-



Fig. 11



Fig. 12

Figura 11
Le Corbusier y Pierre Jeanneret. Casa doble. Stuttgart. 1927.

Figura 12
Autor no identificado. Serie de Tres Casas. Calle Avanzada, S.L.P. 196...

Figura 13
Edificio en la calle Aquiles Serdán. San Luis Potosí.



Fig. 13

chas cosas guardadas, como fierros, se alcanza a visualizar perfectamente desde la calle. Hay inclusive como barreras de espinas ahí, se ve que fue hecha simplemente a las necesidades de la gente (...) no necesitó un arquitecto que dijera: "no, mira, tu vas a vivir así, así y así." (...) Tiene piezas voladas, pedazos de soleras o varillas, esta gente no es deconstructivista, no está copiando una terraza-azotea de Le Corbusier, es la libertad que ellos han tenido para lograr su casa.

Y no tenemos que ir muy lejos de ese lugar para encontrar otro caso interesante, por muchos visto e identificado, dadas las características de su imagen. La posmodernidad en el mundo trajo desde la perspectiva de los arquitectos norteamericanos una idea ligera y abierta de lo que la arquitectura puede llegar a ser. A diferencia de la posmodernidad europea, la de los Estados Unidos se caracteriza por irreverente, libre e incluso lúdica, que da un amplio lugar y espacio a la imaginación creativa. Tal es el caso de la Piazza d'Italia, ubicada en New Orleans, Louisiana (Charles W. Moore), realizada entre 1974-78.

El estilo influyó a muchos arquitectos en el mundo y su resultado fueron obras peculiares. Un arquitecto de San Luis Potosí, ha sido asociado a ello, por las características de sus obras. Afecto a la observación también de la arquitectura popular, encuentra en ella cualidades importantes, como la libertad y la manifestación espontánea de la gente, al decir: *"yo lo veo como brotes de libertad"*.

En todo caso, sus obras serían ejemplares, más que de una arquitectura posmoderna, de lo que podría llamarse una arquitectura conceptual. Cada parte de su obra tiene referentes en motivos, historias, eventos, personas y sucesos particulares, vinculados con la vida del autor; las casas que más lo muestran han sido las realizadas para sí mismo y su familia. Un caso: casa familiar (Alberto López Pasquali), en Luis de Molina 193, de 1990-91.

Una casa ubicada en la esquina de Fausto Nieto y Mariano Matamoros, ilustra muy bien este modo de aplicar la actitud posmoderna, de ascendencia norteamericana, para una arquitectura espontánea.

...hay otra casa que sí es de arquitectos (...) he visto crecer la casa, ahorita ya la terminaron. El INAH trató de detener la obra, pero no pudo. Pero también es una manifestación de libertad, es decir, y no es que me guste, lo que como resultado formal yo creo que a nadie de ustedes le gustaría, porque realmente es un poco desconcertante.

...Pero me parece muy bien que una persona haya tenido la convicción, define muy bien la esquina (...) unos acabados ahí puestos sin mucha ortodoxia, como diría un arquitecto. Ahí, el señor le hizo como se le antojó, y curiosamente al lado hay casas deshabitadas, de una arquitectura sumamente pobre, comercial, y no les dijeron nada. (...) y, sin embargo, este acto le da mucha fuerza a la esquina, le da mucha fuerza a la zona, que es una construcción para hacer recordar. Es decir, de una manera, se va incor-



Fig. 14

Figura 14
Coop Himmelblau. Remodelación de un tejado. Viena. 1984-89. Deterioro y caos causado por el viento. S.L.P., febrero 2007. Casa habitación en la calle Aquiles Serdán. San Luis Potosí.

Figura 15
Casa en la esq. de Fausto Nieto y Mariano Matamoros. S.L.P. Alberto López Pasquali. Casa familiar. Calle Luis de Molina 193, S.L.P. 1990-91. Charles W. Moore. Piazza d'Italia. New Orleans, Louisiana.

Figura 16
Arq. Pedro Castellanos Lambley. Conjunto en Av. de la Paz 2085, Guadalajara, Jal.

porando a la memoria de la gente que vive por ahí, o que pasa por ahí, porque llama la atención, pues finalmente son actos de libertad.

La arquitectura culta encontró su recreo en el posmodernismo, al tiempo en que la arquitectura popular simplemente representa un manifiesto espontáneo, “ignorante” de la cualidad de su hacer.

Y para terminar aquí con el asunto de los diseños, en tanto que son “diseños no diseñados”, y refiriéndonos nuevamente a la arquitectura de la posmodernidad, puede no haber duda al afirmar que los estilos son invenciones humanas para la arquitectura, con el fin de adjetivarla cuando estos estilos no responden a sus esencias propias y se toman desde la superficie. En todo caso, lo esencial debería ser la directriz a partir de la que se determinarán las características expresivas de la obra, independientemente de la época y las tendencias imperantes en su momento, o mejor aún, incluso en su consideración.

Del mismo modo, se podría afirmar que la historia nos da muestras de que las precisiones sobre el tiempo de vigencia de los “estilos”, son también una invención. La no correspondencia de casos particulares en la delimitación temporal de los mismos, así lo demuestra. Puede haber un desfaseamiento entre la obra y el periodo reconocido por convención, en la obra que se anticipe o la que aparezca retardada.

Así ha sido indicada una obra en la ciudad de Guadalajara, del Arq. Pedro Castellanos Lambley (1902-



Fig. 15

LECTURAS RECOMENDADAS

Montaner, Josep María. Después del movimiento moderno, Arquitectura con Textos, Barcelona, España, Ed. Gustavo Gili, 1995.

Panofsky, Erwin. El significado en las artes visuales, Buenos Aires, Argentina, Ed. Infinito, 1970.

Panofsky, Erwin. Tres ensayos sobre el estilo, Estados Unidos, Massachusetts Institute of Technology, 1995.

Venturi, Robert y Denise Scott Brown. Aprendiendo de las Vegas, España, Ed. Gustavo Gili, 1982.

González Gortázar, Fernando. La Arquitectura mexicana del siglo XX, México, Conaculta, 1996.



Fig. 16

1961), como la “*primera obra posmoderna*”, cuando aún no llegaba siquiera la modernidad a Guadalajara. En la avenida de la Paz, Castellanos hace un grupo de casas en torno a un jardín, que evoca en cierto sentido el espacio mudéjar. Llama la atención la configuración de la fachada. El ingreso es a partir de un cancel en un arco que, como una boca, permite la vista y el acceso al jardín central; hacia cada lado inicia la primera casa de una serie en fondo. Guadalajara, ¿1938?, Fernando González Gortázar opina: De Pedro Castellanos, por su parte, hay que destacar varias privadas, es decir, conjuntos de viviendas a lo largo y en torno a una calle-jardín-patio. En alguna de ellas, hay un valiente ensayo con la volumetría; en otra, una extraña suavidad y una ornamentación sin frivolidades: si no fuera por lo peyorativo que resulta, podría afirmar que la privada de avenida La Paz 2085 (¿1938?) es la primera obra postmoderna de la arquitectura universal.

Las ciudades son fuente inagotable de una arquitectura que, en su ingenuidad y natural libertad espontánea, proporcionan al ojo culto ejemplos interesantes de los llamados “estilos”, y que en muchas ocasiones son dignos para un análisis y una crítica objetiva, de los cuales puede resultar no sólo la confirmación de esa ingenuidad y sus desaciertos en función de las normas, sino por el contrario, verdaderas lecciones para el docto.

Los diseñoides publicitarios

CARLA DE LA LUZ SANTANA LUNA
IRMA CARRILLO CHÁVEZ
Facultad del Hábitat



En el presente artículo hablaremos de una nueva propuesta, que sostiene que en la naturaleza existe un diseño que va más allá de la creación de formas premeditadas y que puede llegar a tener fundamentos teóricos. Estas formas que se han manifestado casi de manera accidental han sido denominadas 'diseñoides'.

Según Richard Dawkins, doctor en Ciencia y Miembro de la Royal Society y la Royal Society of Literatura, los diseñoides "son formas no diseñadas u objetos naturales y accidentales que han sido interpretados con otro significado al natural que poseen". Sostiene que tenemos dos tipos distintos de procesadores de información: El primero se da a través de nuestra naturaleza biológica y se constituye a partir de la referencia genética articulada por los genes; y el segundo es el cerebro y el sistema nervioso, que permiten el resguardo de la información cultural. Dicha información se transmite por enseñanza, imitación (mímesis) o asimilación, y puede dividirse en unidades simples (como una idea, un concepto, una técnica, una habilidad, una costumbre, una manera de fabricar un utensilio, etc.). Dawkins los llama 'memes', vehículos que permiten la asociación de algo externo con la mente, una creación humana en la cultura que vamos obteniendo (figuras 1 y 2).

formas no diseñadas

Los diseñoides son formas no diseñadas, esto se refiere a que la mano del hombre no intervino, simplemente se deben a diversos procesos en la naturaleza. Éstos son percibidos de manera casual, y la capacidad del hombre es primordial para darle significado.



Fig. 1

Este tipo de concepto lo podemos ver en la publicidad; para que estas formas de diseño sean visibles, intervienen una serie de procesos y características que van desde la capacidad de percepción, la inteligencia, la cultura, la imaginación, y las necesidades que cada individuo posee, tomando en cuenta también el contexto en que éste se desenvuelve.

El diseño gráfico, mediante la publicidad y la mercadotecnia, logra la transmisión de esos mensajes: crea un lenguaje de comunicación que emplea imaginación y creatividad e inclusive utiliza un lenguaje de significados diversos en el subconsciente del receptor, consigue introducirse en la mente humana y lograr su finalidad, vender, desde una idea hasta un producto, o mejor aún, una necesidad (figura 3).

Objetos interpretados de acuerdo con...

En publicidad, los anuncios son un hecho semiológico que conjuntan diversos sistemas de significación como el verbal, icónico o el musical, por mencionar algunos. La publicidad fue creada con el fin de integrarse en la mente del receptor mediante el manejo profesional del lenguaje, el uso de figuras retóricas y otras posibilidades de expresión que se ven reflejas en las imágenes o hasta en el sonido. Pueden llegar a tener una gran influencia sobre la voluntad y decisión de compra del consumidor.

El lenguaje en la publicidad lo forman las imágenes, colores, tipografías, lo que se ve a simple vista, y lo que nuestro subconsciente capta de manera no consciente, pero que también está ahí.

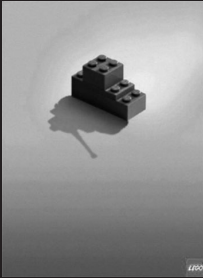


Fig. 2



Fig.3



Fig. 4

La subconciencia está constituida por un conjunto dinámico de deseos, sentimientos e impulsos, que se encuentran fuera del campo de nuestra percepción consciente. Se le puede comparar con un gran banco de memoria que almacena por periodos variables la mayor parte de la información que recibimos (figura 4).

Aunque existe una gran cantidad de teorías de la publicidad, una de las más antiguas (1895) es la teoría o estrategia AIDA, nacida como simple recurso didáctico en cursos de ventas y citada de continuo: atracción, interés, deseo, acción. Éstos son los cuatro pasos básicos para que una campaña publicitaria alcance el éxito; en primer lugar, habría que llamar la atención del público, después despertar el interés por la oferta, seguidamente motivar el deseo de adquisición y, finalmente, exhortar a la acción, u ofrecer la posibilidad de responder al mensaje, derivado generalmente en la compra.

Esta estrategia se puede comparar con los elementos necesarios para observar los diseños: percepción, atención, memoria, e imaginación (esquema 1) y también pueden generar una reacción en el individuo que los capte en un mensaje publicitario.

En publicidad los diseños se ejemplifican en anuncios, carteles y espectaculares, entre otros, utilizando imágenes ligadas a la naturaleza, seres vivos, partes del cuerpo humano, que son representaciones de otros, y pueden ser reconocidos por los consumidores.

¿La publicidad subliminal utiliza diseñoides?

Estamos más en contacto y nos vemos más influidos por el mundo que nos rodea de lo que creemos. Aunque se ha demostrado que la publicidad subliminal resulta menos eficaz de lo que podría pensarse a la hora de persuadirnos en contra de nuestros intereses. Las influencias subliminales se encuentran en todas partes, no sólo en una pantalla de televisión o en la letra de una canción; están siempre presentes. La submente se mantiene en permanente comunicación con nuestro mundo exterior sin que muchas de esas “conversaciones” salgan a la luz de nuestra conciencia, según Guy Claxton.

En cierto modo la publicidad hace uso de la mente humana; sabemos que ésta se divide básicamente en dos niveles: el subconsciente y el consciente, que está integrado por procesos mentales cuya presencia advertimos es capaz de analizar, criticar, modificar, aceptar o rechazar las propuestas que recibe desde afuera. El primero realiza rutinariamente todo tipo de ajustes sobre los datos que recibe antes de pasarlos a la conciencia. Estos ejemplos cotidianos de percepción inconsciente se refieren con frecuencia a aspectos del mundo que son perfectamente visibles, audibles, etcétera, pero que, aunque quedan registrados por la subconciencia, no llegan a aflorar en la conciencia (figura 8).

El objetivo que persigue la publicidad es vender y para conseguirlo se utilizan algunas técnicas de comunicación. En la publicidad se maneja un término



Fig. 7



Fig. 8

denominado publicidad subliminal que busca llegar al subconsciente para programarlo a través de estímulos que apelan al sexo, a la muerte, entre otros mensajes escondidos, y otros que no se ven pero que llevarán a una reacción que responde a los intereses de quienes manipula con fines comerciales; esto no quiere decir que la estimulación se haga en cien por ciento, puede influir en un bajo porcentaje y en algunas personas pasaría inadvertida, entre más conciencia tengamos de lo que vemos en los mensajes publicitarios habrá menos manipulación (figura 9).

Sabemos que en la publicidad se utiliza un sinfín de imágenes, que muchas veces aluden a símbolos arraigados, y que sólo pueden tener un significado, no más. Éstos que vemos e identificamos de manera inmediata se llaman arquetipos.

Es cierto que toda información, tanto la que se recibe cuanto la que se emite pasa por ambos extremos a través de una red de interpretaciones subjetivas, pero para que un signo o símbolo tenga significado debe primero conocerse o haberlo visto, en la llamada alfabetidad visual. D.A. Dondis señala que sus fines son construir un sistema básico para el aprendizaje, la identificación, la creación y la comprensión de mensajes visuales que sean manejables por todo el mundo.

Los símbolos implican lo que un objeto significa para nosotros, los significados simbólicos son la base en que la percepción se convierte en algo significativo, como lo expone K. Wilson Bryan. Para entender



Fig. 9

cómo un signo se convierte en algo para nosotros, debemos comprender la semiosis, que es el proceso en que algo funciona como signo e implica cuatro actores: el vehículo signico, la denominación, el interpretante y el intérprete. Según el autor Charles Morris, un signo alude a algo para alguien (figura 10).

Habrán anuncios que permanezcan en nuestra mente sin que podamos entender por qué, esto se debe a la capacidad de retención y almacenaje que tiene el hombre en su memoria de lo que ha visto, lo que le ha llamado su atención o lo que puede asociar. Y es precisamente la publicidad la que tiene la propiedad de lograr ese proceso en nuestra mente, de manipularla para expresar en nosotros sentimientos o necesidades. Depende de cada uno de nosotros ver en los mensajes publicitarios lo que estemos dispuestos, pues como blanco de ellos no somos capaces de ir por ahí sin retener información en la memoria. Es curioso cómo en nuestra mente podemos crear un mundo de posibilidades donde todo fluye sobre todo y lo que vivimos, lo que creemos, los sentimientos y las experiencias se conjugan para dar paso a la creatividad.

Conclusiones

Hay objetos que a pesar de presentarse como resultado de una actividad de diseño realizada por un sujeto son apariencia y percepción del individuo que lo observa.

El significado que le demos a las imágenes depende de nuestra carga cultural y del contexto donde nos



Fig. 10

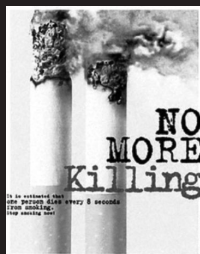


Fig. 11

encontremos. Las personas con menos información tienden a ser manipuladas más fácilmente por la publicidad. El diseño en la publicidad no es sólo formal sino simbólico. Es un objeto o producto inesperado que puede ser punto de partida a la reflexión y a la creación (figura 11).

LECTURAS RECOMENDADAS

Arfuch, Leonor, et al. Diseño y comunicación: teorías y enfoques críticos, Argentina, Paidós Comunicación, 1997.

Claxton, Guy. Cerebro de liebre, mente de tortuga, España, Editorial Urano, 1997.

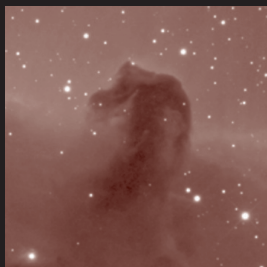
Dondis, D.A., La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual. Barcelona, Colección Comunicación Visual, 1992.

Merleau-Ponty, Maurice. El mundo de la percepción. Siete conferencias, México, FCE, 2003.

Morris, Charles. Fundamentos de la teoría de los signos. Paidós, España, 1994

Wilson, Bryan K. Seducción subliminal, México, Diana, 1990.

Por acuerdo del señor Rector de la
Universidad Autónoma de San Luis Potosí
Lic. Mario García Valdez, se ordenó la impresión
del folleto Seminario de Investigación, Diseño y Proyecto 1
cuya edición se terminó de imprimir en el mes de marzo de 2011
en los talleres Gráficos de laUASLP, el tiraje consta de 1000 ejemplares



SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN DISEÑO Y PROYECTO

NÚMERO 1

Autores:

Fernando García Santibañez

Ayacuahuatl Araujo Andrade

Irma Carrillo Chávez

Anuar Kasis Ariceaga

Carla de la Luz Santana Luna

