

TELÉFONO MÓVIL

implícita en la experiencia estética

MTRA. EN DIS. ANA LAURA DE LA COLINA MARTÍNEZ
Egresada de la Maestría en Diseño, Facultad de Arquitectura y Diseño, UAEMéx., México

imagina_arte@yahoo.com.mx

DR. EN C.S. MIGUEL ÁNGEL RUBIO TOLEDO
Profesor de tiempo completo en la Facultad de Arquitectura y Diseño, UAEMéx., México;
integrante del Cuerpo Académico de Sustentabilidad y Desarrollo Estratégico del Diseño

miguelblond72@yahoo.com.mx

Recibido: Agosto 2010

Aceptado: Noviembre 2010

Resumen

El presente estudio cualitativo devela los significados simbólicos que, tras la experiencia estética, un grupo de jóvenes universitarios de la ciudad de Toluca asigna al teléfono móvil. Contrasta, además, tres dinámicas grupales (grupo de enfoque, el collage y la experiencia sensible) que se retoman de las investigaciones sobre el código cultural propuesto por el Dr. Rapaille Clotaire (2007).

Palabras clave: Diseño, teléfono móvil, simbolización, experiencia sensible.

Abstract

The present qualitative study finds the symbolic meanings that, after the aesthetic experience, a group of university young persons of Toluca's city assigns to the mobile phone. It confirms, in addition, the three dynamics used (group of approach, the collage and the sensitive experience) that have been taken again of the researches of the Dr. Rapaille Clotaire (2007).

Key words: Design, mobile phone, symbolic meanings, sensitive experience.

INTRODUCCIÓN

Anna Calvera (2007), citando a Lash Scott, dice que los objetos en la sociedad actual se han vuelto símbolos, ya no son signos y, por lo tanto, su significado son cada vez más de tipo estético, no cognitivo.

Esto nos permite apreciar la estrecha relación que hay entre lo simbólico y lo estético y nos muestra que el puente que los une tiene por nombre "experiencia estética". Lo anterior nos sirve de base cuando Calvera (2007) afirma que hoy por hoy ya no sirven los antiguos modelos relativos al diseñar bien. La esperanza está puesta precisamente en la estética como discurso y como propuesta; sin embargo, es cierto que hasta el momento el hecho de diseñar y la comprensión estética de lo que se diseña, quedan convertidos en simples operaciones de cosmética.

Ante esta disyuntiva, en la que la estética requiere ser observada con mayor detalle, surge la presente investigación, la cual explora esa experiencia estética y resalta cómo, a través de ella, pueden develarse los universos simbólicos que giran en torno a los objetos, particularmente, al teléfono móvil.

Esta investigación relaciona la simbolización inconsciente con la experiencia estética o sensible, y para ello retoma las investigaciones del Dr. Rapaille Clotaire (2007) sobre el código cultural y la impronta. También integra las ideas sobre el “papel estructurador de la condensación y el desplazamiento en la creación del significado inconsciente” (Minsky, 2000, 42), donde Jacques Lacan “enlaza la metáfora con la condensación y la metonimia con el desplazamiento” (Di Stefano, 2006: 73). Asimismo, contempla a los objetos de uso como signos y símbolos desde la perspectiva de Eco (2006). Para conocer al detalle el marco teórico propuesto se sugiere consultar la tesis “Simbolización de los utensilios, inmediatez cultural y estética. Estudio cualitativo: Teléfono móvil” (Ana Laura De la Colina Martínez, 2010). Hecho que también permitirá comprender el porqué del empleo de metáforas a lo largo de este texto.

El marco teórico anterior nos ayudó a definir un camino que va de la experiencia sensible o impronta, hasta los códigos culturales o significados simbólicos, los cuales se expresan a nivel del consciente de manera metonímica y/o metafórica.

METODOLOGÍA

Tomando como referencia lo publicado por Sampieri (2006) en cuanto a los estudios cualitativos, así como las investigaciones del Dr. Clotaire (2007) referidas en su libro *El código cultural* y el video “60 Minutes II - TurboChef & Dr. Rapaille” (Youtube, 2009), definimos el siguiente procedimiento:

Se eligió un grupo de estudio integrado por 26 alumnos de la carrera de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura y Diseño de la Universidad Autónoma del Estado de México, integrado por 10 hombres y 16 mujeres, entre 18 y 22 años, solteros y sin una ocupación laboral. Siguiendo una sesión continua, que no duró más de tres horas, se practicaron las siguientes dinámicas grupales consecutivamente:

1. GRUPO DE ENFOQUE

1. Se designa un salón con suficiente luz y ventilación.
2. Se cuenta con 13 sillas acomodadas formando un círculo dentro del salón.

3. Se cuenta con un grupo de 12 participantes como máximo por sesión.
4. Se pide a los participantes que se sienten en las sillas y el investigador espera a que estén todos acomodados.
5. El investigador se sienta en una de las sillas del círculo.
6. Posteriormente el investigador se presenta diciendo que “es un ser de otro planeta, que nunca antes ha visto un teléfono móvil y pide a los integrantes del grupo que le ayuden a entender el producto mediante la descripción de su uso”.
7. El investigador hace en voz alta una a una las siguientes preguntas dando unos 10 minutos entre cada pregunta para que los participantes las respondan.
8. Las preguntas que realiza el investigador son: ¿Qué es este objeto? ¿Principales usos?, ¿Cuándo lo usan? ¿Dónde lo ocupan? ¿Con quién lo ocupan? y ¿Por qué lo ocupan?
9. El investigador pide a los participantes que deseen responder que levanten la mano, para con ello dar un orden de intervención en la sesión grupal.
10. El investigador anota los comentarios más sobresalientes.
11. Una vez concluidas las preguntas, se dan las gracias a los participantes y se les invita a continuar con la dinámica denominada “*Collage*”.

2. COLLAGE

1. Se designa un salón con suficiente luz, ventilación y alfombrado.
2. Se forma un grupo de 12 estudiantes como máximo.
3. Se da a cada integrante del grupo una “hoja para *collage*”.
4. Se pide a los integrantes del grupo que se sienten en el piso alfombrado y que de manera individual realicen un *collage* de palabras que ellos relacionen con el teléfono móvil.
5. Se dan suficientes tijeras, pegamento y revistas.
6. Se da un tiempo de 30 minutos para que de manera individual cada participante elabore y entregue su propuesta de *collage*.
7. Una vez concluida la participación de los integrantes del grupo, se les dan las gracias y se les invita a continuar con la dinámica llamada “Experiencia”.
8. La hoja para *collage* se muestra a continuación.

3. EXPERIENCIA ESTÉTICA O SENSIBLE

1. Se designa un salón con suficiente luz y ventilación.
2. Se cuenta con un piso alfombrado dentro del salón.
3. Se forma un grupo de 12 estudiantes como máximo.

4. Se dará a cada uno de los integrantes una pluma y una hoja para la Experiencia.
5. Se pide a los integrantes del grupo que se recuesten sobre el piso alfombrado.
6. Se pone música clásica suave.
7. El investigador pide a los integrantes del grupo que se relajen y que cierren sus ojos.
8. El investigador, con voz relajada, les dice que aspiren y exhalen lentamente y va al grupo.
9. El investigador les pide que en un viaje imaginario, vayan poco a poco a sus años de adolescencia y luego a los de su niñez.
10. El investigador solicita a los integrantes del grupo que recuerden todo sobre su primera experiencia con un teléfono móvil, que recuerden el lugar, a las personas, sus emociones y todos los detalles de ese momento.
11. El investigador hace una pausa y les pide que traigan del recuerdo la experiencia más significativa, en caso de que sea distinta a la anterior en la que conscientemente usaron su teléfono móvil.
12. Ahora el investigador hace una pausa y da un tiempo para que ellos recuerden perfectamente.
13. El investigador solicita a los integrantes del grupo que abran sus ojos y les pide que en sus hojas de "Experiencia" expresen por escrito todo lo recordado.
14. Se da un tiempo para que escriban y entreguen la hoja con sus relatos.
15. Una vez concluida la participación, a cada integrante se le dan las gracias, y se les obsequia un chocolate.
16. La hoja para la experiencia se muestra a continuación.

RESULTADOS

Después de haber realizado las dinámicas citadas anteriormente, reportamos los siguientes resultados:

1. GRUPO DE ENFOQUE

- **Para hablar**

Algunos participantes del estudio de campo comentaron que sus llamadas recibidas son de su madre o de su padre, quienes los andan "checando". Situación que parece no agradarles. Otros comentaron que cuando se daban cuenta que era alguna llamada de sus padres simplemente no contestaban o fingían ruidos de interferencia si querían cortar la llamada. Esto habla del ingenio, pero también del control que

los jóvenes experimentan gracias a este medio de comunicación. Otros comentaron que en alguna ocasión fueron testigos de los “regaños” que las mamás hacían a sus compañeros o amigos a través de una llamada por el celular. La mayoría comentó que era poco común que platicaran por el celular con sus amigos o compañeros de clase, pues las llamadas salen “caras”, por lo que si hablan por el teléfono móvil, sólo es para “avisar donde estaban”, o “a qué hora saldrían de clases” ya fuera a la pareja o a los padres, pero que por lo regular, si hablan por el móvil, era porque a ellos les llamaban.

- **Para enviar mensajes**

Los participantes de nuestro estudio de campo comentaron que envían más mensajes que realizar llamadas, principalmente por que el mensaje es instantáneo y su costo es menor que el de una llamada. Además comentaron que estos mensajes de texto los realizan para su pareja, amigos, familiares y compañeros de la escuela, pero no así con sus padres. Podemos observar a través de estas líneas que estas conductas sociales, hablan de los rituales de amistad y de cortejo que se expresan a través del móvil.

Algunos participantes de nuestro estudio de campo comentaron que empleaban el celular también para organizarse entre ellos y poder verse en grupo o en fiestas. Sin duda, esta aplicación ha contribuido para que los miembros de ciertos grupos o subculturas puedan ponerse en contacto de manera rápida, discreta y directa. Digamos que el mensaje de texto da fluidez al interior de la red. Podemos advertir que este medio brinda la posibilidad de un contacto permanente entre amigos, tal como se puede apreciar por los jóvenes del estudio que realizamos.

Creemos que si los jóvenes están en contacto permanente, simplemente el tiempo transcurre de otra manera, y no podemos hablar de llegar temprano o tarde, ya que en realidad todo el tiempo se está *presente*. Se ha roto de alguna manera esa necesidad física que implicaba presencia, ahora, la simple voz y saber que están disponibles casi las 24 horas basta. Ahora la presencia/ausencia se dimensiona desde otro ángulo. Se está presente siempre, en virtud de que se perciben *siempre conectados*.

- **Como despertador**

Los participantes de nuestro estudio de campo emplean habitualmente esta función. Incluso comentaron que también lo usaban como reloj, incluso algunos comentaron que aun cuando portaran un reloj tradicional de pulsera, veían el teléfono móvil para consultar la hora.

- **Para sacar fotos, escuchar música, agendar, jugar y filmar videos**

Algunos participantes de nuestro estudio de campo comentaron que “bajaban” la música que les gustaba por internet, a través de sus computadoras, luego la pasaban al móvil y la compartían con algunos compañeros de la escuela.

Otros comentaron que les gustaba portar su móvil y sacar fotos o videos de cosas curiosas que les pasaban en el camino. Algunos comentaron que empleaban el móvil para sacar fotos o “poner” música, sobre todo en fiestas a las que iban. Algunos más dijeron que empleaban los juegos del móvil “en los tiempos muertos”, “al esperar el camión” o para quitarse lo “aburrido” principalmente.

- **Para navegar por páginas web, chatear y revisar su mail**

Hemos agrupado en esta categoría las aplicaciones que tienen que ver con el acceso a internet, ya que presenta porcentajes muy similares. Parece, a decir de esta encuesta, que estas funciones aún no son demandadas a través de este medio. Algunos integrantes del grupo de estudio comentaron que alguna vez han empleado el celular para entrar al internet y “consultar la cartelera del cine y cosas así”, pero que de fijo no lo usan, que prefieren “chatear o entrar a internet a través de la computadora”, porque “es mejor y más fácil” y pueden pasar un muy buen tiempo haciendo esa actividad.

- **Le da otro uso**

Dentro de esta categoría podríamos pensar que se encuentran las funciones: calculadora, linterna, cronómetro, etc., que le dan un toque *extra* a esta tecnología. Algunos participantes de nuestro estudio de campo comentaron que pintaban sus teléfonos con plumón, para poderlo despintar y volverlo a pintar después. Algunos otros dijeron que decoraban sus teléfonos móviles con colgantes para celular o estampas auto adheribles. Que les gustaba personalizarlos.

Algunos participantes de nuestro estudio de campo comentaron que lo usaban como linterna —incluso así dijeron que “dice en el celular linterna”. También comentaron que esta función la ocupaban cuando “se iba la luz”, o “para ver la chapa de la puerta y poder introducir bien la llave para abrirla”. Algunos participantes del estudio de campo comentaron que la función de calculadora “era útil, aun cuando no la usaban con frecuencia”.

2. COLLAGE

Año 5, N° 8 • Julio-Diciembre 2010



3. EXPERIENCIA ESTÉTICA O SENSIBLE:

Mujer de 22 años

“Recuerdo que mi papá tenía un celular por parte de la empresa donde trabajaba. Era un Ericsson (antes de que fuera Sony Ericsson), negro, muy grande y muy ancho; recuerdo que era algo pesado, tenía una pantalla verde (de luz verde) con letras negras cuadradas (estilo calculadora). Parecía un teléfono convencional con una gran antena. Me gustaba jugar con él, yo era muy pequeña y me atraía el sonido que hacía las teclas, ya sabía leer y me metía a indagar contenidos, saber cómo estaban estructurados. Fue de las primeras secuencias lógicas a nivel tecnología que pude entender.”

Hombre de 20 años

“Mi primera experiencia con un celular fue cuando mi mamá se compró uno, estaba muy impaciente porque no llegaba y yo quería verlo, y cuando llegó y me lo prestó, sentí cierta decepción porque yo esperaba algo más impactante.”

Mujer de 20 años

“Cuando iba a la secundaria y comenzaron a aparecer los primeros celulares, recuerdo que la primera vez que vi uno fue porque mi abuela lo había comprado y me pidió que le enseñara a usarlo. Cuando lo vi era tan interesante, recuerdo que era del tamaño de mi mano, color plata y no muy grueso, las luces al prenderlo y salía una carita feliz al inicio (😊). Empecé a experimentar tocando todos los botones con cuidado y activando cada “función” para ver a qué se refería. Lo tocaba con mucho cuidado porque sentía que se podía desarmar o romper en cualquier momento. Conforme empecé a indagar en él, me gustaba más: los colores, los dibujos que aparecían y hasta el apretar botones. Rápidamente “le agarré la onda” y comencé a jugar y experimentar con él, no podía creer que de verdad un aparatito así de pequeño pudiera hacer varias cosas. Lo que más me gustó fue cuando me metí a los “tonos”, eran muy sencillos y sonaban de manera graciosa, pero me gustaba escucharlos.”

Hombre de 19 años

“La primera vez que tuve un celular en mis manos fue el día del cumpleaños de mi hermano menor, quien cumplió 8 años, el 2 de mayo. En ese tiempo yo tenía 10 años y en aquel día celebramos los 2 cumpleaños juntos. A mi hermano le regalaron un balón de fut y a mí el celular, todo fue felicidad porque estaban mis seres queridos; me sorprendió porque nunca había tenido un celular en mis manos, fue algo nuevo y misterioso, así que me entretuve un buen rato y todos los días para aprender sus funciones y se me hizo una experiencia muy agradable que no olvidaré.”

Mujer de 18 años

“Mi primer encuentro con el celular: Fue un día nublado... mi papá quería premiar mis buenas calificaciones, así que nos llevó a mi hermana y a mí a una tienda de telefonía celular. Yo siempre había soñado con un celular que fuese mío y que estuviera a la moda...así que lo más novedoso en ese tiempo fue que sacara fotos, tuviera infrarrojo y radio...¡Y ahí estaba! Fue un NOKIA 5300, me sentí tan emocionada y feliz de adquirirlo...tenía nervios de lo que dijeran de mi celular en la escuela y claro iba a ser “FASHION” como la demás gente, mmm... también me lo compraron por seguridad de saber donde estaba. Mi celular era grande, a color y con tapas intercambiables...pero tiempo después me aburrí y lo vendí!”

ANÁLISIS DE RESULTADOS

1. GRUPO DE ENFOQUE

Esta dinámica nos permite iniciar el tema del teléfono móvil frente al grupo de estudio. Los integrantes liberan algunas miradas y risas escépticas ante las primeras palabras del investigador: “soy un ser de otro planeta, nunca antes ha visto un teléfono móvil”, y con ello se relaja el ambiente y ellos se muestran tranquilos para hablar y comentar ampliamente sobre los usos que dan al objeto. En esta parte del estudio, por los resultados obtenidos, podemos conocer lo que el objeto significa, pero aún no lo que el objeto simboliza.

2. COLLAGE

Esta parte del estudio nos permite fracturar la barrera de las respuestas lógicas y esperadas sobre el objeto y nos lleva a mirar un poco la simbolización que se hace del mismo. El hecho de que el grupo de estudio haga un *collage*, sentado en el piso, con tijeras y pegamento, logra que ellos se sientan como en la *escuela primaria* y esto facilita que se expresen más libremente. En los *collages* podemos apreciar una mezcla de palabras en las que los símbolos empiezan a mostrarse. Sin embargo, no podemos aventurarnos a concretar. La mezcla, si bien nos da una idea, aún es un paso previo y no podemos detenernos en este punto y concluir. Por supuesto que los *collages* podrán retomarse al final del estudio para ver precisamente qué palabras ya aparecían y corresponden a la simbolización.

3. EXPERIENCIA ESTÉTICA O SENSIBLE

En esta parte del estudio, las emociones y la simbolización se liberan completamente. El hecho de que los participantes se encuentren recostados, cómodos y relajados, permite que los recuerdos se

muestren de manera nítida, para que toda esa dimensión de las primeras experiencias sensibles o improntas se recupere. Hasta aquí podemos ver cómo esta secuencia de dinámicas va permitiendo, a manera de tamiz, que la simbolización y su emoción correspondiente se muestren y con ello puedan precisarse.

A continuación nos centraremos en los resultados de la última dinámica que muestra de manera definitiva la simbolización del teléfono móvil. Para ello, comparamos las experiencias sensibles de los participantes, reunimos los mensajes comunes que aparecen en ellas y los ubicamos en los siguientes temas que aparecían recurrentemente:

APARIENCIA DEL OBJETO

Claramente podemos distinguir que los participantes hablan de teléfonos de apariencia distinta, unos pertenecen a la primera generación (1G) y también podemos apreciar que hay referencia de teléfonos de la segunda generación (2G). En los casos en los que los participantes hacen referencia al teléfono móvil de la primera generación (1G), son las teclas que emiten sonidos las que invitan a ser tocadas. En los casos en los que los participantes hacen referencia al teléfono móvil de la segunda generación (2G), son los botones y sus sonidos los que invitan a ser tocados, además, sobresale el interés por las *funciones*, que llenas de luz, tonos, colores y gráficos emocionan a los participantes. A pesar de la gran diferencia en su apariencia, todos ellos simbolizan un juguete interactivo y la novedad.

Este hecho es muy importante porque nos dice que aun cuando el teléfono móvil, que en un inicio tenía únicamente una función y la apariencia de un “ladrillo”, como le nombran ahora, en su momento para nuestros participantes era una novedad y un juguete interactivo. Y que cuando se transformó en un teléfono más ligero, incorporó más funciones y contaba ya con una apariencia distinta, siguió simbolizando un juguete interactivo y novedoso.

EMOCIONES Y SENSACIONES

La felicidad y la emoción son, sin duda, los estados de ánimo que el teléfono móvil despertó en este grupo de estudio, y por tanto son las emociones que ellos buscarán experimentar una y otra vez, al adquirir o interactuar con este objeto.

SIMBOLIZACIÓN DEL OBJETO

Podemos ver muy claramente que el teléfono móvil, para este grupo de estudio en particular, simboliza inconscientemente la *novedad* y un *juguete interactivo*, por lo que ya tenemos parámetros muy importantes para conceptualizar el diseño estético del objeto, que sin

este tipo de estudios desconoceríamos por completo. Creemos que esa parte interactiva, en la que el objeto emite respuestas ante el toque del usuario, y que le permite indagar y explorar *dentro del objeto*, contribuye a que la experiencia sensible del teléfono móvil se dé de manera lúdica.

Ahora bien, cuando los participantes nos hablan de moda o de “lo fashion”, destacan el hecho de que el objeto se volvió una especie de “estatus” dentro de su contexto, y que ellos al portar el teléfono móvil sienten que son admirados, envidiados o aceptados por ello; *están a la moda*. Recordemos que según las palabras de Margulis, M. (2008), “la juventud es consumidora de moda y objeto de la moda” y es claro que los teléfonos móviles han caído como *anillo al dedo* al respecto.

AMBIENTE SOCIAL EN EL QUE SE PRESENTA EL OBJETO

Se observa que es en el ambiente familiar en el que se relacionan los participantes con el objeto, y que son los padres los que primeramente llevan a casa el objeto o lo regalan a sus hijos por motivos especiales. Esto es muy importante porque además de que el objeto cuenta con la aprobación de los padres para su uso, refuerza el hecho de que los participantes se sientan apreciados y reconocidos cuando son los mismos padres quienes les obsequian el objeto como un reconocimiento a sus esfuerzos. El objeto por tanto viene a ser un *premio*, confiere un carácter de distinción y de estatus a quien lo porta. Es así un objeto idealizado y anhelado de manera personal, ya que hablará de que somos responsables, estudiosos y buenos hijos. Es como *una medalla de primer lugar colgada al cuello*.

ESPÍRITU DE LA ÉPOCA

Para este análisis nos basamos en la impronta que relató uno de nuestros participantes ante un teléfono móvil de la segunda generación, que desde nuestro punto de vista refleja claramente el *espíritu de la época*, el cual según Bürdek (1999), contiene aquellas grandes tendencias trascendentes, que modifican la forma de los objetos y no pretenden ya una validez para todas las épocas, pues se encaminan hacia el futuro y proyectan utopías. Además de que todos los sectores de la vida —estado, derecho, economía, arte, filosofía, religión— están influidos por este espíritu del tiempo y son a su vez representantes del mismo, así como los objetos cotidianos y su diseño. Así, el espíritu de la época que encontramos dentro del relato nos dice que el objeto está innegablemente impregnado de inmaterialidad, infinitud y fragilidad.

CONCLUSIONES

Esta investigación claramente nos ha permitido ver que las improntas o experiencias sensibles revelan muchos ángulos interesantes sobre cómo un grupo de personas, inmersas en su cultura, codifican o simbolizan de manera implícita e inconsciente, los objetos que se presentan en su vida. Podemos concluir que la experiencia sensible de este grupo de estudio se caracterizó por ser lúdica y emocionante, en tanto que la simbolización corresponde a la de un juguete interactivo y a la novedad. Cabe mencionar que aun cuando las improntas se dieron con teléfonos de la primera generación (1G) y de la segunda generación (2G), cuya apariencia es completamente distinta, la simbolización resultó ser la misma. Esto llama la atención cuando comparamos la apariencia y las funciones de ambas generaciones de móviles en el mismo tiempo y espacio; sin embargo, situando cada generación en el momento en el que apareció, podemos constatar que conservan la misma imagen simbólica para los participantes de este estudio.

Atendiendo a los resultados de este estudio, podemos apreciar cómo el entretenimiento, uno de los usos que se da a los medios de comunicación en general, en nuestro caso, viene muy de la mano con el aspecto simbólico que se encontró. Es claro entonces que el diseño estético de este objeto necesitaría tomar en cuenta este carácter simbólico, el cual está dictado por lo lúdico, lo emocionante y lo novedoso. Bajo este orden de ideas, cuando Anna dice que “la categoría estética que ahora está sobre la mesa es el entretenimiento, la diversión, el disfrute por entretenido. Con todo, no necesariamente las propuestas del diseño caen en el ámbito de lo divertido ni mucho menos.” (Calvera: 2007, 22).

Nosotros podemos decir que algunos de los valores estéticos que se aprecian del teléfono móvil, al menos dentro de nuestro estudio, son precisamente la diversión, el disfrute y el entretenimiento. Parece entonces que en el ámbito del diseño necesitamos reconocer y aceptar que esos valores estéticos, derivados de la cultura, realmente están presentes; por lo menos, los resultados de nuestro estudio así lo manifiestan. Creemos, después de lo expuesto aquí, que el teléfono móvil reúne las características necesarias para relacionarse con el lema “toca, juega y aprende”, muy difundido por el Papalote Museo del Niño. Creemos por tanto que no porque el teléfono móvil simbolice un juguete interactivo y novedoso, esto demerite el trabajo de diseño que gira en torno a él.

Cabe destacar también que este estudio encontró que el teléfono móvil es aceptado a nivel familiar, tanto que es valorado como un premio.

Además, a nivel social, es un objeto que refleja la moda. Lo anterior nos habla claramente sobre lo que Margulis M. (2008) dice: “la juventud es consumidora de moda y objeto de la moda.” Por lo anterior, creemos que la visión del diseñador y la dinámica de los propios productos u objetos que él propone están fuertemente influidos por este sistema de simbolización cultural e inconsciente, el cual marcha muy bien al ritmo del mercado y en el que de una u otra manera necesitan encajar los objetos de diseño.

También resultó muy interesante que uno de los relatos nos llevara a pensar en el espíritu de la época, que marca las tendencias dentro de las cuales, las formas de los objetos se plasman. En el caso de nuestro estudio encontramos que éste está impregnado de inmaterialidad, infinitud y fragilidad.

PROPUESTA

Cuando Anna Calvera (2007) afirma que la esperanza del diseño está actualmente puesta en la estética como discurso y como propuesta, también deja muy en claro que hasta hoy, dentro del mundo del diseño, hay una incomprensión de la misma, ya que ésta se reduce a simples operaciones de cosmética. De lo anterior podemos concluir que parte de esa incomprensión estética que gira en torno a los objetos de diseño, podría resolverse si se explorará, a partir de la experiencia estética o sensible, ese universo simbólico que deriva de ella.

Bajo estas ideas surge nuestra propuesta, la cual retoma las investigaciones del Dr. Rapaille Clotaire (2007) sobre la impronta y el código cultural y las correlaciona con la experiencia sensible y la simbolización de los objetos a nivel inconsciente, para con ello conocer, a partir de la experiencia sensible, ese universo simbólico y estético que rodea a los objetos de diseño. Proponemos asimismo que este tipo de estudios se lleve a cabo con más utensilios, incluso con términos empleados en diseño, hecho que sería muy valioso porque nos permitiría conocer esa realidad estética, social y cultural dentro de la cual se insertan los objetos que diseñamos.

FUENTES DE CONSULTA

BIBLIOHEMEROGRAFÍA

1. Bürdek, B., *Diseño. Historia, teoría y práctica del diseño industrial*, Gustavo Gili, España, 1999.
2. Calvera, A., *De lo bello de las cosas. Materiales para una estética del diseño*, Gustavo Gili, España, 2007.
3. Clotaire, R., *El código cultural*, Norma, México, 2007.
4. Di Stefano, M., *Metáforas en uso*, Biblos, Argentina, 2008.
5. Hernández, M., "Teoría de la sensibilidad, Teoría de las humanidades. El proyecto filosófico de la estética de A.G. Baumgarten", en *Cuadernos Dieciochistas*, Vol. 4. Universidad de Salamanca, España, 2003.
6. Minsky, R., *Psicoanálisis y cultura. Estados de ánimo contemporáneos*, Cátedra, España, 2000.
7. Sampieri et al., *Metodología de la investigación*, Mc Graw Hill, México, 2006.

INTERNET

1. Youtube, "60 Minutes II - TurboChef & Dr. Rapaille", 2009: <http://www.youtube.com/watch?v=SWiMhNEha90&feature=related>, Fecha de consulta: 17 de enero de 2010.