

13.4.2 Aceptación de las Tendencias Plástico - Sensoriales Tradicionales en la Sociedad Mexicana - Correlaciones

A través del estudio de los estilos cognitivos se pudo constatar igualmente que existen claras diferencias entre los medios rurales, urbanos y de clase social identificándose dos principales tendencias: *Independientes al entorno y dependientes del entorno*; Tendencias que como se ha expuesto detalladamente en anteriores apartados, provienen de la manera de percibir el mundo, originados principalmente por factores ambientales, (ya que si bien tienen cierta influencia los factores genéticos la evidencia favorece ciertamente a los factores ambientales, y en todo caso a una interacción de disposiciones genéticas y factores ambientales), es decir por las prácticas de socialización, educación, y crianza, además de ciertos factores ecológicos.

Ahora bien estos estilos cognitivos (es un hecho demostrado de acuerdo a los estudios citados), van a tener un claro paralelismo con las escalas psicológicas que miden la mexicanidad tradicional, es decir escalas psicológicas que miden el grado de aceptación de la cultura tradicional en todos sus aspectos (esto son aspectos como las formas de pensar acerca de nosotros y de los demás o expresándolo en forma más sencilla en la mayor parte de los dichos, proverbios y moralejas mexicanas, en las ideas que se tienen acerca de los deberes que entre sí tienen los individuos que componen el núcleo familiar en México, las reglas tradicionales de la cultura social, y por extensión la inclinación y uso de la plástica y los productos tradicionales, todos ellos elementos que de diversas formas nos los heredaron nuestros antepasados ya que fueron pasando de generación en generación), por lo que según los trabajos consultados tanto más dependiente o sensitivo es el sujeto al entorno cuanto más mexicano tradicional es, y tanto más independientes del medio cuanto más se rebelen contra las premisas socioculturales mexicanas, (mientras más los individuos se conformen, exageren o se rebelen contra los mandamientos de sus socioculturas tenderán hacia una dependencia o independencia de su ámbito, así los sujetos que más se rebelan contra su sociocultura son y serán aquellos que reciben mayor educación formal).

Así, ampliando este aspecto las tendencias encontradas en cuanto a estilos cognitivos fueron: Entre más alta es la clase social existe en los individuos una mayor tendencia a la independencia del entorno (mexicanos con tendencias poco tradicionales); La mayoría de las clases urbanas muestran una mayor tendencia hacia la independencia del entorno (tendencias menos tradicionales) que las rurales; Los individuos que han aceptado o que su conducta responde en mayor medida a la cultura tradicional mexicana muestran una mayor tendencia hacia la sensibilidad al entorno; Individuos de más de cuarenta años muestran una mayor tendencia que los demás grupos de edad hacia la sensibilidad al entorno; Entre los 5 y 15 años se da en general una tendencia hacia el incremento de la independencia del entorno (rebeldía contra tendencias y educación tradicionales).

Por lo anterior se puede decir que la dependencia y sensibilidad al entorno, tendencia de gran incidencia en las clases bajas, va a implicar la aceptación de las tendencias más tradicionales de México en todos aspectos entre ellos la preferencia por los atributos plástico sensoriales reflejados en los productos; Y en las clases medias y altas donde la tendencia cognitiva es de gran incidencia hacia la independencia del entorno van a aceptar en menores grados los elementos tradicionales mexicanos entre ellos su cultura material y por consiguiente su plástica sensorial.

Como lo veremos a continuación estas afirmaciones no resultarán arbitrarias sino por el contrario se comprobarán y reflejarán claramente tanto en el estudio de todos los atributos sensoriales mexicanos pertenecientes a la producción material tanto a la prehispánica como a la popular, además de reflejarse y comprobarse también a lo largo del estudio de las diversas subculturas que componen la sociedad mexicana, como se verá más abajo.

Así de acuerdo con lo anterior y en referencia a los diferentes estudios de los atributos sensoriales mexicanos, se ha demostrado también a través de su estudio, que efectivamente los bajos estratos de la sociedad mexicana por medio de la expresión de su sentir, de sus gustos, creatividad e inclinaciones plasmadas en el arte popular se puede afirmar que existe una fuerte y clara aceptación por los atributos plásticos sensoriales tradicionales mexicanos; Como se recordará, este estudio, fue abordado desde dos perspectivas la prehispánica y la del arte popular debido a que la cultura material mexicana se integró a través de la historia de la vasta herencia dejada por los artistas - artesanos del mundo prehispánico, así como por todos aquellos elementos plástico sensoriales traídos con la cultura impuesta por los conquistadores y que con el tiempo fue asimilada por el pueblo mexicano y plasmada en la generación de su expresión plástica popular.

Haciendo referencia ahora al estudio de las subculturas, como se recordará se mencionó y expuso ampliamente el por qué y cómo es que México es actualmente una sociedad plural culturalmente heterogénea, donde subsisten grupos humanos colonizados, superexplotados, y subempleados, (es a través de la historia, la política, la estructura social, la personalidad, la economía y las condiciones ecológicas o ambientales los elementos que permiten explicar las diferentes subculturas entre los diversos grupos nacionales), distinción y diferenciación de clases o subgrupos sociales que se traduce en una gradación de formas de vida con sus propias manifestaciones subculturales que implican sus propias formas de actuar, sus propias relaciones interpersonales, pautas de comportamiento, actitudes, etc., y por supuesto la determinación de sus gustos estéticos - sensoriales, por lo que van a observar cada uno de ellos una marcada preferencia y elección por un tipo de productos; Productos en los que todo su universo cultural se verá reflejado y en conjunto conformará una determinada tipología de objetos de que se rodearán, así su vivienda, muebles, complementos de mobiliario, vestido, etc., y en general la elección de todo tipo de productos va a estar por lo tanto en estrecha relación entre el individuo con su propia subcultura.

Esta estratificación social implica además un cierto comportamiento psicosocial - los convencionalismos sociales - que involucran (entre otros aspectos) directamente al producto conformando las inclinaciones estético - sensoriales sobre todo en algunos subgrupos en los que se manifestará en mayor medida. Haciendo referencia al producto, estos convencionalismos van a originarse dentro de la sociedad, por que la exhibición de bienes y/o productos serán el código de reputación y notoriedad social del individuo a través de los que las personas juzgarán su prestigio y notoriedad, por lo que se convertirán en un medio de conseguir reputación y nivel social, de manera que va a ser este el origen de importantes influencias convencionales en los individuos relativas a las clases de cosas que pueden consumirse en calidad de objetos de gusto, sin descrédito para el consumidor, ya que la riqueza determinará el estatus, y las posesiones en general se convertirán en un indicador de valor.

Por este motivo en determinadas clases sociales - sobre todo en aquellas que tengan cierta fluctuación y algún tipo de facilidad de ascensión -, habrá miembros que buscarán alcanzar un estatus superior en virtud de sus posesiones, posesiones que el consumidor usuario elegirá no solo por su valor intrínseco sino también por lo que pueden significar, por lo que los productos poseerán un significado personal y social además de su finalidad puramente funcional; Es de esta manera que las cosas que las personas o consumidores adquieren se convierten en símbolos, que indican a los demás quienes son y a qué clase social pertenecen.

En México existe como se ha visto ampliamente en los estudios llevados a cabo acerca de cada uno de estos estratos sociales, una importante influencia de estos convencionalismos sociales que influyen en las clases altas, pero sobre todo y en mayor medida en las clases medias, ya que en las clases bajas debido a su escasa tendencia a la ascensión social se observarán en mucha menor medida.

Son estos los importantes filtros de carácter restrictivo sociocultural y psicosocial por los que va a pasar el mensaje objetual, su satisfacción se medirá por la congruencia del producto con los requerimientos e inclinaciones sensoriales en base a sus cánones de gusto dictados por la pertenencia sociocultural en la que está involucrado o a la que pertenece el usuario.

A continuación se expondrán a través de cuadros explicativos las características generales, y los cánones de gusto que en general rigen la elección de objetos por los individuos de los diferentes subgrupos sociales mexicanos, estratos que como se ha visto, en México se estratifican en seis clases sociales que engloban cada una de ellas a un determinado tipo de persona de acuerdo con la ocupación o actividad que desempeña dentro de la sociedad mexicana, sus ingresos económicos, su nivel cultural, y finalmente sus pautas de comportamiento, los hemos agrupado en tres principales: Clases altas, medias y bajas.

Debemos decir, antes de pasar a la exposición de los cuadros descriptivos, que el análisis y compilación de la información referente a cada una de las subculturas de los estratos sociales nos ha permitido extraer datos importantes acerca de los cánones de gusto que determinan las preferencias de cada grupo social por determinada tipología de productos y de esta forma definir las características, gustos y necesidades sensoriales de los sujetos pertenecientes a este estrato social dentro de la cultura mexicana, características, gustos y necesidades que posteriormente nos han conducido y permitido - conociendo ya las características y propiedades de los atributos tradicionales mexicanos - llevar a cabo las correlaciones entre ambos aspectos.

Con todo lo anterior, podemos decir por lo tanto que desde el ámbito cultural, el conocimiento y manejo de los atributos sensoriales tradicionales en la proyección del producto con identidad cultural, es significativamente importante por que:

- Permite otorgar una identidad cultural determinada a los productos contemporáneos.
- Permite dar a conocer al proyectista las características y la existencia de los atributos sensoriales tradicionales y los conduce a su manejo práctico en la proyección del producto mexicano actual.
- Permite al proyectista - a través del conocimiento de todos los atributos plástico - sensoriales tradicionales de la cultura mexicana y las necesidades gustos e inclinaciones sensoriales de los subgrupos que componen en México la sociedad actual -, conducir al atributo tradicional plástico sensorial a una evolución, a través del manejo y aportación de una tendencia contemporánea en la caracterización cultural al producto de hoy.
- Permitirá hacer afable y aceptable estos atributos tradicionales de manera particular y adecuada a cada sector de la sociedad actual manejándolos y aplicándolos adecuadamente al producto
- Permite la preservación, conservación y plasmación de la identidad cultural al mismo tiempo que evoluciona y se adapta a los cambios históricos socioculturales que caracterizan la sociedad actual.

CLASES ALTAS MEXICANAS					
Generalidades	Determinantes cánones de gusto	Cánones de Gusto			Pautas Diseño Productos
		Tendencias generales	Tendencias minoritarias	Ejemplos en los que se refleja	
<p>Se estima que constituye 6% de sociedad mexicana, subdividida en clase alta- alta (1% aprox) y alta - baja (5% aprox.)</p> <p>Integrada por: Grandes comerciantes e industriales, grandes propietarios de inmuebles, banqueros, agricultores ricos, profesionistas e intelectuales de altos ingresos, altos funcionarios del Estado.</p>	<p>Ocupa la cabeza de la estructura social: impone pautas culturales, posee control social, político y económico.</p> <p>Oficializa e impone su cultura: La cultura nacional, es decir expresiones artísticas, científicas, etc., producto de los estratos mas privilegiados de estas clases que estructuran las formas más altas y refinadas de la cultura de producción mexicana y que por su prestigio ostentan el calificativo de cultura nacional.</p> <p>Sus pautas o modos de vida se convierten en pautas de referencia para estratos inferiores en los que influye en diferentes grados.</p> <p>Al disponer de grandes recursos económicos tiene acceso a cánones extranjeros considerados por ellos como "refinados y de buen gusto".</p>	<p>Es aquella que muestra una mayor influencia de culturas extranjeras en sus gustos y preferencias: Actualmente sobretodo de la estadounidense.</p> <p>Son los principales consumidores de productos extranjeros</p> <p>La clase alta baja o los llamados "nuevos ricos" son aquellos que buscan artículos que además de calidad reflejen lujo y glamour.</p>	<p>El consumo llamativo en los muy ricos o en las elites ha perdido importancia: Rechazan los artículos relacionados con derroche de riqueza y extravagancia.</p> <p>Interés reciente del reducido grupo de elite político e intelectual por productos folklóricos o artesanales mexicanos.</p> <p>Existencia de cierto gusto de los dos estratos de las clases altas por productos mexicanos de alta influencia extranjera que hoy se producen en México aunque a precios altos.</p>	<p>Encargan la creación de productos artesanales destinados al ornamento (Pequeñas esculturas, figuras varias), y al ocio (juegos de ajedrez) a un reducido grupo de artesanos a los que sugieren la temática nacional (arte contemporáneo mexicano: Frida Kahlo, Rivera, etc.) a aplicar en estos productos.</p> <p>Loza blanca poblana o talavera, vidrio de pepita (vasos, contenedores etc.), jarrones, sartenes, ollas de cobre.</p>	<p>Para crear una cultura material contemporánea mexicana dirigida a este grupo:</p> <p>Integración de atributos sensoriales pertenecientes a la temática y cultura nacional en muchos casos de cierto contenido intelectual y/o moral sobre todo para productos dirigidos a la clase alta alta.</p> <p>Para la creación de productos dirigidos a la clase alta baja será necesario el que a través de los de materiales, y los atributos sensoriales se reflejen conceptos como el del lujo.</p> <p>Productos dirigidos a la clase alta baja presencia sutil evolucionada y transformada del atributo sensorial tradicional popular.</p> <p>Amplias referencias a elementos plástico sensoriales de la denominada cultura nacional.</p>

Tabla 83. Requerimientos sensoriales de los individuos pertenecientes a las clases altas que integran la sociedad mexicana, y su expresión en el producto en el ámbito estético comunicativo.

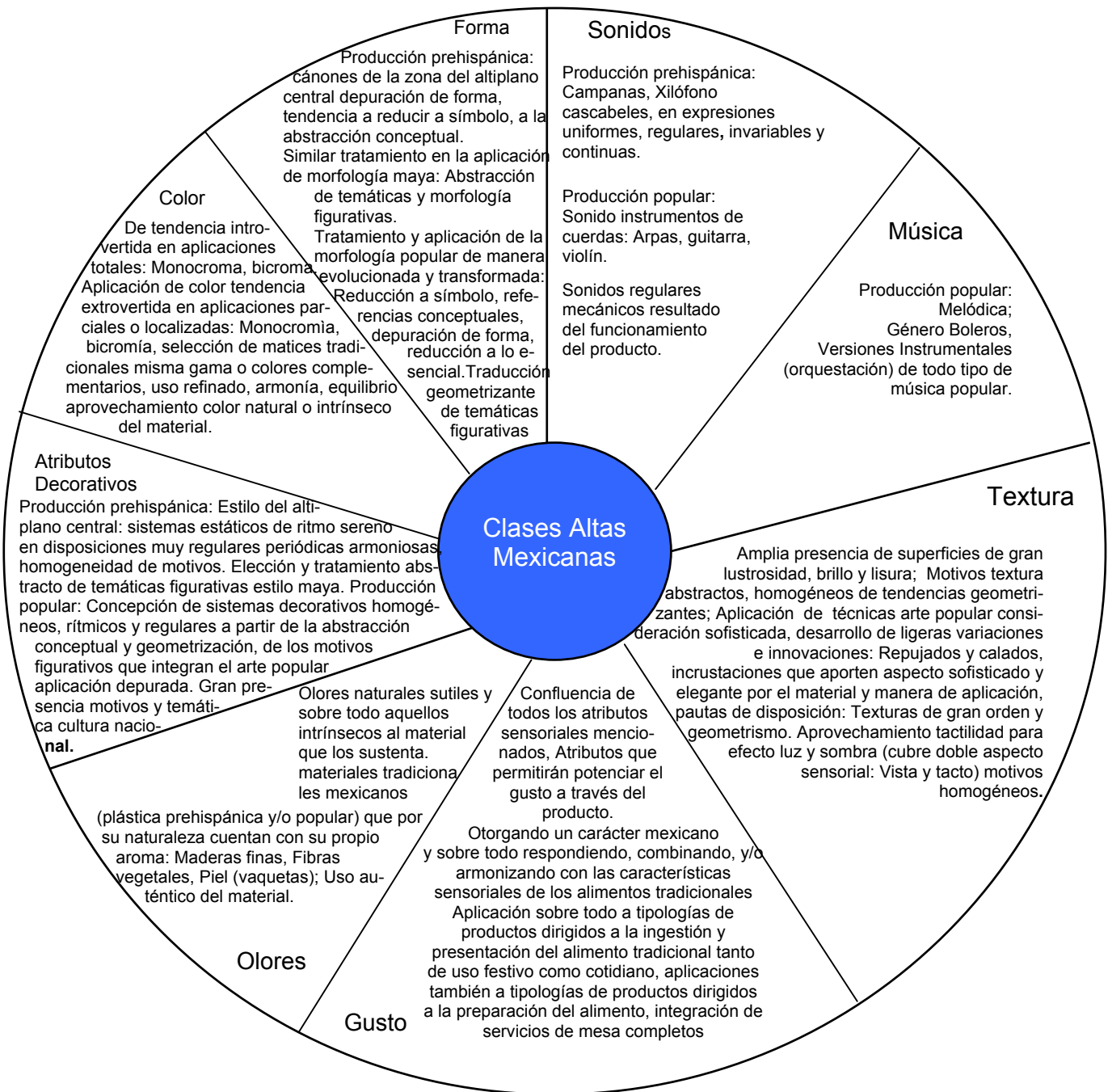


Figura 46. Atributos sensoriales pertenecientes a la cultura mexicana que de acuerdo a sus propiedades y características están relacionados con las clases altas mexicanas.

CLASES MEDIAS MEXICANAS			
Generalidades	Determinantes Cánones de Gusto	Cánones de Gusto	Pautas de Diseño
<p>Actualmente representa con sus dos subgrupos aproximadamente el 34% de la población.</p> <p>Media Alta: Integrada en general por pequeños industriales, pequeños comerciantes y parcialmente de profesionales y algunos funcionarios.</p> <p>Media Baja: Integrada en general por empleados de la administración pública y de la banca, obreros calificados, y técnicos.</p>	<p>Constante interés por ascender y mejorar su situación Buscan la respetabilidad social y económica principalmente por los demás miembros de su sociedad.</p> <p>Identifica sus propósitos con los de las clases altas imitándolas</p> <p>Muestra una tendencia a mantener las apariencias y a observar las formas sociales</p> <p>Sobre todo el sector acomodado (clase media alta) buscará su ascenso máximo dentro de la jerarquía social.</p> <p>Fenómeno psicológico de estos grupos ante la imposibilidad de ascenso dentro de la escala social: Simulación de posición social superior imitando usos y costumbres de las clases altas sobre todo de aquéllas que reflejen gran refinamiento.</p>	<p>Se interesan por aquel tipo de productos que por sus características sensoriales y /o utilitarias reflejen estatus alto, teniendo siempre como referencia las clases altas</p> <p>El canon de lo costoso afectará sus gustos, mezclándolos con las características sensoriales del objeto, que pasarán a ser aceptados como características bellas de los artículos costosos.</p> <p>Significativa presencia de la fe religiosa.</p>	<p>Tratamiento de los atributos tradicionales de manera que connoten y reflejen elegancia y refinamiento.</p> <p>Presencia sutil, de gran transformación y evolución del atributo sensorial tradicional popular, amplias referencias a elementos plástico sensoriales y temáticas pertenecientes a la cultura nacional</p> <p>Aplicación de atributos sensoriales con tendencias introvertidas ya que estéticamente connotan una mayor elegancia y refinamiento.</p> <p>Aplicación en la tipología específica de productos que componen sus ambientes cotidianos contemporáneos.</p>

Tabla 84. Requerimientos sensoriales de los individuos pertenecientes a las clases medias que integran la sociedad mexicana, y su expresión en el producto en el ámbito estético comunicativo.

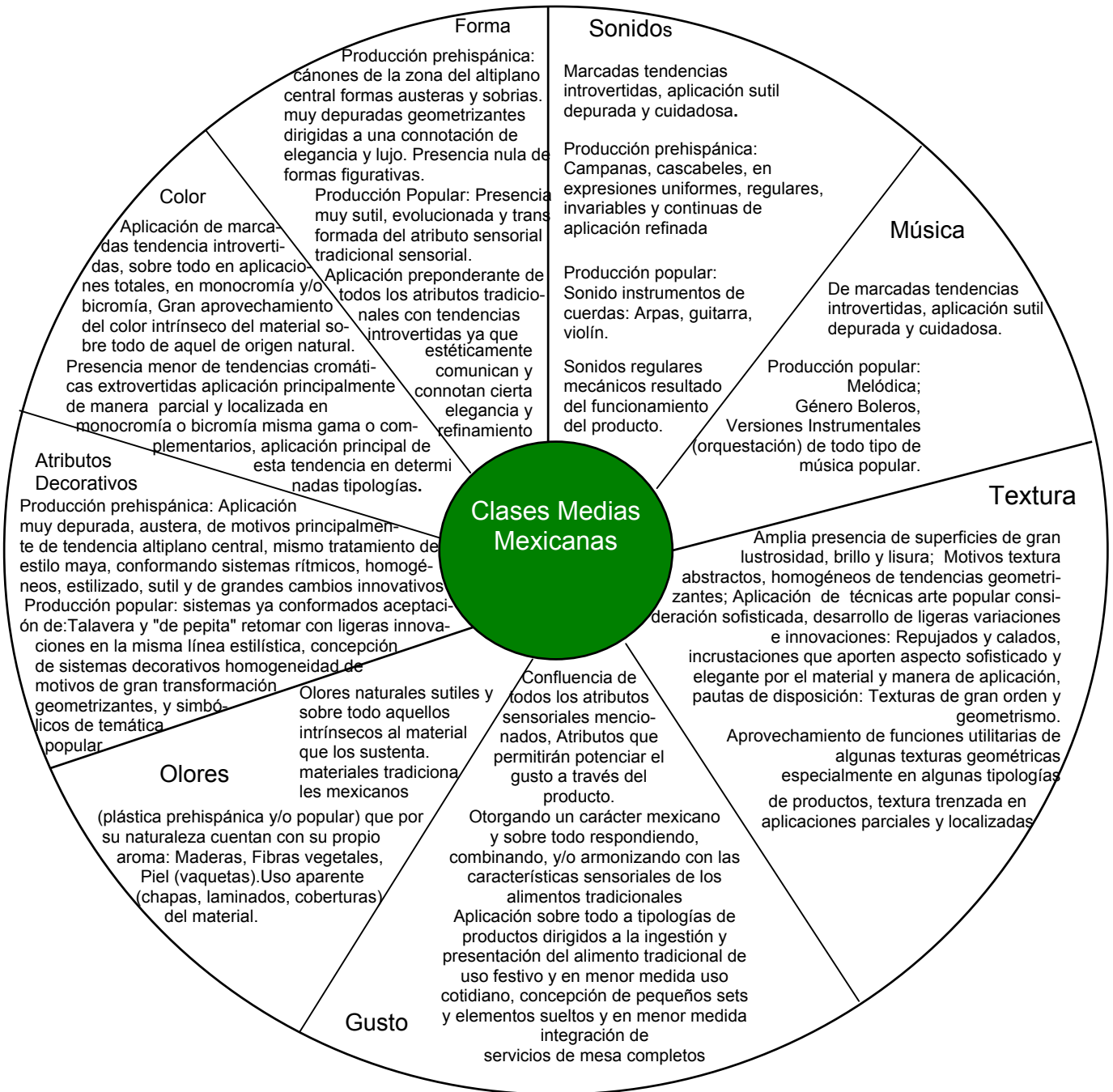


Figura 47. Atributos sensoriales pertenecientes a la cultura mexicana que de acuerdo a sus propiedades y características están relacionados con las clases medias mexicanas.

CLASES BAJAS MEXICANAS			
Generalidades	Determinantes Cánones de Gusto	Cánones de Gusto	Pautas de Diseño
<p>Representa el mayor porcentaje de la población (60%). Integrada por dos grandes grupos:</p> <p>Clase baja - alta conformada por obreros, campesinos (agricultores) constituye el 25%.</p> <p>Clase baja - baja Trabajadores inmigrantes, trabajadores temporales, comerciantes informales, desempleados, constituye el 35%</p>	<p>Escasa movilidad a estratos sociales superiores</p> <p>Se trata de la masa de mexicanos que tienen aún raíces indígenas por lo que conservan, practican y vienen arrastrando, por su origen y forma de vida muchas costumbres y formas de ser heredadas del mundo prehispánico elementos que han logrado conservar.</p> <p>Psicológicamente tienen un temperamento esquizotímico de carácter discontinuo y pendular que los hace estar tanto enaltecidos como deprimidos, tanto en una actitud como en otra. Poseen gran sentido del humor.</p>	<p>Dan poca importancia a los gustos refinados de la elite social.</p> <p>Tienen una gran aceptación por la generalidad de elementos que integran la cultura tradicional mexicana</p> <p>Expresión de la simbología, valores sensibles e intelectuales que acepta y que reflejan sus formas particulares de expresión</p> <p>Los individuos generadores de la expresión plástica del denominado arte popular pertenecen a estas clases sociales</p> <p>Canciones y formas musicales con las que se identifica, acepta y asimila están vinculadas a emociones inmediatas y simples.</p> <p>Gran presencia de valores y de fe religiosa en su vida cotidiana.</p> <p>Presencia en menor medida frente a las otras clases sociales de valores transculturales.</p>	<p>Presencia marcada, múltiple y abundante de atributos tradicionales mexicanos que cuentan con ligeros elementos evolutivos, de transformación o innovativos</p> <p>Presencia de elementos de gran referencia y connotación en referencia a la cultura popular</p> <p>Tipología de productos que respondan a la clase de productos que componen sus ambientes específicos de actividad humana.</p> <p>Mayor uso y aplicación de atributos plástico sensoriales tradicionales que correspondan a tendencias extrovertidas ya que responden a la tipología de expresión mayoritaria en el arte popular - si bien no refleja del todo sus tendencias de personalidad -</p> <p>Escasa referencia a elementos plásticos que forman parte de la cultura nacional (elementos-temáticas, y atributos sensoriales - de la producción artística nacional de las minorías privilegiadas)</p>

Tabla 85. Requerimientos sensoriales de los individuos pertenecientes a las clases bajas que integran la sociedad mexicana, y su expresión en el producto en el ámbito estético comunicativo.

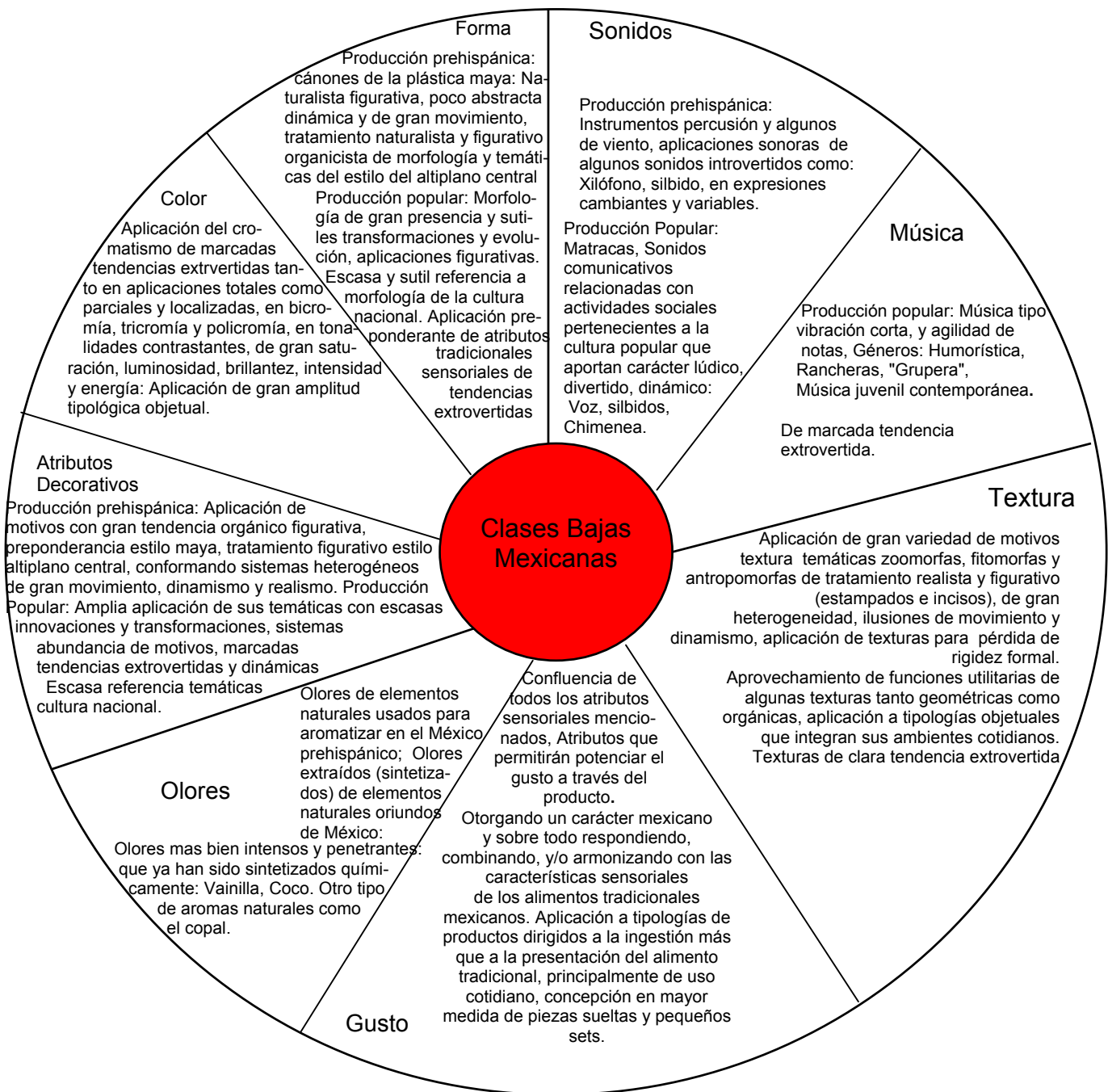


Figura 48. Atributos sensoriales pertenecientes a la cultura mexicana que de acuerdo a sus propiedades y características están relacionados con las clases bajas mexicanas.

13.5 Aplicación e Interrelación de los Modelos Guía Ejemplos Aplicativos

La variedad y amplitud de los modelos guía permiten diversas maneras de aplicación y manejo de ellos en la concepción del producto, ya que su aplicación va a estar determinada por:

- El tipo o naturaleza del producto de que se trate
- La determinación y/o conocimiento del tipo de usuario al que se va a dirigir el producto
- Las características (amplitud, geografía) del mercado que abarcará el objeto
- Las posibilidades técnicas de implantación (de manera indirecta)

Dependiendo de lo anterior en la aplicación de los modelos guía para concebir productos, va a ser posible identificar dos maneras aplicativas, que van a permitir caracterizar, dar una determinada expresividad y un carácter a los objetos: O bien con validez general - universal en base y gracias a los modelos guía que han sido concebidos respondiendo a las cualidades y necesidades sensoriales propias de la naturaleza humana (modelos de las principales tendencias de personalidad humanas, modelos de características y necesidades de cada uno de los géneros sexuales, o modelos de características y necesidades de cada uno de los grupos de edad); O bien con validez local, particular, que puede enmascarar o sobreponerse a los criterios de validez general, en base y gracias a los modelos guía que han sido concebidos en correspondencia con una determinada cultura como lo fueron en este caso los estudios referentes a la cultura mexicana.

Así, las dos maneras aplicativas de los modelos guía para concebir productos van a ser:

1. Aplicación estética connotativa de validez general: Dar una orientación sensorial connotativa hacia alguna o algunas de las características humanas generales del grupo de usuarios, aplicando por lo tanto generalmente uno o dos modelos guía, enfatizando en atributos hacia caracterizaciones de género, de edad, de personalidad o de cultura, si el producto lo requiere y/o si así lo decide el proyectista en correspondencia con la naturaleza del objeto que se está proyectando, con los usuarios a los que pretende dirigirse el objeto y el mercado que abarcará. Así por ejemplo se pueden concebir productos con un claro carácter femenino, masculino, extrovertido, introvertido, infantil, juvenil, o bien, en correspondencia con una determinada cultura (que en este caso los estudios han abordado a la cultura mexicana de la zona central de México).

2. En correspondencia sensorial directa y clara con un grupo de usuarios determinado: Conociendo claramente el grupo de usuarios al que va a ir dirigido el producto y sus características específicas, la concepción del objeto se hará en apoyo a los modelos guía que le correspondan (a varios de ellos), ya que será posible el empleo y manejo de los modelos a través de diversas interrelaciones entre ellos; En este punto es de gran relevancia exponer que:

- Los modelos guía señalan ya en su contenido importantes interrelaciones y por lo tanto otras pautas y posibilidades de aplicación gracias a sus correlaciones con otros modelos, es decir, por ejemplo, las necesidades emocionales de algunos grupos de edad en las que se requiere relajación permiten y conducen a una interrelación con el modelo de atributos sensoriales introvertidos, o por el contrario si requieren por sus necesidades emocionales activación, conducirán a una interrelación con el modelo que señala atributos sensoriales extrovertidos. A continuación se describen otros ejemplos de interrelación entre ellos:

Correspondencias de los modelos de grupos de edad:
Correspondencias de los modelos referentes a la infancia con modelos de género sexual, ya que los individuos en la segunda infancia buscan una importante identificación con su rol sexual por lo que los productos requieren marcados rasgos de género o femeninos o masculinos; Igualmente se mencionan correspondencias de los modelos referentes a la infancia con modelos de tendencias de personalidad (atributos introvertidos y extrovertidos) que responden a diversas funciones y necesidades de estimulación polisensorial física y emocional; Igualmente los modelos referentes a la adolescencia señalan a su vez importantes correspondencias con los modelos de personalidad ya que permiten responder en el producto a la frecuente posición cambiante de la personalidad que generalmente presenta el adolescente: Intimista o excéntrica, de manera que permitirá cristalizar en los productos una mezcla de tendencias estéticas opuestas a través de los atributos sensoriales.

Correspondencias de los modelos de género: Estos modelos tendrán importantes correspondencias con modelos de etapas vitales (edades humanas) ya que señalan las diversas necesidades femeninas o masculinas en las diferentes etapas humanas vitales.

Correspondencias con los atributos de tendencias de personalidad ya que satisfacen determinados requerimientos emocionales y fisiológicos en cada género aliviando y minimizando emociones negativas o incrementando e induciendo a emociones positivas además de responder a sus capacidades sensoriales y a sus innatas preferencias de estimulación de uno u otro sentido (como lo es el auditivo para el femenino y el visual para el masculino).

Correspondencias de los modelos subculturales: Interrelación y correspondencia con los atributos de tendencias de personalidad (atributos introvertidos y las clases medias

mexicanas, atributos extrovertidos y las clases bajas mexicanas) ya que los atributos sensoriales con tendencias introvertidas identificados en la plástica mexicana connotan estéticamente una mayor elegancia y refinamiento con lo que responden a las necesidades de reflejar cierto estatus en el producto.

De esta manera, es posible aplicar los modelos simultáneamente ya que como se ha visto son complementarios y se interrelacionan, de esta forma conducen a integrar el producto.

A continuación se expondrán tres ejemplos de aplicación de los modelos guía en base a grupos de usuarios determinados y a un producto en particular, que corresponderán a las dos maneras de aplicación de los modelos guía que se han descrito más arriba.

Se presentarán tres ejemplos, tres propuestas de posibles aplicaciones en tres productos concretos, que serán desarrollados y expuestos a nivel conceptual es decir buscando que expongan una idea de las posibilidades de aplicación de estos modelos en el proceso de proyectación y mejora sensorial del producto.

Es importante resaltar que queda fuera del alcance de esta tesis la comprobación última de los modelos guía, es decir la contrastación de estos ejemplos de productos por medio de estudios de campo, ya que esta comprobación implicaría su fabricación real, su uso por los individuos durante un determinado período de tiempo, y finalmente el cuestionamiento y recopilación de opinión según la aceptación de los nuevos diseños por los grupos