



ISSN: 2007-2112

H+D

HÁBITAT MAS DISEÑO



PUBLICACIÓN SEMESTRAL, AÑO 6,
NÚMERO 11 / 2014
REVISTA DE DIVULGACIÓN CIENTÍFICA
DE LA FACULTAD DEL HÁBITAT DE LA UASLP.
PRECIO EN MÉXICO: \$60.00
EN EL EXTRANJERO: 8.00 USD



DIRECTORIO

Universidad Autónoma de San Luis Potosí

Manuel F. Villar Rubio
Rector

David Vega Niño
Secretario general

Luz María Nieto Caraveo
Secretaría académica

Fernando Toro Vázquez
Secretario de investigación

Facultad del Hábitat
Anuar Abraham Kasís Ariceaga
Director

María Alejandra Cocco Alonso
Secretaría académica

María Elena González Sánchez
Coordinadora del posgrado de la Facultad del Hábitat

Benjamín Fidel Alva Fuentes
Coordinador de Investigación de la Facultad del Hábitat

Ana Victoria Valdez Méndez
Ricardo Ramírez Hintze
Ismael Posadas Miranda García
Diseño editorial
CEDEM, Centro de Diseño Editorial
Multimedia, Facultad del Hábitat

Carla de la Luz Santana Luna
Editora

Eulalia Arriaga Hernández
Redacción

Ana Luisa Oviedo Abrego
Traducción y corrección del inglés
DUI, Departamento Universitario de Inglés. UASLP

María del Huerto Bettini Bonneric
Traducción y corrección del portugués
Centro de Idiomas UASLP

H+D HÁBITAT MAS DISEÑO, año 6, número 11, Enero-Junio 2014, es una publicación digital semestral editada por la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, Álvaro Obregón #64, Centro Histórico, C.P. 78000. San Luis Potosí, S.L.P. A través de la Facultad del Hábitat por medio del Instituto de Investigación y Posgrado del Hábitat. Con dirección en: Niño Artillero # 150, Zona Universitaria C.P. 78290. San Luis Potosí, S.L.P. Tel. 448-262481. <http://habitat.uaslp.mx>, Editora responsable: Carla de la Luz Santana Luna. Reserva de Derechos al Uso Exclusivo No. 04-2010-120716055100-102, ISSN: 2007-2112. Licitud de Título y Licitud de Contenido: 15577. Registrada en el Catálogo y Directorio LATINDEX ISSN-L 2007-2112 e indexada en: EBSCO México, Inc. S.A. de C.V. Distribuida por la Facultad del Hábitat con dirección en Niño Artillero # 150, Zona Universitaria C.P. 78290. San Luis Potosí, S.L.P. Este número se terminó de editar en su versión digital el 30 de Julio de 2014.

Las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del editor de la publicación. Queda estrictamente prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos e imágenes de la publicación sin previa autorización de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, a través de la Facultad del Hábitat.

COLABORADORES EN ESTE NÚMERO

Bibiana Cercado Quezada
Claudia Ramírez Martínez
Fernando Nava La Corte
María Gabriela Villar García
Gerardo Hernández Nería
Arturo Santamaría Ortega
Irma Carrillo Chávez
Héctor Fernando García Santibáñez Saucedo
Miguel Ángel Rubio Toledo
Sandra Alicia Utrilla Cobos
Arturo Santamaría Ortega
Ricardo Victoria Uribe
José de Jesús Flores Figueroa.
Cesar Omar Balderrama Armendáriz
Juan Manuel Lozano de Poo

COMITÉ EDITORIAL Y DE ARBITRAJE

- **Dr. Félix Beltrán Concepción**
Universidad Autónoma Metropolitana

- **Dra. Luz del Carmen Vilchis Esquivel**
Universidad Nacional Autónoma de México

- **Dra. Lucila Arellano Vázquez**
Universidad Autónoma de Puebla

- **Dra. Alma Pineda Almanza**
Universidad de Guanajuato

- **Dr. Pablo Antonio Chico Ponce de León**
Universidad Autónoma de Yucatán

- **Dra. Eugenia María Azevedo Salomao**
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

- **Mtro. Jorge Alberto Ramírez Gómez**
Universidad de Colima

- **Dr. Gerardo Arista González**
Universidad Autónoma de San Luis Potosí

- **Dra. Ruth Verónica Martínez Loera**
Universidad Autónoma de San Luis Potosí

- **MEGST. Norma Alejandra González Vega**
Universidad Autónoma de San Luis Potosí

- **MDG. Ernesto Vázquez Orta**
Universidad Autónoma de San Luis Potosí

ÍNDICE



03

CARTA EDITORIAL

Carla de la Luz Santana Luna

06

PRESENTACIÓN

Anuar Abraham Kasis Ariceaga

28

REFLEXIONES SOBRE LA ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE DE LA ARQUITECTURA, IDENTIFICACIÓN Y DESARROLLO DE PROYECTOS CONTEMPORÁNEOS EN MÉXICO

Reflection on teaching and learning of architecture, identification and development of contemporary projects in Mexico

REFLEXÕES SOBRE O ENSINO E A APRENDIZAGEM DE ARQUITETURA, IDENTIFICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DE PROJETOS CONTEMPORÂNEOS NO MÉXICO

Juan Manuel Lozano de Poo

36

UNA PERSPECTIVA SOCIAL DEL DILEMA ÉTICO EN EL DISEÑO

A social perspective of the ethical dilemma in Design

UMA PERSPECTIVA SOCIAL DO DILEMA ÉTICO NO DESIGN

Miguel Ángel Rubio Toledo
Sandra Alicia Utrilla Cobos
Arturo Santamaría Ortega
Ricardo Victoria Uribe

42

DISEÑO ECO-SUSTENTABLE DE EDIFICACIONES: A LA BÚSQUEDA DE NUEVAS OPCIONES DE ENERGÍAS ALTERNATIVAS

Eco-sustainable building design: Looking for recently developed alternative energies

PROJETO DE CONSTRUÇÃO ECO-SUSTENTÁVEL: UMA BUSCA POR NOVAS OPÇÕES DE ENERGIA ALTERNATIVA

Bibiana Cercado Quezada
Claudia Ramírez Martínez

10

ENSAMBLE DE CULTURAS
CONTEMPORÁNEAS.
UNA SEGREGACIÓN EN
LUGARES DE ORIGEN

*CONTEMPORARY CULTURES ASSEMBLY. A
SEPARATION IN PLACES OF ORIGIN*

*ENSAMBLADURA DE CULTURAS
CONTEMPORÂNEAS. UMA SEGREGAÇÃO EM
LOCAIS DE ORIGEM*

Fernando Nava la Corte
María Gabriela Villar García

16

REUTILIZACIÓN DE
CÁSCARA DE NARANJA
EN PROYECTOS
DE DISEÑO

*REUSING ORANGE PEEL
IN DESIGN PROJECTS*

*REUTILIZAÇÃO DE CASCA
DE LARANJA EM PROJÉTOS
DE DESIGN*

Gerardo Hernández Nería,
Arturo Santamaría Ortega

22

LA RECONFIGURACIÓN
DEL ARTE EN LA
PUBLICIDAD

*The re-shaping of art
in advertising*

*RECONFIGURAÇÃO DA ARTE EM
PUBLICIDADE*

Irma Carrillo Chávez
Fernando García Santibáñez

51

LA ESTÉTICA KITSCH COMO
MECANISMO PARA
LA CONSTRUCCIÓN Y
APROPIACIÓN DEL
HÁBITAT

*The kitsch aesthetics as a mechanism for the
construction and ownership of the habitat*

*O KITSCH COMO UM MECANISMO PARA A
CONSTRUÇÃO E APROPRIAÇÃO DO HABITAT*

José de Jesús Flores Figueroa
Cesar Omar Balderrama Armendáriz

63

SEMBLANZAS

66

GUÍA DE LOS
AUTORES

LA ESTÉTICA *KITSCH* COMO MECANISMO PARA LA CONSTRUCCIÓN Y APROPIACIÓN DEL HÁBITAT

THE *KITSCH* AESTHETICS AS A
MECHANISM FOR THE CONSTRUCTION
AND OWNERSHIP OF THE HABITAT

O *KITSCH* COMO UM MECANISMO PARA A
CONSTRUÇÃO E APROPRIAÇÃO
DO HABITAT

JOSÉ DE JESÚS FLORES FIGUEROA
CESAR OMAR BALDERRAMA ARMENDÁRIZ

RECIBIDO: 11 DE ABRIL 2014
DICTAMINADO: 20 DE MAYO 2014

Palabras Clave:

Kitsch, hábitat, belleza, hegemónico cultural.

RESUMEN

Con la estética *kitsch* las personas construyen su entorno cotidiano y conforman sus referentes de sensibilidad. Es la respuesta contestataria a lo hegemónico cultural. Así las personas generan individualidad en la concepción, goce y consumo de belleza. Lo *kitsch* es lo eclecticismo saturado de atractivo efímero. Tiende más a lo evocativo que a lo provocativo. Hoy, el interior de la vivienda el único espacio que se puede modificar. Dividimos a los objetos *kitsch* de una vivienda en: religiosos, místicos, evocativos, naturales y utilitarios. De bajo costo, producción masiva en materiales de plástico, vidrio, metales y madera.

ABSTRACT

Keywords: *With kitsch people construct their everyday environment and make their referents of sensitivity. It is the answer to the hegemonic culture. In that way people generate individuality in the design, enjoyment and consumption of beauty. Kitsch is saturated with attractive eclecticism ephemeral. It tends more to the evocative than the provocative. Today, the house is the only place that can be modified. We divided the kitsch articles of a home in: religious, mystical, evocative, natural and utilitarian. Objects of low-cost, mass production and materials as plastic, glass, metal and wood.*

RESUMO

Palavras-chave: *Com kitsch pessoas constroem seu ambiente cotidiano e fazer a sua sensibilidade referentes. É a resposta rebelde à hegemonia cultural. Então, as pessoas gerar individualidade no design, uso e gozo da beleza. Kitsch está saturado ecletismo atraente efêmero. Tende a evocativa do que provocante. Hoje em dia, no interior da casa o único espaço que pode ser modificado. Dividimos os objetos kitsch em uma casa: religiosa, mística, evocativa, natural e utilitária. Baixo custo, a produção em massa de materiais plásticos, vidro, metais e madeira.*

Las personas buscan continuamente la modificación de su entorno primario en busca del goce estético¹. En esta construcción de horizontes para el deleite, las propuestas de satisfactores, parten de diversas fuentes, tanto naturales como artificiales. Por su parte los procesos y productos culturales sociales generan proposiciones para el consumo estético por y para cada una de las personas. Estos productos varían dependiendo el origen y la intencionalidad del creador así como del producto mismo. Así, aparece la música, las imágenes gráficas, los espectáculos, el baile, etcétera. Sin embargo, a lo largo de la historia, las decisiones con mayor peso acerca de lo estéticamente aceptable, han abrevado desde las cúpulas del poder político, cultural y económico en cada sociedad. Estas disposiciones permean a toda la sociedad ubicándose como el estándar ideal para ser alcanzado. Dichos dictados usualmente son derivados² de los parámetros iniciales por medio de la adaptación en función de las condiciones imperantes de cada estrato social que las reforma. Así, los productos propuestos inicialmente (como por ejemplo las expresiones artísticas sublimes, la alta moda o los estilos de vida, etcétera) reaparecen en diferentes ámbitos sociales y económicos con características propias, transformados comercialmente en elementos eclécticos acordes a la cosmovisión personal del usuario en concordancia con su micro-medio-ambiente-social. En consecuencia tenemos a la música comercial, a la ropa genérica, a las imágenes de fácil digestión, a los espectáculos lúdicos momentáneos e intrascendentes, etcétera. A pesar de lo prolífico de estos productos, se les considera como “una categoría estética menor que se aplica a los individuos, a los objetos y a las posesiones con clara intención de repudio” (Prieto, 1980. p 11). Sin embargo estas primeras alternativas comerciales se mantienen como productos hechos con una posibilidad mínima de modificación por parte del usuario. Es decir las personas comunes interpretan la música comercial sin ningún cambio, la ropa se usa como salió de la fábrica³, las imágenes se acumulan y exhiben cual fueron hechas originalmente⁴ y los espectáculos se consumen como se ofertan por

¹ El concepto que seguimos de estética va más con la definición de Jauss en el sentido de que “La experiencia estética trasciende siempre, a pesar de todo, los límites que trazaron para ella desde las premisas de la metafísica platónica de lo bello” (2002, p. 53) y no con la idea de que la estética está íntima y únicamente relacionada con el arte, en cualquiera de sus manifestaciones.

² Esto de ninguna manera quiere decir que sectores ajenos a los dominantes no sean capaces de plantear su propia originalidad en cuanto a la generación de propuestas. Se sabe por ejemplo, que en ciertos casos, diseñadores de la alta moda, contratan fotógrafos con el único fin de recolectar imágenes excéntricas en el vestir de la vida cotidiana de lo que conocemos como personas comunes. Esta información les sirve a los diseñadores como fuente de inspiración para proponer nuevas tendencias en el vestir. Asimismo es práctica común que los artistas se asomen a las manifestaciones populares o cotidianas como forma de rompimiento de esquemas anquilosados, con el fin de dejar surgir nuevas proposiciones en los diferentes campos del arte.

³ Si bien es cierto que este tipo de productos se modifican de acuerdo a las tallas y algunas características acorde a los gustos del usuario final, las piezas siguen siendo en esencia las mismas que salieron de la fábrica para el grueso de la población.

⁴ Algunos ejemplos de estos productos son los afiches, los calendarios, las pinturas de paisajes o copias de obras históricas, etcétera.

sus creadores⁵. Por otro lado las personas siempre tratan de distinguirse de sus congéneres en la búsqueda de la individualidad. Con base en esta última concepción de la individualización y repudio a la estética impuesta, exploraremos en primera instancia el concepto de la estética *kitsch* como elemento de modificación y apropiación de la realidad. Asimismo analizaremos la composición y elementos *kitsch* en casas promedio de la clase media de Ciudad Juárez, Chihuahua, en México.

En primer lugar es prudente decir que en la exploración de la propia personalidad y de los gustos se da lo que Giesz denomina “el ojo *kitsch*” (1973, p. 250). La estética *kitsch*, como discurso contestatario a las imposiciones en el gusto, representa la manera más genuina y democrática de apropiación del entorno y de los objetos así como la construcción de los mismos, “esta actividad... se extiende hasta abarcar las formas del ambiente material, y promueve la idea de bienes y servicios” (Moles, 1973, p. 25). Así las personas construyen sus referentes de sensibilidad en la construcción de su realidad. Por otro lado es importante recordar que la conciencia *kitsch* es innata y se fortalece con el tiempo, en concordancia con el entorno cotidiano de cada persona. Cada habitación, cada casa, cada escuela, cada festividad y en general cada microambiente se torna en el campo experimental donde las personas elaboran, definen y afinan sus propios parámetros de lo que es agradable y expresivo de su propia personalidad y se convierte en “el espacio donde se sitúa la actividad personalizada del hombre” (Moles, 1973, p. 24). Esto refuerza la aseveración de Giesz de que lo *kitsch* es en un principio “una cuestión de pedagogía popular” (1973, p. 24)⁶. En cada persona, el ambiente *kitsch* modifica el concepto del consumo de productos no desde la perspectiva comercial, sino desde la absorción del medio por parte de cada individuo influido por su entorno más próximo.

Todo ser humano busca conformar su hábitat, en concordancia con sus gustos, esta es la esencia de la estética *kitsch* de principios del siglo 21 y deriva en lo que Giesz plantea como “la calificación objetiva de una cosa *kitsch*” y que “supone

una determinada disposición de la conciencia a la que va dirigida nuestra atención” (1973, p. 49) En otras palabras la composición de nuestro micro cosmos ambiental se da en función de los objetos a los que les prestamos atención y tiempo, con la finalidad de modificarlos y acomodarlos en un lapso temporal y espacial para apropiarnos del ambiente que logramos establecer con estos objetos. La suma de objetos *kitsch* se convierte en la herramienta para la construcción de nuestro entorno. Este accionar no descalifica el dogma de la estética dictada, sino que la relega a un concepto aspiracional. Lo *kitsch* crea una ruta paralela y contestataria que genera individualidad de la concepción de belleza y goce en cada persona. Así, se presentan dos variables de belleza: el hegemónico cultural y el *kitsch* personal. El primero basado en reglas bien señaladas, estudiado formalmente en forma y fondo, mientras que el segundo es, en apariencia errático, personal e impredecible, pero con una dinámica propia y espontánea. Además lo *kitsch* es compartido por la comunidad de ese entorno ya sea micro o macro. Por su parte la estética cultural tradicional se apoya en la educación formal para implantar sus criterios alrededor de la belleza “...pero como suele suceder al irse volviendo hegemónico progresivamente, el moralismo intelectual tiende a volverse intolerante” (Maffesoli 2003, p. 54). A pesar de esta intolerancia ideológica, la estética *kitsch* surge en todos los ámbitos del ser humano sin confrontar directamente a la estética hegemónica, simplemente florece en paralelo con reglas y direcciones propias. Si bien la estética *kitsch* está presente en la vida cotidiana de las personas, su estudio e interpretación teórica no se ha desarrollado en la misma proporción que la hegemónica, aun así es posible decir que la característica más obvia de lo *kitsch* es la tendencia a lo saturado. La

⁵ Las películas, las obras de teatro, los espectáculos callejeros, la publicidad, los programas de televisión, etcétera.

⁶ Es importante señalar que este concepto de la pedagogía *kitsch* es superado con argumentos posteriores, sin embargo, en su génesis, el entorno y su composición para el goce son el caldo de cultivo perfecto para que las personas entiendan su medio ambiente y cubran sus necesidades de belleza.

acumulación de elementos conlleva un poderoso llamado de atención sobre el conjunto mismo, como diría Eco "...un estímulo ayuda a otro por medio de la repetición y la acumulación" (2001, p. 86). Otra característica del *kitsch* es la fugacidad. El objeto se construye de manera inintencionada, basado en la colección de elementos de atractivo efímero que se desgastan de manera acelerada como fetiche y pasan de un objeto preciado a uno fútil en muy poco tiempo y se deprecia más a cada momento. Una tercera particularidad del objeto *kitsch* es que al ser productos de la cultura de masas, deriva en un aparentemente caos que disiente con la lógica de la estética del arte. Por otro lado es vital señalar que lo *kitsch*, tienden al sentimiento en términos evocativos más que en términos provocativos. Con la suma de estas particularidades las personas inician la construcción y modificación de una realidad que les es dada por omisión. Es factible decir que en la mayoría de las casas habitación, hay objetos *kitsch* dado que es la forma a través de la cual las personas modifican su ambiente acorde a sus gustos y percepción del mundo.

Esta tendencia de conformación personalizada del hogar toma más fuerza en Latinoamérica a partir de la segunda mitad del siglo xx. Uno de los detonadores fue la construcción de macro unidades habitacionales⁷ de manera sistemática bajo los mismos patrones: las proporciones, la disposición de habitaciones, el color, los materiales, etcétera. Los nuevos habitantes descubren que la homogeneización de viviendas restringe

su capacidad de crear procesos individualizados como personas y como familias. Asimismo las normativas administrativas impiden a los habitantes individualizar su espacio a través de la decoración, manipulación y/o reconfiguración de su espacio (su techo es el piso del vecino de arriba, sus paredes las comparten con los vecinos de al lado y sus pisos son el techo del vecino de abajo) de acuerdo a sus gustos y necesidades estéticas. Así, el único espacio real de modificación y apropiación en estas propuestas arquitectónicas, es el interior de la vivienda. Pero incluso en esta área se dan micro-atmósferas dependiendo de cómo fueron establecidos los espacios cuasi-personales de cada integrante de la familia. Así, los dormitorios se dividen por el sexo de los hijos, por la intimidad de los padres y se oran en consecuencia. Por otro lado los espacios comunes como salas, comedores y baños se modifican en concordancia con el consenso de todos (o la mayoría) de los usuarios de la vivienda o como mandato de la madre. Como definición podemos decir que la vivienda es un lugar cerrado y cubierto, construido para ser habitado por personas. Sin embargo un hábitat involucra un lugar seguro, propio y privado, con espacio suficiente para realizar actividades cotidianas en el que se disponga de servicios básicos. "Habitar implica psique y alma, además de cualidades formales y cuantificables" (Rosselló, 1999, p.7) El criterio de idoneidad sobre los espacios habitables suele cambiar de un país a otro ya que:

Depende de factores culturales, sociales, ambientales y económicos determinados... La vivienda se define a partir de la integración de atributos concernientes a los componentes casa y entorno, involucrando así en su análisis a la ciudad por ser ésta, de manera particular en la sociedad contemporánea, el referente físico-espacial del componente entorno (Giraldo y Bateman (2005, pp. 19 y 26).

Con esto se entiende que la vivienda es el lugar donde se educan y forman las sociedades que conforman cada nación. Por su parte Leff explica

⁷ Bajo ninguna circunstancia pretendemos decir que únicamente en las unidades habitacionales masivas de las que hablamos es donde se da este tipo de expresiones del *kitsch*. En prácticamente cualquier habitáculo se dan estas manifestaciones, sin embargo luego de la masificación y concentración habitacional representada por ese tipo de construcciones la alternativa *kitsch* no sólo se acrecentó sino que se volvió un instrumento vital para que las personas y las familias construyeran y se apropiaran de su entorno primario.

que en el hábitat el ser humano define su territorialidad, “es soporte y a la vez condicionante, al tiempo que es espacio re-significado y reconstruido por la cultura” (1998, p.243). Giraldo y Bateman coinciden al señalar que el “hogar es un lugar de reconocimiento e identidad en forma individual y colectiva” (2005, p.42)

En consecuencia el espacio doméstico por sí sólo conlleva a una serie de significados y significantes cuya interpretación se basa en perspectivas variadas, las cuales no sólo expresan un modo de vivir, una forma de habitar, sino que cuestiones sociales y culturales se ven reflejadas en el entorno y en el uso de los espacios, como gustos y costumbres, muchos de ellos en el sentido expresivo del *kitsch*. Bajo estas condicionantes es fácil entender que en el momento en que una familia o una persona entra por primera vez a una vivienda, que la albergará por un tiempo indefinido, se inicie la conformación de dicho espacio a través de modificaciones ambientales de todo tipo. El color con que se decora, el tipo de muebles con que se habilita, la ubicación de dichos muebles, los adornos y su colocación, etcétera.

Este proceso transforma una estructura habitacional en un hogar, en ello implica la habitabilidad del mismo. “La condición humana y su entorno construido son el resultado del mutuo y continuo proceso de interacción entre usuarios y viviendas lo cual repercute en el ámbito social” (Quiñones, 2008, p.2) por lo mismo los elementos físicos, los ambientes, los gustos, los deseos, los anhelos y las actividades de los usuarios son lo que conformarán una vivienda en concordancia con la cosmovisión de los habitantes. De esta manera los objetos *kitsch* se convierten en una válvula de escape para los conflictos de convivencia y funcionan como reforzamiento de la personalidad de las personas.

En segundo lugar y para continuar con la reflexión, como investigadores visitamos siete viviendas en Ciudad Juárez de clase D+ y D⁸, en el estado mexicano de Chihuahua. Con el fin de analizar los elementos y la composición *kitsch* en los hogares, para este propósito se tomaron fotografías de las salas de estar. Se puso especial

atención en el análisis del decorado y de los objetos ornamentales que las personas colocaban para construir su entorno. Asimismo es importante subrayar que en estos espacios destacaba el dominio del gusto del ama de casa tanto en la distribución del mobiliario y el resto de los elementos como en la selección de los ornatos. Sin embargo sirve como ejemplo de lo que citamos anteriormente en cuanto a que la estética *kitsch* se convierte en la primera educación que recibe el ser humano a través del entorno familiar y de los gustos e inclinaciones de los progenitores, especialmente de la madre. (Giesz 1973, p. 24)

Por principio de cuentas podemos decir que en todos los hogares se encontraron objetos afines. Las características de estos objetos son también similares: de bajo costo, de producción masiva, de diversos materiales, entre los que aparecen el plástico, el vidrio, los metales y la madera así como sus posibles combinaciones. Cabe destacar el aparente carácter caótico y ecléctico⁹ de los objetos.

Para una mejor comprensión del tipo de objetos encontrados definimos cinco clasificaciones, a saber:

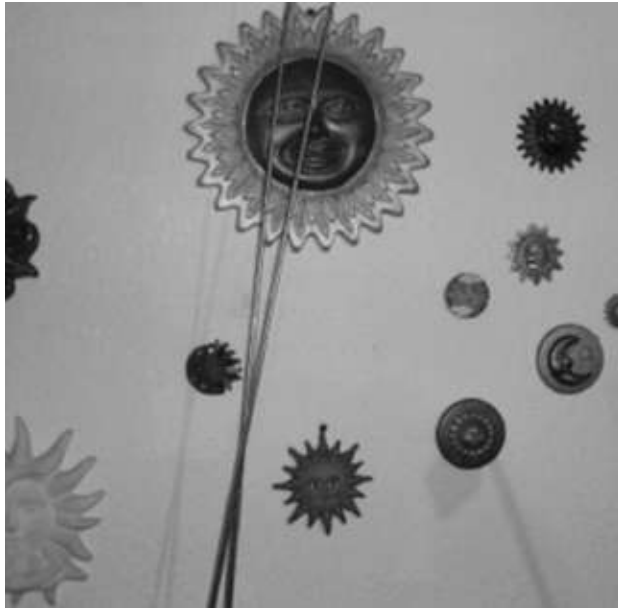
⁸ La clasificación D+ y D se toma de la tabla propuesta por la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública (AMAI). Esta clasificación se da con base en la escala que va desde la A/B hasta la E. En donde las familias pertenecientes al segmento A/B son quienes tienen mayores ingresos, mientras que las familias del segmento E tienen los menores ingresos. La definición de las variables que se toman para definir estos escalafones se basan en cuestiones como: Número de habitaciones de la vivienda, baños completos con regadera, número de focos en toda la residencia, si el piso de la casa es de cemento o tierra, el número total de automóviles que pertenecen a la familia, si la estufa es de gas o eléctrica, máximo nivel de estudios de aquellos que aportan ingresos para los gastos, etc. Para mayor información se puede consultar el siguiente sitio web: <http://www.amai.org/index.php>

⁹ Parece ser una particularidad en este tipo de decoración la suma indiscriminada de elementos sin una tendencia concreta que podemos llamar estilo, en términos hegemónicos. Así encontramos objetos combinados de madera con plástico y/o metales en una misma repisa. Del mismo modo aparecen en los entrepaños de libreros o exhibidores, tazas de porcelana, muñecas de plástico con juguetes de madera, etcétera.



- OBJETOS RELIGIOSOS (FIGURAS 1 A 4):

Todos aquellos elementos que representan formalmente a la religión que práctica o con la que simpatiza la familia. Imágenes de Jesucristo, de santos, de vírgenes, crucifijos, veladoras, altares, nacimientos, representaciones de la última cena, libros sagrados como la biblia, estrellas de seis puntas, menorás, etc.



- OBJETOS MÍSTICOS (FIGURAS 5 A 8):

Todos aquellos elementos que no forman parte de una cosmovisión formal religiosa y que con base en el sincretismo se adoptan parcialmente de otras ideologías, religiones o incluso tradiciones paganas. Campanas tubulares, budas, Santa Closes, símbolos del *ying* y el *yang*, elefantes para la buena suerte, soles artesanales, unicornios, cupidos, ángeles estilizados, figuras de fantasmas, figuras del día de muertos o día de brujas, gnomos, etc.



- OBJETOS EVOCATIVOS (FIGURAS 9 A 12):

Todos aquellos elementos que rememoran eventos o personas significativas en la vida de las personas. Trofeos de cualquier clase. Fotografías (viejas o recientes) de familiares, amigos y conocidos. Fotografías y recuerdos de eventos relevantes en el núcleo familiar como ceremonias religiosas. Por ejemplo bodas, primeras comuniones y bautismos. Fotografías de ceremonias civiles como graduaciones, titulaciones, así como fiestas de aniversarios. Imágenes de familiares y/o personajes famosos (actores, actrices, cantantes, deportistas, etc.) en eventos deportivos y/o sociales, etc.



- OBJETOS NATURALES (FIGURAS 13 A 16):

Todos aquellos elementos, hechos de cualquier material, que son o representan objetos naturales. Fotografías y/o figuras de frutas, plantas, flores, árboles, animales, etc.



- OBJETOS UTILITARIOS (FIGURAS 17 A 20):

Todos aquellos elementos que tienen un uso, además de decorativo. Relojes, candelabros, velas, floreros, servilleteros, lámparas, radios, libros, etc.

En cuanto a la composición, se puede pensar que no hay una planeación para la colocación de los objetos, ni para evitar que unos tapen a los otros, ni en función de la búsqueda de un equilibrio en relación a los objetos vecinos o de acuerdo al conjunto en general. Así, la ubicación de los cuadros parece seguir más bien un orden cronológico (según la fecha de adquisición) y de acuerdo al espacio disponible. Es decir se coloca una o dos imágenes y las posteriores encuentran su lugar en función del espacio dejado por las piezas anteriores. Asimismo, los elementos ubicados en los muros, sólo parecen guardar relación de alineación en cuanto a las herramientas disponibles en el momento para encaramarse y ubicarse. Es decir no siempre están alineados unos con otros ni con otros objetos de alrededor (excepción hecha la horizontal del techo o la vertical de los muros). Tampoco parecen buscar una composición basada en el balance entre elementos chicos, medianos o grandes. Asimismo se dan apiñamientos en ciertas partes de las paredes mientras que los vacíos son contrastantes en otros puntos de los muros. En cuanto a los colores suelen ser apagados y gastados,¹⁰ en tonos pastel. Asimismo y aunque no es parte fundamental del objeto de este estudio analizar el mobiliario, encontramos que tanto el tipo de muebles¹¹ así como su acomodo y decorado se suman a la escena para lograr la modificación del entorno y apropiarse de él.

En conclusión la estética *kitsch* es la herramienta más democrática para que las personas comunes se apropien y construyan su entorno. En consecuencia es la forma a través de la cual conforman sus referentes de sensibilidad. Al ser una característica innata en el ser humano, el fortalecimiento de la conciencia *kitsch* se desarrolla y fortalece en el entorno cotidiano de cada persona. Los seres humanos experimentan en cada microambiente su sensibilidad con el fin de definir lo que les es agradable. Lo *kitsch* es la respuesta contestataria a lo hegemónico cultural. Así las personas logran generar individualidad en la concepción y consumo de la belleza y el goce. Se puede caracterizar a lo *kitsch* como la tendencia a lo eclecticismo saturado. Por otro lado es sabido que esos elementos

son de un atractivo efímero que pierden rápidamente su calidad de fetiche llegando a lo fútil en cuanto a aprecio. La suma de elementos *kitsch*, tienden a lo evocativo más que a lo provocativo.

El uso de lo *kitsch*, para apropiarse de la vivienda, toma fuerza en Latinoamérica a partir de la segunda mitad del siglo 20 por la construcción de macro unidades habitacionales. Esto obliga a las personas a habitar edificaciones que son iguales en medidas, en proporciones, en disposición, en color, en materiales, etcétera. Estas limitantes sumadas a las normativas administrativas, restringen la capacidad de expresión de las personas. Así el único espacio que pueden modificar es el interior de la vivienda, dependiendo también de las micro-atmósferas de los espacios cuasi-personales.

La vivienda, a pesar de los factores culturales, sociales, ambientales y económicos, también se define como un lugar seguro, propio y privado. El hogar además de expresar una individualidad familiar, refleja comportamientos sociales y culturales. Por ello se entiende que desde el momento en que los integrantes de una familia entran a una vivienda, inician la conformación del espacio a través de su ideología y actividades cotidianas. En cuanto al tipo de objetos podemos decir que el ama de casa tiene preponderancia en la selección y ubicación de los objetos decorativos. Los objetos encontrados en las casas estudiadas los dividimos en: Objetos religiosos, místicos, evocativos, naturales y utilitarios. Todos estos objetos tienen como eje común que son de bajo costo, de producción masiva, de diversos materiales como el plástico, el vidrio, los metales y la madera y sus posibles combinaciones. En lo que respecta a la composición los objetos, dentro de la vivienda, parecen seguir una secuencia cronológica, en cuanto a su

¹⁰ Usualmente el mantenimiento en este tipo de residencias es escaso o nulo, lo cual deriva en el natural deterioro de las cosas y por ende se suma al panorama *kitsch* que abordamos.

¹¹ Los muebles también generan una suma de elementos disímbolos sin una aparente idea para crear una tendencia, al menos en la coherencia en los materiales y estilos del mobiliario.

adquisición. No siempre están alineados entre sí ni con otros objetos alojados en la vivienda. Mientras que algunas partes de los muros están saturadas otros se presentan vacíos. Los colores son gastados y en tonos pastel.

La estética *kitsch* es parte intrínseca del ser humano y de una tendencia que cada vez se acepta más y que se le ha bautizado como placeres culposos, en donde cada persona decide salir de lo estricto del dictamen hegemónico y acepta que en ciertos puntos de su vivencia gusta de elementos kitsch, de elementos no aceptados convencionalmente por lo dictado para terminar de conformar su personalidad acorde a su espacio y cosmovisión.

BIBLIOGRAFÍA:

Eco Umberto. (2007) *Apocalípticos e integrados*. Cuarta edición. Barcelona. Tusquets editores.

Jauss. Hans. (2002) *Pequeña Apología de la experiencia estética*. Barcelona. Universidad Autónoma de Barcelona.

Giesz, Ludwing. (1973) *Fenomenología del Kitsch*. Barcelona. Tusquets editores.

Giraldo Isaza Fabio, Bateman Guzmán Alfredo (2005). *Un hábitat y desarrollo humano, Investigaciones sobre el desarrollo humano*, Cuadernos PNUD, Colombia, Panamericana Formas e Impresos S. A.

Leff Enrique. (1998). *Saber ambiental: sustentabilidad, racionalidad, complejidad, poder*. México. Siglo Veintiuno Editores.

Maffesoli. Micheal. *En el crisol de las apariencias*. Traducción de Daniel Gutierrez. México. Siglo XXI editores. 2007

Mejía Prieto, Jorge. (1980) *Nosotros los cursis. Un análisis divertido, valiente y documentado*. México. Ed. Diana.

Moles, Abraham. (1973) *El Kitsch. El arte de la felicidad*. Buenos Aires. Paidós

Quiñones Díaz, Alfredo, (2008) *Habitabilidad por tamaño y uso del espacio en el interior de viviendas familiares en Ciudad Juárez, Chihuahua. Cinco casos de estudio histórico de la vivienda social*. Tesis para obtener el grado de Maestría en Diseño Holístico. IADA, UACJ.

Rosselló (1999) *Mi casa, mi paraíso*. Barcelona. Editorial Gustavo Gilli, S. A



H+D HABITAT MAS DISEÑO DIGITAL
[HTTP://HABITATMASDISENO.UASLP.MX](http://HABITATMASDISENO.UASLP.MX)

Colaboradores en este número:

BIBIANA CERCAO QUEZADA

CLAUDIA RAMÍREZ MARTÍNEZ

FERNANDO NAVA LA CORTE

MARÍA GABRIELA VILLAR GARCÍA

GERARDO HERNÁNDEZ NERIA

ARTURO SANTAMARÍA ORTEGA

IRMA CARRILLO CHÁVEZ

HÉCTOR FERNANDO GARCÍA SANTIBÁÑEZ SAUCEDO

MIGUEL ÁNGEL RUBIO TOLEDO

SANDRA ALICIA UTRILLA COBOS

ARTURO SANTAMARÍA ORTEGA

RICARDO VICTORIA URIBE

JOSÉ DE JESÚS FLORES FIGUEROA

CÉSAR OMAR BALDERRAMA ARMENDÁRIZ

JUAN MANUEL LOZANO DE POO

ISSN 2007-2112



9 772007 211000

REGISTRADA EN EL CATÁLOGO Y DIRECTORIO LATINDEX ISSN-L
2007-2112. E INDEXADA EN: EBSCO MÉXICO, INC. S.A. DE C.V.

