

# LOS PRODUCTOS COTIDIANOS DEL DISEÑO, COMO ELEMENTOS SOCIOCULTURALES CONTRA EL CLASISMO

Epifanías



Por  
MDI. Emiliano  
González Lozada

## Resumen

Se propone una solución al clasismo mediante la desaparición simbólica (y eventualmente física) de ciertos productos cotidianos que funcionan como marcadores de estatus social. Se argumenta que el diseño no solo es inútil en muchos casos, sino que su máxima utilidad actual es perpetuar la discriminación social, superando incluso al lenguaje. A partir de ejemplos cotidianos se trata de demostrar cómo los objetos activan emocionalmente el clasismo de forma inconsciente (Bourdieu). La propuesta central es, a grandes rasgos, la desaparición de los objetos marcadores: eliminar o neutralizar aquellos productos cuya función principal es señalar diferencias de clase. Como alternativa, se sugiere crear “desmarcadores” sociales: objetos idénticos, asequibles, sin marca visible y de uso masivo, que recuperen la prioridad de la funcionalidad sobre el estatus. De esta forma, se ponen a discusión posturas moderadas (transformar el significado simbólico mediante campañas culturales) y radicales (eliminación física), citando ejemplos reales. El ejercicio de investigación postula que sí es posible reducir el clasismo si la sociedad prioriza colectivamente la desaparición o neutralización de ciertos objetos que más allá de su valor funcional, tienen un desmedido valor en el estatus social.

————— ICONEMA —————

Diseño, inutilidad y clasismo

En los años en los que muchos creíamos que la Pandemia de COVID era el inicio del fin del mundo, retomé la rutina de cuidar mis emociones, la rutina de escuchar música caminando; también

incrementó exponencialmente mi procrastinación en redes, y en alguno de esos tristes momentos, de reojo leí un encabezado que decía “El diseño es algo inútil”.

Como diseñador industrial de formación académica, más que sorprenderme me interesó saber si solo era una mera frase gancho para los adictos al scroll, o si realmente había un artículo que hablara de por qué el diseño puede llegar a ser algo inútil. Me sorprendió ver que era una entrevista a Philippe Starck, diseñador que ha logrado lo que todo creativo sueña: “ser rico en vida vendiendo sus creaciones”. Tristemente si era un gancho. Lo que Philippe intentaba compartir con esa frase era la idea de que todo objeto que está por ser diseñado se basó en un buen diseño preexistente, y que, en cierto modo, la triste realidad es que realmente ya no es necesario en el mundo del consumo. Su existencia pues, radica en un capricho del creativo y no una necesidad real que solicita la sociedad en general. Aunque interesante, su posición era más una aproximación a la banalidad del diseño que a una real inutilidad, y aunque son sentimientos cercanos, la inutilidad de las cosas siempre ha sido un tema de mayor interés en mis estudios.

**“Aunque interesante, su posición era más una aproximación a la banalidad del diseño que a una real inutilidad, y aunque son sentimientos cercanos, la inutilidad de las cosas siempre ha sido un tema de mayor interés en mis estudios”.**



Pienso que una parte importante de lo ya diseñado y por diseñar es inútil, inutilidad alineada al concepto filosófico de Francisca Viveros Barradas, en el sentido de que cualquier problema social dentro del que se encuentren involucrados determinados objetos, rara vez es disminuido o solucionado por la mera existencia de estos, sino todo lo contrario.

## La utilidad del diseño

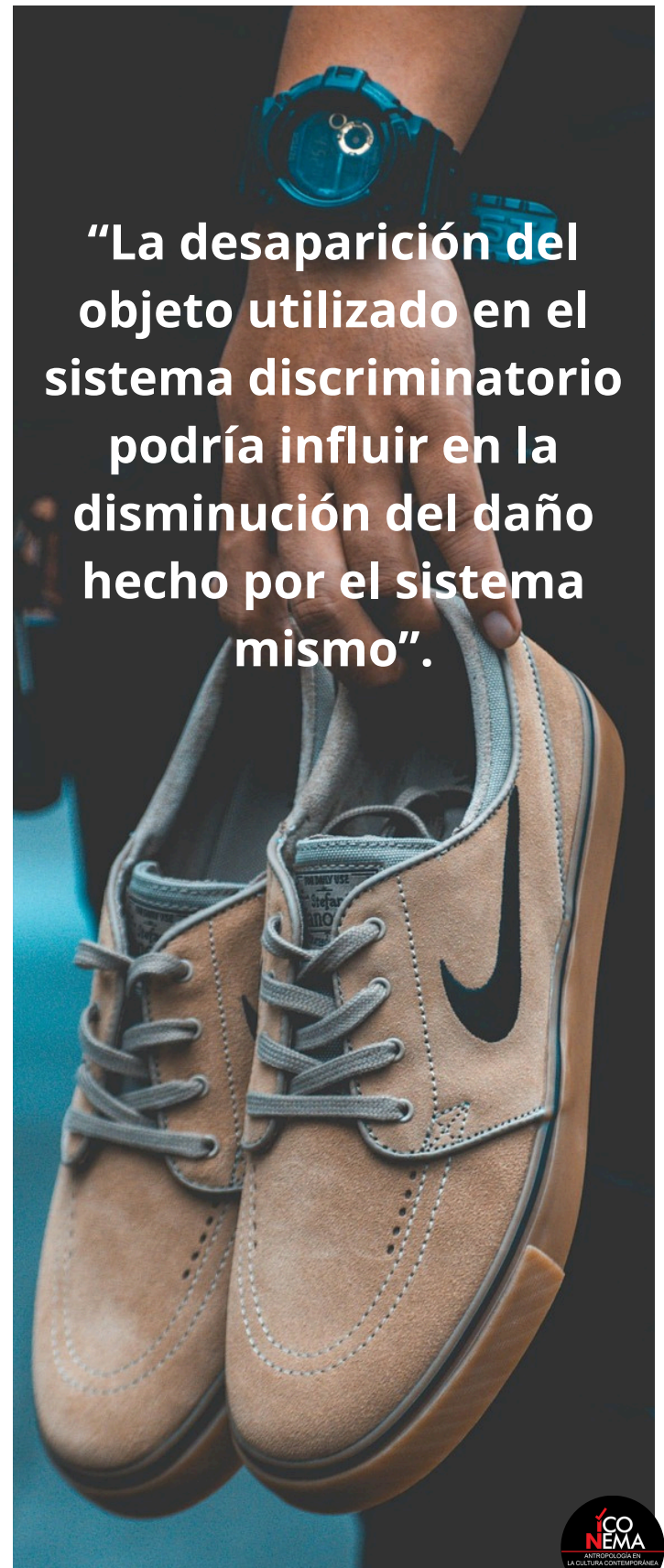
En el otro extremo de estudio, una de las más importantes utilidades del diseño es que es un medio óptimo para lograr discriminación social. Tal vez sólo el lenguaje es un arma con mayor aporte que el diseño para estos fines.

Por ejemplo:

- Un lápiz más barato que el de tus demás compañeros en el kínder
- Un niño de primaria sabe en cierto modo que un par de tenis pirata en sus pies, en una fila llena de Nike, Adidas y Reebok, determina su lugar en el grupo
- No tener un buen celular en la secundaria
- ...
- ...
- No poder costear una dentadura postiza en la vejez. Estar en una mesa con amigos que sí pudieron costearla.
- Ser velado en un féretro humilde y que la gente en el velorio hable de ello.
- Descansar en una caja Mac Ma y no en una urna de plata, y que la gente hable de ello.

Con este sencillo ejercicio, una respuesta dialéctica nos debería llevar a pensar que la máxima utilidad del diseño, por sí solo, para apoyar en la disminución de la discri-

minación podría ser **DESAPARECER**; la desaparición del objeto utilizado en el sistema discriminatorio podría influir en la disminución del daño hecho por el sistema mismo.



**“La desaparición del objeto utilizado en el sistema discriminatorio podría influir en la disminución del daño hecho por el sistema mismo”.**

El clasismo se manifiesta en todos los niveles socioeconómicos, es una guerra sin fronteras, hay balazos hacia arriba, hacia abajo y dentro de todas las capas de la sociedad. Esto se debe, entre un sinfín de variables, a que el clasismo se manifiesta con comodidad dentro de nuestras prácticas culturales del día a día sin importar nuestro lugar en la sociedad: cómo se supone que debemos vestir, cómo debemos hablar, qué debemos comprar y en dónde. Es una lucha constante entre logros que nos llevan a ser incluidos-excluidos en un mundo donde la realidad puede ser superada por la percepción del grupo evaluado. Simplemente hay que revisar los estudios de la “discriminación de la burbuja verde”<sup>1</sup> en Estados Unidos para comprender que la percepción lo es todo.

Bourdieu<sup>2</sup>(1984) nos ayudó a comprender que, la forma en que consumimos lo que creemos que nos gusta se lleva a cabo en un acto “casi inconsciente”, y uno de los peores demonios del clasismo es que no todos los que lo aplicamos estamos conscientes al hacerlo (me incluyo porque el conjunto de humanos que han ejercido clasismo de forma inconsciente en algún momento de su vida es del 100%), casi sin darnos cuenta las personas caminamos distinto y nos sentimos distinto cuando traemos puesto un traje; en la niñez nos salen chapitas delatoras el día que llegamos a la escuela con tenis nuevos, el objeto se activa emocionalmente sin permiso, pero la complejidad radica en que la activación emocional no distingue si el objeto vale \$10 pesos o vale \$100,000, y va más allá de la explicación de Piketty<sup>3</sup> (2014) de las brechas económicas perpetuas y sus implicaciones en la sociedad, la discriminación se da más allá del precio de los objetos.



La investigación parte de la premisa ya muy estudiada de que las cosas no son neutrales (y también las no-cosas, diría el polémico filósofo Byung-Chul Han), su carga simbólica es una pieza esencial dentro de todos los modelos de discriminación y que, al analizar su protagonismo se puede llegar a la posibilidad de tomar con seriedad la idea de que su desaparición total (aunque sea simbólica de inicio) es un camino viable para la disminución del problema estudiado. Una investigación exhaustiva para fundamentar científicamente esta hipótesis tomará tiempo, pero iniciar la conversación alrededor del tema nunca será un mal comienzo.

### **El clasismo y su estructura histórica en México**

El clasismo en nuestro territorio no puede estudiarse sin considerar las herencias históricas, el sistema de Limpieza de sangre<sup>4</sup> conformado desde la Corona de Castilla que desembarcó en América, y que ya aquí mutó en el complejo Sistema de castas, era una manera de institucionalizar y darle fundamento legal a la discriminación en la nueva sociedad conquistada. Este sistema se introdujo con tal fuerza, que después de la Independencia del territorio, el sistema para darle valor a las personas no fue modificado, el linaje de sangre y color de piel del conquistador, su forma de vestir, de hablar y de pensar siguió siendo una regla de medición del estatus del nuevo país.

El cambio fue simplemente escalable, el modelo de segregación criollo se descubrió de pronto en la cúspide al convertirse en ciudadanos nativos del nuevo país, pero con las características físi-

cas y con un modelo de consumo similar al del conquistador (sus padres, su nivel económico y político), y vio en el mestizaje un nuevo peligro para su estatus, principalmente en el mestizo que lograra tener sus mismas características físicas.

La solución era clara, se ha usado en todas las culturas del mundo, incluidas las conquistadas en América: limitar o prohibir el acceso a productos y bienes específicos (El diseño como aliado en la continuación de la segregación de una nueva nación).

**“Bourdieu (1984) nos ayudó a comprender que, la forma en que consumimos lo que creemos que nos gusta se lleva a cabo en un acto “casi inconsciente”, y uno de los peores demonios del clasismo es que no todos los que lo aplicamos estamos conscientes al hacerlo”.**

Hoy, en un mundo que hierve por tantos movimientos sociales que buscan una mayor equidad, la segregación mediante los objetos de uso cotidiano se encuentra intrínseca e inalterable en nuestras rutinas. La sociedad se *disfraza* dependiendo el evento al que acude, los códigos de vestimenta pueden tener complejidades distintas a la época de la Colonia, pero se basan en se pasado.

Aunque no es lo más importante de este documento, si recuperamos el ejercicio de crear una respuesta dialéctica al problema, podríamos obtener un primer paso: Lograr que todos los productos y bienes que actualmente segregan sean totalmente asequibles, para pasar a la propuesta simbólica en un segundo paso: que todos los productos y bienes que actualmente segregan dejen de existir.



## Empezar de cero

Al profundizar en la abstracción de desaparecer físicamente un objeto como solución a un problema social, en este caso disminuir el clasismo, irremediablemente aparece otro tema satelital y apasionante: **Empezar de cero.**

Dicho concepto fue abordado con delicadeza en la década de los setenta por John Rawls,<sup>5</sup> en un experimento llamado El velo de la ignorancia. La premisa era sencilla: el concursante debía diseñar las leyes y las bases de una sociedad nueva desde cero bajo una regla de oro: no tenías manera de saber cuál sería tu posición en ella, no conoces nada, ni tu clase social, ni tu género, ni tu ancestría biológica o cultural, ni tu nivel de salud, tampoco tus valores éticos o morales, nada, **cero.**

Al tener este “velo cero”, Rawls argumentaba que el concursante de forma intuitiva elegiría leyes y bases justas y equitativas, con dos caminos que más se repetían en el experimento:

1. El concursante brindaría las mayores libertades posibles para toda la sociedad, dejándose protegido en caso de descubrir que al quitarse el velo su posición no fuera tan favorable.
2. Permitiría un rompimiento de la equidad siempre y cuando beneficiara a la parte más castigada de la sociedad.

El concepto de empezar de cero borra para lograr una mejora, de la misma manera en que un artista pinta de nuevo de blanco el lienzo, las ideas están claras, simplemente se requiere un reinicio. A nuestro postulado se le suma este camino, que tuviéramos realmente la capacidad de ignorar cuál es nuestro lugar en una sociedad que ha comenzado de cero.



Dentro de la complejidad de lograr postular una solución simbólica o filosófica, se concluye que siempre será más fácil la desaparición de uno o más objetos ante la búsqueda de modificar desde sus bases o empezar desde cero a la sociedad donde dichos objetos se encuentran.

## Soluciones

### Nuevos objetos cotidianos como “desmarcadores” sociales

Dos siglos atrás Thorstein Veblen<sup>6</sup> (1899) hablaba de como los usuarios accedemos a bienes materiales no necesariamente por su utilidad sino como un vehículo para comunicar las diferencias de estatus ente el poseedor del objeto y los demás, los objetos son marcadores analógicos y digitales (de color fosforescente), señalan logros en MAYÚSCULA, son medallas de oro, plata y bronce alrededor de nuestros cuellos. Y dichos marcadores son acumulativos. 87 años después de Veblen, Arjun Appadurai<sup>7</sup> recuperaría la defensa de que los objetos tienen vida social propia, valen más por sus significados ante la sociedad que por lo que realmente solucionan de forma eficiente o necesaria un problema.

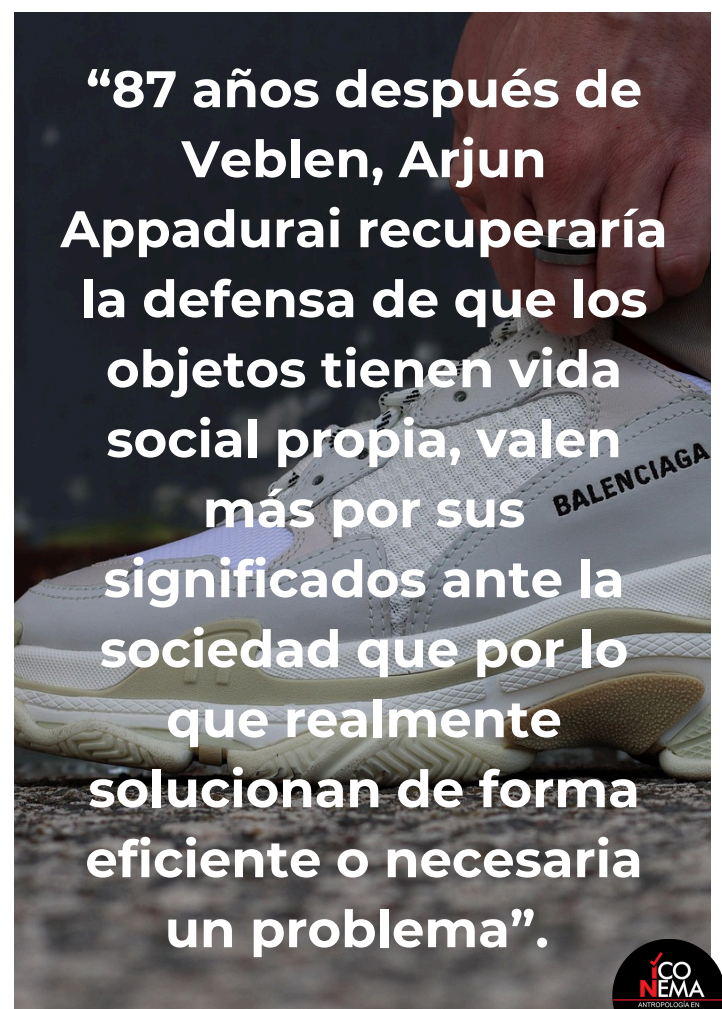
→ Si un ente (persona, marca, medio) con suficiente poder de convencimiento social pudiera introducir en la fórmula de los marcadores sociales un objeto que involucrara un sentimiento de pertenencia generalizado y marcara a la totalidad de la sociedad, y este nuevo objeto fuera asequible y para todos, se podría evaluar antagónicamente como un borrador, un proceso de “desmarcado”. Como la marca de vacunación en nuestros brazos, que la mayoría tenemos, pero que se nos olvida,

se borra.

a) Un “desmarcador” social podría pertenecer o ser fabricado por diferentes marcas, siempre y cuando fuera idéntico, con el mismo precio, y no contuviera en su diseño la marca del fabricante. Si el objeto cuesta lo mismo, el precio debe encontrarse dentro del rango asequible de su sociedad.

b) Si todos tenemos el mismo objeto, la funcionalidad de este recupera su prioridad, se desvanece el lenguaje de arrogancia, envidia y estatus que antes eran prioritarios sobre el uso mismo.

c) Si el desmarcador logra interactuar y neutralizar otras líneas de discriminación, como el género, el color de nuestra piel, nuestra etnia, el borrado es más completo.





## Discusión de cierre

Se identificaron tres categorías principales de objetos que marcan clasismo en el contexto nacional, y que por la manera en que operan en la sociedad serían los más importantes de desmarcar.

1. **Objetos de consumo visible:** Productos nacionales y globales de alta penetración social y/o de alta gama, que son todos aquellos que no tienen la capacidad de separar su función-utilidad de la marca y sus distintivos comerciales.

· ¿Podrías vender un tenis Nike al precio de Nike, si le quitas todo lo que lo relaciona con la marca?

2. **Objetos de acceso restringido:** Son uno de los grupos de mayor interés en la investigación. Se trata de productos secundarios que suelen encontrarse entre el objeto principal y el usuario, como membresías de alta gama de un banco o un club social, distintivos de universidades y de grupos privados exclusivos. Espacios reservados dentro de instalaciones específicas (salas de espera en aeropuertos). Son todos aquellos que ayudan a que la exclusión tenga estructura de forma escalonada, cuya finalidad es que personas marcadas por dichos objetos tengan mayor facilidad de escalar socialmente, y que los espectadores lo tengan claro.

3. **Objetos simbólicos localistas (no entran en el estudio actual):** La forma en que hablamos, el acento que usamos, la estética general de nuestro cuerpo, los modales físicos y emocionales en general.

· ¿Cómo logramos que nuestro acento en una entrevista no sea un marcador de aceptación o rechazo?

· ¿Cómo logramos que, en un mundo global e hiperconectado, el color de la piel o la complejión física sean marcadores de menor peso?





**“La desaparición simbólica seguramente operaría mediante campañas culturales que ayuden a recuperar la importancia de la funcionalidad de un objeto más allá de la marca que lo fabrica”.**

Si el postulado es tomado por un ala moderada dentro del movimiento que lo adoptara, se llega a la conclusión de que la desaparición simbólica de los objetos “marcadores” no puede implicar realmente su eliminación física, y que se debe enfocar el esfuerzo en simplemente lograr transformar a profundidad su significado dentro de la sociedad en la que interactúa. La desaparición simbólica seguramente operaría mediante campañas culturales que ayuden a recuperar la importancia de la funcionalidad de un objeto más allá de la marca que lo fabrica.

Sin embargo, cuando la idea es contemplada por secciones más radicales, dentro de ese caos que puede llevar un movimiento extremo (siempre separado por una minúscula membrana entre la lucha extrema pensante y el autoritarismo de un movimiento fascista), la lectura señalada siempre coincide en que la mayoría de los postulados o movimientos que han buscado solucionar el problema del consumismo ciego, la bandera de lo desechable, de la gratificación instantánea y del consumo líquido<sup>8</sup> y que solo se han quedado en la teoría, fracasan o nunca se llevan a cabo.

Debemos encontrar un equilibrio entre ambos caminos. Por ejemplo, si se lograra transformar el mensaje simbólico a través de las mismas empresas hegemónicas dentro del consumo, es factible generar cambios en la percepción social. El siguiente enemigo por vencer sería la utopía de la asequibilidad total dentro del círculo de consumo de objetos de primera necesidad en la sociedad.

### **Is it possible?**

Sí, y el ejemplo que comparto viene de una de las empresas que más critico como diseñador: la Apple MacBook Neo de \$12,900 MXN recién comercializada en 2026. Más allá de que es un gancho comercial y pertenece a un catálogo enorme de una empresa que cumple con todos los problemas citados en este escrito, Apple ha demostrado que es capaz de fabricar una computadora de mediana gama, con un precio asequible.

Sin que sea su meta, la empresa con la capitalización bursátil más grande en la historia tiene un producto que le genera ganancias, y al mismo tiempo por primera vez en décadas, le ha colocado un precio real al objeto en proporción de su utilidad social, un precio por debajo de lo que su renombre le da derecho a colocar. El siguiente paso, si perteneciera a nuestro experimento, sería renunciar a utilizar su marca en el producto y ver si el consumo no se modifica, para ello falta un poco de camino histórico.

Mantra: Sí es posible.



**“Sin que sea su meta, la empresa con la capitalización bursátil más grande en la historia tiene un producto que le genera ganancias, y al mismo tiempo por primera vez en décadas, le ha colocado un precio real al objeto en proporción de su utilidad social, un precio por debajo de lo que su renombre le da derecho a colocar”.**

**Sí, es posible.**

Me gustaría cerrar el artículo compartiendo un último ejemplo: el grupo social de los militares, solamente desde la perspectiva de su uniforme y objetos de trabajo.

Un militar al momento de estar acuartelado se deshace por un tiempo de sus pertenencias personales, que pueden tener diversos marcadores de los que hemos hablado. Y se le hace entrega de un kit de uniforme y de objetos de trabajo, aunque estos nuevos objetos pertenecen a diversas marcas, la totalidad de los militares del mismo rango tienen los mismos objetos, no hay distinción dentro del grupo. Un rango que no involucra estatus económico, sino de temporalidad y logros dentro del grupo social estudiado, y aunque funciona dentro de límites físicos muy específicos, los marcadores de los objetos externos logran ser pausados. Se podría decir que el postulado dentro de este grupo pasaría la prueba de factibilidad de desaparición simbólica de los objetos personales mediante una sustitución temporal.

Es un pequeño experimento social donde se logra un buen resultado en situaciones reales, con temporalidad que puede ser observada; no se tuvo que utilizar un proceso punitivo o de prohibición de objetos para lograrlo. Pero demostró que actualmente en experimentos controlados, es viable el postulado.

Al final, el clasismo es un fenómeno profundo y con infinidad de variables de contraataque, requiere proyectos colaborativos, funcionando al mismo tiempo y con soluciones multidimensionales. Se tiene claridad de que solo se podrá lograr a largo plazo bajo la colectividad social, y si algo se requiere, es tener el interés de empezar, y de pasar de la teoría a la práctica para ver en vida los resultados.

## Referencias

1 en Estados Unidos existe una marcada estigmatización social entre jóvenes hacia quienes no usan iPhone, fenómeno conocido como "discriminación de la burbuja verde", más allá de que existan celulares Android del mismo costo y nivel tecnológico.

2 Bourdieu, P. (1984). *Distinction*. Harvard University Press.

3 Piketty, T. (2014). *Capital in the twenty-first century*. Harvard University Press.

4 Sicroff, Albert A. (1985). *Los estatutos de limpieza de sangre: Controversias entre los siglos XV y XVII*. Madrid: Taurus.

5 Rawls, J. (1971). *Teoría de la Justicia*. Harvard University Press.

6 Veblen, T. (1899). *Teoría de la clase ociosa*. Macmillan.

7 Appadurai, A. (1986). *The social life of things*. Cambridge University Press.

8 Bauman, Z. (2007). *Consuming life*. Polity Press.