

Las diseñadoras como minoría en los mercados laborales del diseño, diferencias que demandan respeto por la diversidad

Magda Villaseñor Contreras¹

Ana Aurora Maldonado Reyes²

María del Pilar Alejandra Mora Cantellano³

Resumen

Se presenta como un avance de investigación la construcción de una estructura teórica fundamentada en las identidades con en base en Giménez (2005), para entender la complejidad de “las diseñadoras” atendiendo a su identidad como mujeres y como profesionistas dentro de un mercado laboral tradicionalmente conformado por y para varones. Este análisis permite comprender las dinámicas relacionales la estructura patriarcal–machista que otorga a las mujeres un rol dominado y sometido dentro del mercado laboral del diseño. Se da una visión de esta forma de discriminación y generación de violencia a través de la teoría de la diferencia sexual de Rosi Braidotti quien propone que se vea a las problemáticas de las mujeres a través de la mirada de las propias mujeres pensadas desde la subjetividad femenina.

Incluso en la actualidad, en donde la profesión del diseño se encuentra establecida desde hace más de 50 años, y damos por supuestas condiciones laborales que México y están constituidas bajo una legislación de igualdad, se vislumbran situaciones desiguales que muchas veces generan violencia que como mujeres estamos “acostumbradas” y llevan décadas naturalizadas en la estructura sociocultural y lamentablemente forman parte de las identidades culturales del país. Nos referimos, sobre todo, a aspectos que tienden a ignorar, minimizar, denigrar el trabajo de las mujeres, así como sufrir acoso laboral, sometimiento, dominación, depreciación de capacidades, entre otros; debido a una estructura capitalista–patriarcal–machista y en la cual estamos situados, la cual reproduce las desigualdades de género; este trabajo lo especifica en el mercado laboral del diseño.

Lograr un mercado laboral del diseño mucho más incluyente y equitativo es parte de los desafíos actuales, en donde las oportunidades estén dadas por las habilidades y competencias que se poseen, independientemente de la diferencia sexual, afirmando la subjetividad de los individuos desde la diferencia y la diversidad. Las mujeres han sido víctimas de violencias, supresión e invisibilización a lo largo de la historia. Por ende, resulta necesario difundir la aceptación, empatía y equidad, dando apertura a la inclusión, creando experiencias que impacten en la vida de los demás, generando nuevos mercados laborales que les permitan una relación más inclusiva y armoniosa con su entorno en donde sean valoradas en su subjetividad y condición femenina.

Este trabajo permite vislumbrar algunos escenarios futuros, posibilidades que de manera lateral al mercado tradicional se han generado y tienen hoy amplias posibilidades de generar sitios alternativos, seguros para el trabajo de las mujeres y en específico como lo veremos en este documento para las diseñadoras en México.

Palabras clave: Diseño, Feminismo, Mercado laboral

¹ Maestra en Administración, Universidad Autónoma del Estado de México, magda.villasenor@gmail.com

² Doctora en Artes, Universidad Autónoma del Estado de México, eurekaana@gmail.com

³ Doctora en Ciencias Sociales, Universidad Autónoma del Estado de México, mora_pilar@hotmail.com

Introducción

Este trabajo surge como un avance de una investigación sobre el empoderamiento de las profesionistas mexicanas dedicadas al diseño en el mercado laboral, ya que como en otros casos, ellas sufren violencia naturalizada, manifestada en hostigamiento o acoso sexual, laboral, disminución de oportunidades de trabajo y de ascenso, en este artículo se adelantan algunas reflexiones teóricas sobre las causas que permiten que esto suceda.

Como antecedentes de la sumisión de las mujeres en los entornos académicos y laborales, se encuentra que, desde los inicios del siglo pasado, se efectuó una transición en el actuar de las mujeres mexicanas dentro de la educación, en donde por primera vez emprenden matricularse en escuelas Preparatorias y de Estudios Superiores, formando parte de la Universidad Nacional. Este proceso fue el resultado de dos leyes que abogaban por las posibilidades de las mexicanas para realizar estudios profesionales, las cuales eran tradicionalmente atraídas por las disciplinas relacionadas con sus cualidades conferidas socialmente. Sin embargo, las mujeres que aspiraban a las disciplinas vinculadas con una condición masculina, incitaban a la reflexión y al cuestionamiento de la propuesta, ya que dichas mujeres claramente retaban a las estructuras sociales de aquella época.

Uno de los mayores retos que enfrentaron las mujeres que decidieron emprender los estudios superiores, fueron los prejuicios sociales, que, incluyéndolas, se tenían en aquel entonces, y refutaban el progreso de las mujeres en lo académico y en lo profesional. No obstante, el discernimiento progresista de las alumnas, que con valor y perseverancia quebrantaron estructuras ideológicas, se expandió a través de algunos profesores y autoridades, quienes lograron evidenciar que la incorporación de las mujeres a las acciones productivas era necesaria, consintiendo el ingreso a las aulas y la ejecución de sus profesiones.

A partir de ese momento, las mujeres se incorporan al entorno académico y profesional, pero siempre bajo la exigencia de demostrar y demostrarse que sus capacidades son suficientes para tener avances y lograr un desarrollo dentro de su campo. Así pues, se muestra una perspectiva en donde las mujeres son relegadas, aun en los espacios en los que supuestamente se les ha concedido un lugar. Por tanto, se presenta un estudio sobre la deontología del diseño y sus elementos identitarios que permiten arraigar en las regiones las profesiones del diseño, que, si bien tiene sus orígenes en la revolución industrial, muy rápidamente se extendió, y en México surge a mediados del siglo pasado a nivel profesional y en 1959 a nivel académico.

Se aborda la identidad desde la postura de Giménez (1999) a medida que la sociedad evoluciona y se complejiza, el autodescubrimiento como persona, la búsqueda de un propósito y una identidad que parece haberse acentuado. La identidad humana se refiere a quién es una persona, su identidad regional, de género, orientación sexual, qué actividades disfruta, sus comidas o películas favoritas, entre otras. Se trata de un proceso, en donde las perspectivas sobre sí mismo se encuentran en constante renovación y transformación; y las identidades que se van desplegando como identidades colectivas, permiten identificar a una mujer dentro de la profesión del diseño y en un puesto de trabajo, donde interactúa con una comunidad desde un rol que puede ser de empoderamiento.

Sin embargo, como veremos, en la mayoría de los casos dentro de los mercados tradicionales del diseño, las mujeres diseñadoras participan con una identidad de rol donde el acoso, sometimiento y las violencias se manifiestan. Veremos cómo la estructura del sistema

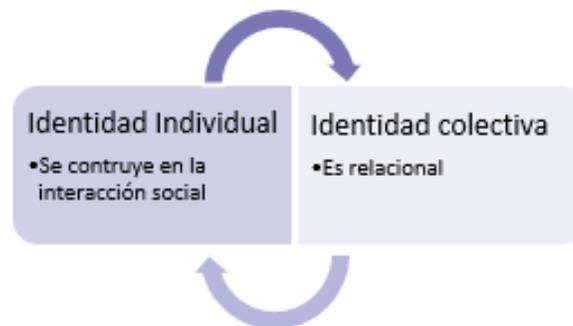
patriarcal-machista⁴ genera identidades dominantes y hegemónicas en su mayoría detentadas por varones, donde se ubica a las mujeres dentro de las minorías dominadas y objetualizadas, incrementado por la idea de que el diseño es una profesión masculina.

Las identidades desde las construcciones sociales

Existen diversas teorías que se han elaborado para comprender qué y quiénes somos como individuos, así como la interpretación de quiénes somos en relación con los demás; dichas teorías nos sirven para dar sentido a lo que contribuye a la construcción de nuestra identidad, que es el “conjunto de significados que define quién es uno cuando desempeña un rol específico en la sociedad, es miembro de un grupo particular, o afirma características particulares que lo definen como persona única” (Burke & Stets, 2009). Al examinar los factores que favorecen a la formación y evolución de ésta, se deben cubrir aspectos como la geografía, el contexto, la estructura de la sociedad, nuestras interacciones con los demás y las experiencias pasadas. En términos de Giménez, “una red de pertenencias sociales (identidad de pertenencia, identidad categorial o identidad de rol), una serie de atributos (identidad caracterológica) y una narrativa personal (identidad biográfica)” (1997, p. 17).

Para ser más específicos, el conjunto de prácticas sociales, en donde los individuos a través de su participación simultánea, y la similitud entre sus características se sienten parte de una unidad común, se concibe como la identidad colectiva. En cambio, la auto-asignación de atributos culturales, precedida de un proceso auto-reflexivo por parte de los individuos para establecer sus diferencias en relación con los otros, comprende a la identidad individual (Giménez, 2003). La reciprocidad que existe entre ambas identidades es ineludible, ya que el reconocimiento social resulta indispensable para lograr una autoidentificación, y de igual modo, el tener una distinción frente a los otros, permite conseguir un reconocimiento relacional en la sociedad (*Ver Ilustración 1*).

Ilustración 1: Interacción entre identidad individual y colectiva



Fuente: Elaboración propia con base en Giménez (1997, 1999, 2003, 2005)

Esto introduce la cuestión de un orden o jerarquía de identidades, ya que la identidad es una construcción social que se constituye dentro del ámbito de las interacciones sociales en curso

⁴ El patriarcado ha subsistido a lo largo de la historia como sistema sexo-genérico de dominación de las personas. Los discursos normalizadores del machismo y las ideologías que se fundamentan en la hegemonía de un individuo sobre otro, son los que sustentan dicha estructura; legitimando la desigualdad (Sandoval, Reyes, & Santiago, 2018).

y que está mediada por los objetos; pero al mismo tiempo, se adjudica un carácter único, lo que permite desempeñar los roles de actores independientes. La formación de la identidad no puede ser reducida a una identidad única, debido a que la identidad es multidimensional, multicapa y diferenciada. La construcción de la identidad conlleva un proceso complejo, el cual se desarrolla continuamente en y por los individuos, al desplegar interacciones con otros y con el entorno. Dichas interacciones, son producidas por los determinantes individuales, relacionales y sociales de cada individuo; generando una multiplicidad, en donde las personas, en lugar de recibir una identidad preestablecida, construyen las propias a lo largo de la vida (Ramon, 2013).

Dentro de las identidades colectivas, se encuentra la identidad regional, la cual deriva de las pertenencias socioterritoriales, de la cultura internalizada y de la cultura material utilizada por parte de los actores regionales, que son otorgadas por un “discurso social común y [un] discurso ideológico regionalista” (Giménez, 1994) en el que se atribuye trascendencia a la localización territorial, los recursos específicos de la zona, la intervención, las relaciones con el entorno y las interrelaciones comunitarias a través del género. Dicha identidad “... se da cuando por lo menos una parte significativa de los habitantes de una región ha logrado incorporar a su propio sistema cultural los símbolos, valores y aspiraciones más profundas de su región” (Giménez, 1999). Es, en cierto modo, una interpretación del proceso a través del cual una región institucionaliza, un proceso que consiste en la producción de límites territoriales, simbolismo e instituciones; además, se puede visualizar la externalidad al sistema hegemónico, y permanece sin una intencionalidad de progreso.

Por otra parte, la identidad principalmente se adjudica a un sujeto distinguible, y su función es diferenciar a los distintos sujetos de un mismo grupo. Entre la distinguibilidad de las cosas y de las personas existe una gran diferencia, ya que las primeras son definidas desde la perspectiva de una tercera persona, que es un observador externo; sin embargo, las personas tienen que ser percibidas, pero también necesitan un reconocimiento de los demás para existir socialmente (Giménez, 1997). En este sentido, los actos de distinción realizados para delimitar, nombrar y simbolizar el espacio y los grupos de personas generan una conciencia regional que apunta a la identificación de las personas con esas prácticas institucionales, discursos y simbolismos que expresan las expectativas que se tienen dentro de la estructura, que se institucionalizan como parte de la evolución de la región.

Sobre la idea de distinguibilidad⁵, el sujeto se afirma y se identifica en sus modos de interactuar y comunicar dentro de los contextos sociales, definiendo su especificidad por medio de características, elementos u objetos distintivos⁶, obteniendo la unicidad e interiorizando los estigmas ligados a los rasgos de diferencia. De tal modo que, un individuo posee una serie de atributos debido a su historia ineludible, que le dan cierto sentido de pertenencia a varios colectivos sociales. Esto considerando la espacialidad y la cultura material como parte de la formación de identidades, ya que los repertorios culturales distintivos de cada región tanto materiales como inmateriales proporcionan una impresión de pertenencia al lugar, que se consideran cruciales para la constitución de la clase, el género, las relaciones religiosas y étnicas, la sexualidad, entre otras,

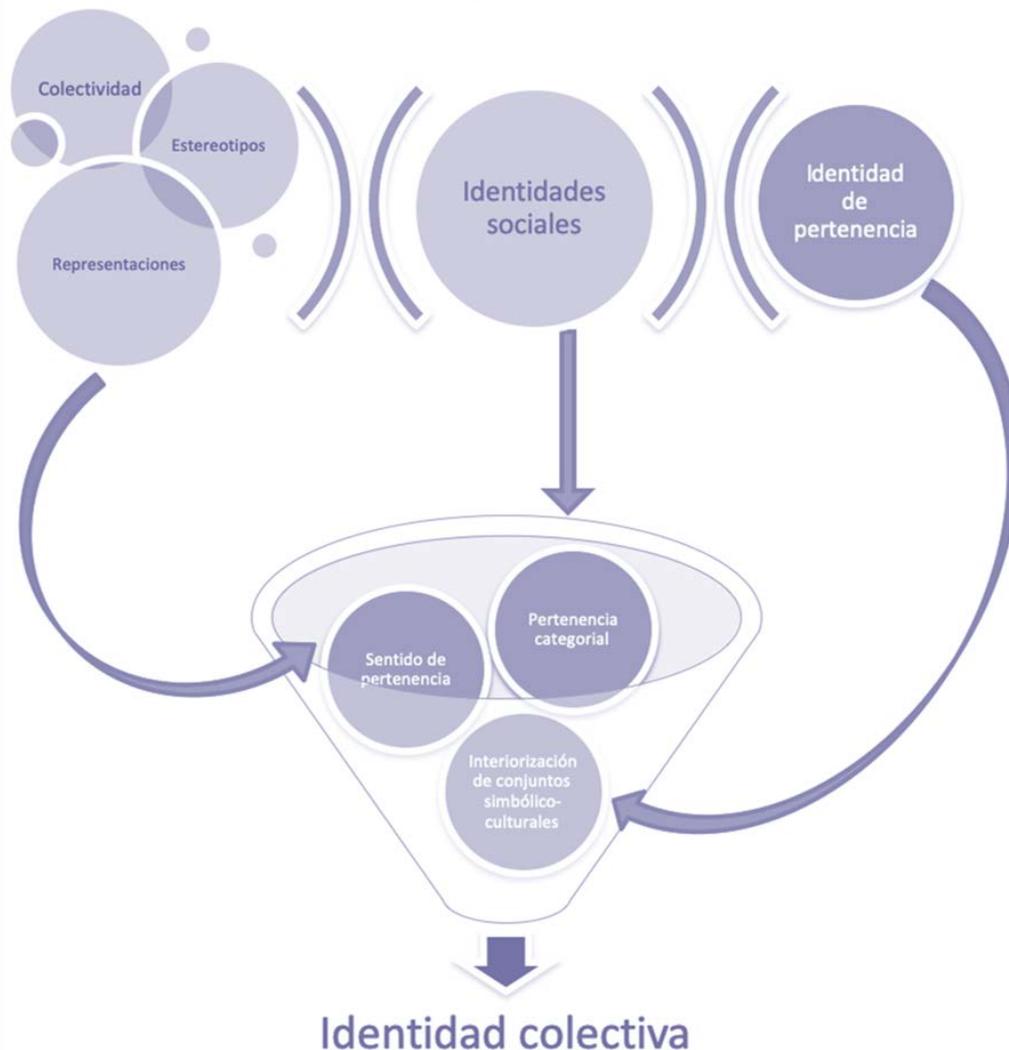
⁵ “La posibilidad de distinguirse de los demás debe ser reconocida por los demás. Por lo tanto, la unidad de la persona, producida y mantenida a través de la autoidentificación, se apoya a su vez en la pertenencia a un grupo, en la posibilidad de situarse en el interior de un sistema de relaciones” (Melucci, 1985, pág. 51, citado en Giménez, 1997, pág. 11).

⁶ “Concebir la identidad como elemento de una teoría de la cultura distintivamente internalizada” (Giménez, 1997, pág. 11).

por lo tanto, a través de los objetos se pueden definir los límites de pertenencia, generando así símbolos discriminatorios.

Las representaciones y los estereotipos ligados a una colectividad, generan un sentido de pertenencia, lo cual resulta en la conformación de las identidades sociales a través de una pertenencia categorial -ser mujer, madre, profesionista- (Giménez, 2005). Dentro de la identidad de pertenencia, la distinción individual conduce a la fidelidad hacia un grupo, apropiándose e interiorizando los conjuntos simbólico-culturales expresados en objetos o ideas que distinguen al mismo. Por lo tanto, al tener un proceso de socialización, mediante el cual los individuos se vinculan a grupos específicos, apropiándose e interiorizando sus complejos simbólico-culturales, se construyen las identidades colectivas (Ver Ilustración 2), que de acuerdo con Giménez (1997) son: las “entidades relacionales [que] están constituidas por individuos vinculados entre sí por un común sentimiento de pertenencia, lo que implica, [...] compartir un núcleo de símbolos y representaciones sociales y, por lo mismo, una orientación común a la acción”; de tal manera que la identidad colaborativa, está en función de las pertenencias y adscripciones grupales que tenga un individuo.

Ilustración 2: Proceso de socialización para la construcción de identidades colectivas



Fuente: Elaboración propia con base en Giménez (1997 y 2005)

Adicionalmente, es importante resaltar que las personas se reconocen como grupo, pero también como individuos; desempeñando una serie de roles, lo que es entendido como el tipo de participación que tiene un individuo en una colectividad, que desemboca en una acción para la colectividad, esto permite que esta participación sea reconocida socialmente, la cual es distinguida cualitativamente, como una identidad de rol (Giménez, 1997). Esta identidad especifica los roles que ejercen los individuos al colocarse en posiciones sociales específicas (sometido, dominador, víctima, acosado, desempleado) dentro de los grupos, relacionándose con otras personas, y creando interacciones por medio de sus identidades de rol.

Cuanto más importante es una identidad de rol para una persona, por ejemplo, como profesionalista del diseño, más debe proporcionar un sentido de propósito y significado en la vida, pudiendo ejercer acciones de liberación o de reconocimiento. No obstante, al asumir un rol que no corresponda con los objetivos del individuo, se puede llegar a experimentar un estado de dependencia y sometimiento, revirtiendo las interpretaciones positivas acerca del rol desempeñado.

Lagarde (2015) apunta que existe la posibilidad de converger en una identidad cohesionada, es decir, una co-existencia de identidades; en donde las actividades, las relaciones, y las formas de comportamiento procuradas por la cultura, se integran a la identidad de rol. Cabe señalar, que las construcciones sociales y culturales, dadas en un espacio y tiempo determinados, condicionan las relaciones que posibilitan la construcción de las identidades, incluyendo la de rol. Sin embargo, nos encontramos ante condiciones y hechos contruidos socialmente, configurando un sistema de especializaciones, en el que los individuos están determinados históricamente para actuar de cierta manera; por ejemplo: la identidad de las mujeres sometidas ante una jerarquía superior, conferida históricamente a la identidad masculina.

Identidades hegemónicas

Consideremos ahora, que, al fomentar identidades particulares, incluidas habilidades, comportamientos, formas de pensar y ser, hábitos y sus objetos que los conforman; promulgadas por las ideologías dominantes con la intención de moldear a la población para los roles asignados en la sociedad, se promueven individuos que cumplen con un orden sociocultural y político-económico, que históricamente ha sido inequitativo. En este caso, se proporciona una forma útil de examinar la promulgación de la hegemonía, es decir, la formas en que las personas juegan roles que sirven para mantener un orden social desigual o equitativo.

Al entender la valoración de una identidad particular que se vive en nuestras interacciones, prácticas y en la cultura material, en donde se sintetizan los valores diarios a expensas de otras identidades, vemos que la gestión de impresiones sirve para orquestar la identidad hegemónica. Este último se refiere al establecimiento y difusión de identidad del grupo dominante como la norma, a partir de ella todos los demás se comparan. Sin embargo, esto solo tiene éxito si el receptor acepta estos mensajes como verdades evidentes (Bonino, 2002). En particular, las normas hegemónicas pueden abordarse como la posición del sujeto en el discurso, que los hombres adoptan estratégicamente en circunstancias específicas. Por tanto, la norma dominante, incluye entre otras, características de evaluación tales como dureza, competitividad, logro, dominio, éxito, riqueza y, ciertamente, heterosexualidad y subestimación (o incluso subordinación) de la otredad (Braidotti, 2015).

En este contexto, es importante destacar, que las normas hegemónicas se manifiestan en el poder alcanzado que trasciende por medio de las fuerzas sociales, dentro de las distintas estructuras políticas, económicas y socioculturales. Así, los hombres, aún teniendo una misma situación identitaria, no todos comparten las condiciones, patrones y prácticas de dominio y violencia patriarcal; de tal manera que, las llamadas masculinidades subordinadas, no producen, reproducen ni legitiman las masculinidades hegemónicas. No obstante, el sistema patriarcal les brinda ciertos privilegios, en los diversos entornos, solo por el hecho de ser hombres; por lo tanto, se produce una relación de dominio hacia las mujeres, generando subordinación, violencia y discriminación (Martino, 2013).

Debido a que "...toda distinción, exclusión, limitación o preferencia, fundada en la raza, el color, el sexo, el idioma, la religión, las opiniones políticas o de cualquier otra índole, el origen nacional o social, la posición económica o el nacimiento, que tenga por finalidad o por efecto destruir o alterar la igualdad de trato..." (UNESCO, 1961, p. 119) es entendido como discriminación, es importante incorporar éste concepto, ya que el trato desigual de las personas, por una razón que no tiene nada que ver con los derechos legales o las capacidades de los individuos, es considerada ilegal por el gobierno federal y leyes estatales en México.

Aunque dichas leyes prohíben la discriminación en el empleo, derecho de promoción, oportunidad educativa, derechos civiles y uso de instalaciones basadas en raza, nacionalidad, credo, color, edad, sexo u orientación sexual; en la actualidad se siguen observando prácticas discriminatorias, favoreciendo a los grupos sociales hegemónicos. Asimismo, nos enfrentamos a la existencia de leyes que por sí mismas son discriminatorias, a las estructuras de impunidad y corrupción establecidas por dichos grupos hegemónicos, concediendo situaciones que aunque las leyes estén en su contra, no obtienen una sanción, reiterando sus acciones discriminatorias (Castells, 2003).

Debido al fenómeno de la globalización, se experimenta una transformación social y cultural a nivel regional, en donde distintos grupos humanos, se han trasladado geográficamente por todo el mundo, en busca de oportunidades laborales y mejor calidad de vida, derivando en una heterogeneidad de las formas de vida en los diferentes grupos sociales y en los individuos que constituyen la región, acrecentando la diversidad. Es preciso resaltar el término de diferencia, debido a que son las características que hacen a las personas únicas y desiguales de otras, y mediante ellas se torna evidente la diversidad, que es una idea abstracta e invisible, pero a través de las diferencias es posible su representación mental y el análisis de los objetos (Sánchez & Pulido, 2014).

Las diferencias humanas deberían ser percibidas como cualidades y símbolos de valor, ya que en un mundo globalizado en donde se propicia una sociedad diversa, en donde cada individuo posee características propias que lo hacen distinto a todos los demás, se generan nuevas identidades, pero a su vez, se producen distintas estructuras de discriminación. Así, a pesar de que las diferencias son necesarias para mantener una realidad que sea abordada desde múltiples perspectivas, y que se favorezca al desarrollo económico y social. Pueden ser diferencias individuales que refieran al aspecto físico, capacidades, expectativas, motivación; pero también pueden estar relacionadas con la clase social, el género, la lengua, la raza, que son diferencias grupales o colectivas (Esteberría, 1996). Todas estas diferencias, pueden ser evidenciadas mediante los objetos que se portan, ya que, como se mencionó anteriormente, pueden ser adoptados como símbolos discriminatorios.

La mujer como contraparte de la construcción de la identidad hegemónica masculina

Es aquí, en donde el concepto de diversidad toma relevancia, Esteberría (1996) se refiere a ella como “una variación, un pluralismo o una manera distinta y al mismo tiempo enriquecedora de vivir la realidad, sin que ella lleve consigo algún tipo de desventaja o dificultad” (Esteberría, 1996, pág. 170). El respeto por la diversidad es un valor que muestra la consideración mutua y la apreciación de las similitudes y diferencias, que hacen que las personas sean únicas. Un entorno en el que se respeta la diversidad es donde, varones y mujeres, unidos como miembros de un mismo equipo, aplican de manera efectiva todos los talentos, habilidades y experiencias que genera su diferencia sexual, en la búsqueda de objetivos comunes.

A medida que un individuo se relaciona con una identidad, es capaz de reconocerse como miembro de un grupo de personas, y puede llegar a percibir que debido a sus características distintivas culturales o físicas, es sometido a una discriminación por parte de los demás miembros de la sociedad, que ejercen sobre él/ella un trato diferente e injusto con relación a los otros; esta condición se puede ver reflejada en el concepto de “minoría” (Wirth, 1945). Es el caso de las mujeres que siendo un grupo mayoritario en número, se comprendería su estudio como un conjunto dominante, sin embargo, en la sociedad actual, regida por un sistema patriarcal, las mujeres son sometidas mediante la negación de su subjetividad (Braidotti, 2015), dando como resultado su exclusión en el sistema, y desplegando la posibilidad de ser estudiadas, paradójicamente, como una minoría de carácter sociológico, que se aplica a grupos que carecen de poder o que se han subordinado en diferentes sociedades (Osborne, 1996).

En la cultura patriarcal, se ha instaurado la división más antigua, cosificando a los sujetos en términos sexuales, varón/mujer, estableciendo a la mujer como la diferencia del varón, y promoviendo su inferioridad respecto a ellos. La feminidad de acuerdo con Braidotti (2015) es una conceptualización siempre cambiante, una idea fluida de pertenencia definida por la sociedad y la cultura; un hecho biológico que ha creado diversas implicaciones para las mujeres de todo el mundo. Hay un esfuerzo en constante evolución para conciliar las diferencias de identidad reflejadas en la sexualidad y roles de género; teniendo un reconocimiento de los atributos como mujeres, y las cuales se reconocen como grupo, adjudicándose una identidad colectiva que las unifica e identifica notoriamente como mujeres.

Desde la construcción de la diferencia sexual (Braidotti, 2015), se pretende el reconocimiento no solamente desde la posición de la mujer dentro de una estructura patriarcal, donde la discriminación es tácita, sino también, es ejercer un reconocimiento desde la subjetividad femenina por los supuestos culturales que tienen en común, es decir, modificar el estereotipo machista de que “la representación tradicional de la Mujer como irracional, hipersensible, destinada a ser esposa y madre. La Mujer como cuerpo sexo y pecado. La Mujer como <<distinta de>> el Hombre” (Braidotti, 2000, pág. 11), y encontrar una identidad positiva en donde se puedan “convertir las tradiciones culturales y las modalidades cognitivas de las mujeres en una fuente de afirmación positiva de otros valores” (Braidotti, 2015, pág. 15).

En contraparte, la configuración de la identidad masculina, tiene una estructura dominante, habilitada por la concepción social tradicional de la masculinidad, concediendo un carácter hegemónico, promovido por las relaciones jerárquicas concretadas regionalmente, que se mantienen estables a través del tiempo. Esta situación se define “...como modelo social hegemónico que impone un modo particular de configuración de la subjetividad, la corporalidad, la posición existencial del común de los hombres y de los hombres comunes, e inhibe y anula la

jerarquización social de las otras [subjetividades]” (Bonino, 2002). La condición hegemónica de los varones, está en función de la geografía, ya que, acorde a cada localidad y sus construcciones sociales, el reconocimiento y sumisión de las mujeres se da en diferentes niveles y entornos.

Marcela Lagarde (1996), afirma que se tienen “mecanismos de poder de dominio que aseguran mayores posibilidades de desarrollo a algunos sujetos de género frente a otros que, por su género y su situación vital, tienen reducidas oportunidades” (Lagarde, 1996, págs. 13-14). Los espacios de construcción de poderes, están dados por las creencias, costumbres, normas y acciones sociales de los individuos; estableciendo oportunidades y alternativas particulares para cada uno de ellos, sin tomar importar el género.

La inclusión de la diversidad implica integrar a las minorías y las subjetividades femeninas en el entorno laboral, esto involucra a los empleados no tradicionales, como lo son las mujeres y las otras minorías en la fuerza laboral, y usar su diversidad para la ventaja competitiva de la organización a través de la gestión organizacional. Actualmente, la gestión organizacional compleja otorga condiciones que favorecen y fortalecen los procesos de las organizaciones, a través de la introducción de las contraculturas (Narváez, Gutiérrez, & Senior, 2011). Es así, como la gestión organizacional contribuye a que, en el mercado laboral, se integren diversos tipos de personas, permitiendo que las características heterogéneas, que cada uno aporta, permitan contratar, retener y motivar al mejor talento, lo que ayudará a maximizar el rendimiento de las organizaciones, resaltando la importancia de la empatía y el respeto a los que nos rodean.

Exclusión de la mujer en la profesión del diseño

Al ser la gestión organizacional la responsable de establecer las pautas mediante las cuales se constituye el entorno laboral, se establece una relación inherente de éste mercado en el diseño; ya que, si se enfoca a incluir la diversidad de género dentro de las organizaciones, implicaría regular la proporción de varones a mujeres en el lugar de trabajo. Esto puede tener un efecto sobre cómo los profesionales del diseño interactúan y se comportan entre sí, dentro de un entorno laboral, e impactaría en la cultura y el entorno social. Por otro lado, la diversidad y la inclusión pueden ser herramientas para la profesión del diseño, ayudando a resolver problemas y satisfacer necesidades de los diferentes grupos desde diferentes perspectivas, por medio de objetos enfocados a las diversidades y subjetividades, que se perciben bajo ciertas circunstancias.

En particular, al ser el diseño una profesión que surge en la revolución industrial, desde una estructura patriarcal, se concibe como una labor destinada principalmente a los varones, debido a que la industria que se conforma en ésta época, demanda profesionales del diseño que consideren los sistemas productivos emergentes, para el desarrollo de productos de alto valor estético. El estereotipo de este profesionista es el del varón dentro de la fábrica desarrollando productos, mientras que las mujeres son relegadas al diseño textil y cerámico, ya que son considerados “femeninos” (Campi, 2018).

La identidad colectiva del diseñador, se establece en función de los grupos con los cuales se vincula: profesión, región, género, prácticas laborales, entre otros (Romero, 2019). A su vez, al apropiarse de algunas particularidades de dichas colectividades, y a través de su identidad individual, el diseñador adopta ciertas características y atributos que repercuten en su diseño, diferenciándolo como individuo e incorporando una carga identitaria en la proyección de los objetos que diseña. Las mujeres diseñadoras se afirman en esta identidad colectiva, asumiendo un

rol dentro de la sociedad como profesionistas del diseño, y son identificadas como diseñadoras desde los orígenes del diseño en 1919 (Vadillo , 2016). De la identidad individual, la diseñadora se reconoce dentro de una geografía que la influye y posee pertenencias, atributos y narrativas que moldean sus diferencias individuales y colectivas, y por lo tanto sus productos de diseño (Giménez, 1997).

Ahora bien, en la profesión del diseño también se identifican e interpretan patrones de comportamiento que sostienen una réplica del sistema patriarcal, estableciendo una mayoría que ejerce el poder, constituida, por ejemplo por los diseñadores, y una minoría subyugada, representada por las diseñadoras; los cuales interactúan en una relación de dominación/sometimiento que ha sido naturalizada desde la institución de la profesión, y que ha pasado por alto acciones en detrimento de esta comunidad, avasallando a las mujeres y privilegiando la condición del varón dentro de los mercados laborales del diseño.

En algunos casos, las diseñadoras demandan justicia distributiva o equidad de resultados en la forma en que se asignan varios recursos, en otros casos, se refieren a la imparcialidad de los procedimientos utilizados para la asignación de actividades, puestos, u otros tipos de decisiones dentro del mercado laboral. Sin embargo, la práctica del diseño y su consolidación como profesión han dado por sentadas condiciones laborales óptimas, invisibilizando las condiciones de las mujeres, que resulta en la discriminación de las diseñadoras, que, aunque son parte fundamental en el desarrollo de la profesión, siguen expuestas a situaciones de violencia que son naturalizadas y desigualdad laboral.

De acuerdo con Campi (2013) en el diseño existen dos mundos laborales, el de las mujeres y el de los hombres, incluso cuando las competencias específicas dentro de la educación profesional del diseño son las mismas para ambos. La exclusión por diferencia sexual se hace patente, ya que la demanda en el mercado laboral está centrada en obtener un perfil de diseñador basado en una tendencia masculina. La mayoría de los diseñadores de renombre son hombres, son pocas las mujeres propietarias de un estudio de diseño y son menos las que llegan a obtener un reconocimiento, y solamente el 17% de los puestos de jefe de área de diseño están ocupados por las mujeres (DesignCouncil, 2019).

A pesar de que las mujeres en el diseño representan a una minoría por sí mismas, y sobrellevan la discriminación y violencia de género dentro de la profesión, es preciso resaltar que debido al sistema patriarcal, algo similar ocurre entre las propias diseñadoras, que logran asentarse en los mercados laborales del diseño, subyugando a otros grupos minoritarios. De tal modo, que se siguen promoviendo tratos injustos de una persona, o un grupo de personas, sobre las minorías, basándose en prejuicios y parcialidades que conducen a una desigualdad de trato, perjudicando a la sociedad en general, pero específicamente al gremio del diseño.

En México, teniendo una sociedad diversa y plurinacional, existen grupos minoritarios que han sido subyugados por los grupos hegemónicos y urbanos, entre ellos los grupos conformados por los profesionales del diseño, los cuales provienen de una cultura social hegemónica, que se ve reflejada en la réplica de estos patrones por parte de las diseñadoras, haciéndolos parte de su identidad. En consecuencia, no se abordan desde la acción del diseño las problemáticas que dichos grupos minoritarios tienen, contribuyendo a la reproducción de los roles hegemónicos en la sociedad y en sus productos. De hecho, la cultura patriarcal dominante y machista, no solo se manifiesta en el comportamiento de los diseñadores, sino también en el de las diseñadoras; y siendo una profesión responsable de producir cultura material, incontables veces provoca daños a las

minorías consumidoras, entre ellas las mujeres, a través de los productos diseñados que reflejan esta identidad.

Por lo tanto, en una profesión en donde las mujeres han sido víctimas de supresión e invisibilización a lo largo de la historia, resulta necesario difundir la aceptación, empatía y equidad. Se debe dar apertura a la inclusión, creando experiencias en la diversidad, la subjetividad y la territorialidad; que impacten en el desarrollo social, pero de igual manera en la profesión misma. La afirmación de la subjetividad de todos los individuos, desde la diferencia y la diversidad, permitirá lograr un mercado laboral del diseño mucho más heterogéneo; en donde las oportunidades estén dadas por las capacidades, habilidades y competencias que se poseen, y no sean coartadas por los elementos identitarios que responden a una diversidad social.

Mercados laborales alternos para el diseño a partir de la desterritorialización

Al introducir el concepto de diferencia, se implica el reconocimiento de una realidad conformada por multiplicidades, tal como plantea Deleuze:

“No nos hallamos en absoluto ante un mundo individuado constituido por singularidades ya fijas y organizadas en series convergentes, ni ante individuos determinados que expresan este mundo. Nos encontramos ahora ante el punto aleatorio de los puntos singulares, ante el signo ambiguo de las singularidades, o, mejor, ante lo que representa este signo, y que vale para varios de estos mundos, y en el límite para todos, más allá de sus divergencias y de los individuos que los pueblan” (Deleuze, *Lógica del sentido*, 2005).

En este sentido, las multiplicidades dentro de los mercados laborales del diseño, proporcionan una explicación de la génesis de la identidad biográfica de las diseñadoras, es decir, la experiencia de estas mujeres concretamente existentes aquí y ahora, por lo que el territorio y la temporalidad se tornan elementos primordiales en la conformación de sus diferencias.

Normalmente, la diferencia se concibe como una relación negativa entre dos términos, cada uno de los cuales tiene una identidad previa propia, por ejemplo: mujer es “diferente de” varón. Deleuze (2005) invierte esta reciprocidad: la identidad persiste, pero ahora es algo producido por una relación previa entre diferenciales, lo que origina una “subjetividad mujer”, en lugar de “no varón”. Esta diferencia ya no es una relación negativa, sino que se convierte en un principio trascendental que constituye la razón suficiente de la diversidad.

Considerando que, la determinación de elementos diferenciales da origen a la multiplicidad, se puede deducir, que ésta se trata de un proceso sustentado por las relaciones de las diferencias y singularidades que tienen los individuos. En concreto, dichas relaciones e interacciones sociales en la profesión del diseño, que no se podrían tener en una configuración independiente a este territorio, contexto y al sistema en el que se encuentran inmersos, originan las diferencias de los individuos en los mercados laborales del diseño en México. Finalmente, las relaciones entre dichas diferencias, son determinadas por las singularidades o puntos notables que otorga el territorio individual particular, decretando los esquemas a través de los cuales se construyen las identidades (Deleuze, 2005).

Un territorio, en el sentido etológico, se entiende como el entorno de un grupo que no puede ubicarse objetivamente, sino que está constituido por los patrones de interacción, que a través de las estructuras sociales asegura una cierta estabilidad y ubicación (Deleuze & Guattari, 1997). Por ejemplo, las diseñadoras en el mercado laboral pueden conferirse identidades distintas,

dependiendo de la estructura de su entorno, pueden ser: un grupo de mujeres diseñadoras sometidas, un grupo de mujeres diseñadoras empoderadas, o un grupo de mujeres diseñadoras desempleadas. Del mismo modo, retomando el planteamiento de Lagarde (2015), en una coexistencia de identidades, se puede llegar a ser las tres cosas a la vez, concediendo dinamismo al proceso de la construcción de la identidad. Así pues, el entorno de una sola persona, ya sea su entorno social, espacio de vida personal o sus hábitos, puede verse, en el sentido psicológico, como un territorio, desde el cual la persona actúa o construye su identidad.

Dado que, el territorio parece ser un concepto notablemente relacionado con las estructuras que establecen las interacciones sociales para la construcción de las identidades, resulta inmanente su proximidad con las relaciones de poder, y el desarrollo de las identidades hegemónicas, que ya han sido abordadas en este trabajo. El territorio se encuentra en una correspondencia continua con el poder, con el dominio de los individuos y con el desarrollo social; por ende, para alcanzar una reestructura en las relaciones sociales, que implique la pérdida del dominio territorial, se debe llevar a cabo un proceso de deconstrucción, que a su vez conlleve, una reconstrucción territorial.

De tal modo, que el individuo necesita construir un territorio alterno que tenga estructuras favorecedoras a sus demandas, e impulse su salida del territorio en el que se encuentra, o bien, dentro de su mismo territorio construir otro diferente, lo cual implica tener una confrontación directa con las estructuras previamente establecidas, comprometiendo sus posibilidades (Haesbaert, 2013). Como resultado de un enfrentamiento directo al sistema de un territorio, se desafía radicalmente las nociones procesales y estructurales existentes, que tienen, habitualmente, un sesgo conservador subyacente, así como otras concepciones populares de estrategia como la gestión del poder, que está designado a ganar y a concentrar el dominio en las formas capitalistas-patriarcales-machistas.

A través de esta perspectiva, el concepto de desterritorialización⁷, sugiere la salida de un territorio, para tener la oportunidad de generar nuevas territorialidades, y así estar sujeto a otras estructuras alternas. En consecuencia, las diseñadoras mexicanas necesitan realizar una exteriorización al mercado laboral tradicional, en donde se observan estructuras sociales que condicionan su realización como profesionales del diseño, en busca de mercados laborales alternativos, en donde se vislumbren condiciones mayormente favorables a su desarrollo dentro de la disciplina del diseño, sin la necesidad de tener una confrontación directa al sistema capitalista-patriarcal-machista que domina el mercado laboral tradicional.

Los autores Deleuze y Guattari (1997), diferencian los procesos de desterritorialización en dos tipos: desterritorializaciones relativas y absolutas; mientras que las primeras guardan la posibilidad de tener una reterritorialización, las segundas, están marcadas por la imposibilidad de volver a territorializarse. Quizás la mejor interpretación de desterritorialización, es la descontextualización, entendiendo al contexto como el entorno en el que los elementos cumplen una función particular. Entonces, cuando las diseñadoras son separadas y aisladas de su medio o territorio original, se liberan de su función particular dentro del sistema hegemónico, y luego se resitúan en un nuevo territorio, con diferentes situaciones, nuevas funciones y construyen nuevas identidades.

Por consiguiente, cuando los individuos se separan de un territorio, se convierten en otro individuo, asumiendo funciones ajenas a las habituales, de modo que se desterritorializan de su

⁷ Tres de los conceptos principales de Deleuze y Guattari (1997) para comprender los movimientos estratégicos dentro del capitalismo contemporáneo son: i) estrategia nómada, ii) desterritorialización y iii) la ocupación del espacio liso.

territorio original. Tal es el caso de una diseñadora trabajando en un mercado laboral tradicional, que renuncia para trabajar en un mercado laboral alternativo, como lo es el ciberespacio, en donde ahora tendrá que reterritorializarse. De acuerdo con Levy (2007), la red y la web que albergan el ciberespacio, tienen la capacidad de facilitar la pronta comunicación, concediendo una mayor participación en la toma de decisiones por parte de la comunidad, forjando nuevas formas de interacciones sociales, originando una desterritorialización.

En este sentido, la disciplina del diseño tiene un compromiso más allá de la búsqueda de la inclusión de la mujer en los mercados laborales tradicionales, se debe asumir un compromiso social que pretenda el beneficio hacia la otredad desde una estructura alterna, donde la subjetividad de la mujer diseñadora sea tomada en cuenta para determinar las características de los perfiles requeridos en la disciplina del diseño; y que las sectores vulnerables sean capaces de salir de esta condición, enfocándose en los individuos y en sus formas de interacción, consiguiendo mirar al mundo desde otra perspectiva, atendiendo aspectos que se han ignorado o invisibilizado a través del tiempo. Finalmente, los múltiples enfoques que abordan las diferencias, son capaces de aportar una nueva dimensión teórica para la investigación de la exteriorización de las subjetividades dentro del mercado laboral del diseño, contribuyendo a la exploración de la problemática desde un enfoque distinto, que resulte en una propuesta innovadora y generadora de cambios dentro de la profesión

Conclusión

El acercamiento de este trabajo señala los factores que permiten la inclusión en los mercados laborales de la población femenina de la profesión del diseño. Debido a que la profesión del diseño presenta gran resistencia a la empleabilidad equitativa, es decir, existen mayor cantidad de diseñadores varones que de diseñadoras, la estabilidad laboral de las mujeres se ve continuamente cuestionada, lo que condiciona el nivel de puesto de las diseñadoras, quedándose en los niveles en los que se tiene mayor cantidad de trabajo, y menos reconocimiento, replicando características de su fuerza de trabajo que se han mantenido estables a través del tiempo, sustentando un dominio por parte de los varones.

Los mercados laborales tradicionales del diseño están definidos desde la concepción patriarcal de la profesión, mostrándose esquivo hacia la inclusión de la diversidad. Sin embargo, no solo se debe gestionar una mayor participación de las mujeres en la profesión del diseño, sino incluir a otros grupos minoritarios que permitan manifestar la diversidad en los productos de diseño, a favor de la productividad local, teniendo mayores posibilidades en los modos de producción.

Las diseñadoras demandan un mercado laboral, en el que se respete la diversidad y su subjetividad, y que, como individuos, y como parte de esta identidad colectiva, logren sus objetivos profesionales; aprovechando positivamente sus capacidades, habilidades y experiencias, otorgadas por las diferencias que les confiere su geografía e identidad individual. Por ejemplo, ser mujer, diseñadora industrial, mexicana, originaria de la región del centro del país, ejerciendo la profesión en un mercado laboral tradicional.

Si bien este trabajo se centra en el mercado laboral tradicional, se han abierto otros mercados laborales alternativos, que permiten hacer una comparación sobre las libertades y capacidades que se están ejerciendo, por ejemplo, desde el ciberespacio, en donde la geografía

sufre alteraciones físicas y se comporta como un territorio intangible, lo que nos permite darnos cuenta de las vulnerabilidades a la que se enfrentan las mujeres globalmente dentro del mercado tradicional.

Cabe destacar, que el objetivo de este trabajo no es la concepción de mercados laborales alternos como evasión al problema en los mercados laborales tradicionales. Se pretende, una forma de pensamiento divergente, en donde la concepción de la idea negativa de la confrontación, despliegue una realidad exteriorizada. Las circunstancias laborales para las mujeres, en dicha exteriorización, serán propicias sin la necesidad de desafiar a los opositores, respaldando la existencia de una minoría oprimida, y concediéndole acceso y participación en espacios que tradicionalmente le son condicionados.

La diversidad cultural y las diferencias de identidades, pueden ser un activo para los mercados laborales del diseño si se gestionan de manera efectiva, incitando a los gestores de las organizaciones a considerar las múltiples identidades colectivas e individuales, que se encuentran en una región culturalmente diversa como la de México, y se perciban como trascendentales para establecer un impacto en la profesión del diseño, y en el desarrollo social.

Bibliografía

- Lagarde, M. (1996) "El género", Fragmento literal: La perspectiva de género. Género y feminismo. Desarrollo humano y democracia., 13-38.
- Lagarde, M. (2015) Los cautiverios de las mujeres. México: Siglo XXI Editores.
- Campi, I. (2013) La Historia y las teorías historiográficas del diseño (primera ed.). México: Designio.
- Campi, I. (2018) A conquista de las aulas. Las mujeres en la Bauhaus y la HfG de Ulm desde una perspectiva actual. Cuajimalpa: UAM .
- Castells, M. (2003) La era de la información 2. Economía sociedad y cultura: El poder de la identidad (2ª ed.). Madrid: Alianza.
- Lévy, P. (2007) Cibercultura. Barcelona: Anthropos Editorial.
- Bonino, L. (2002) Masculinidad hegemónica e identidad masculina. Dossiers feministes, 6, 7-35.
- Braidotti, R. (2000) Sujetos nómades. Buenos Aires: Paidós.
- Braidotti, R. (2015) Feminismo, diferencia sexual y subjetividad nómade. Barcelona: Gedisa.
- Burke, P., & Stets, J. (2009) Identity Theory. New York: Oxford.
- Deleuze, G. (2005) Lógica del sentido. Barcelona: Paidós.
- Deleuze, G., & Guattari, F. (1997) Mil mesetas. Capitalismo y esquizofrenia. Valencia: Pre-textos.
- DesignCouncil. (2019) The Design Economy 2018. UK: Design Council.
- Esteberría, F. (1996) Educación y atención a la diversidad. Revista Española de Educación Comparada, 2, 167-200.
- Giménez, G. (1994) Apuntes para una teoría de la región y de la identidad regional. Estudios sobre las Culturas Contemporáneas, VI(18), 165-173.

- Giménez, G. (1997) Materiales para una teoría de las identidades sociales. *Frontera norte*, 9(18), 9-28.
- Giménez, G. (junio de 1999) Territorio, cultura e identidades. *Época II*, V(9), 25-57.
- Giménez, G. (2003) *La cultura como identidad y la identidad como cultura*. México: Instituto de Investigaciones Sociales, UNAM.
- Giménez, G. (2005) *La Cultura como identidad y la identidad como cultura*. Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM, 1-27.
- Haesbaert, R. (2013) Del mito de la desterritorialización a la multiterritorialidad. *Cultura y representaciones sociales*, 8(15), 9-42.
- Martino, M. D. (2013) Connel y el concepto de masculinidades hegemónicas: notas críticas desde la obra de Pierre Bourdieu. *Estudios Feministas*, 21(1), 283-300.
- Narváez, M., Gutiérrez, C., & Senior, A. (julio-diciembre de 2011) *Gestión organizacional. Una aproximación a su estudio desde el paradigma de la complejidad*. *Revista Venezolana de Análisis de Coyuntura*, XVII (2), 27-48.
- Osborne, R. (1996) ¿Son las mujeres una minoría? Isegoría. *Revista de filosofía moral y política* (14), 79-93.
- Ramon, R. (2013) Entorno multidimensional y construcción identitaria en las prácticas de educación artística. *Arte y movimiento: revista interdisciplinar del Departamento de didáctica de la expresión musical, plástica y corporal* (8), 9-20.
- Romero, J. (2019) *Modelo de la relación identitaria del diseño industrial para su competitividad a través de la diferenciación*. Tesis doctoral. Toluca: UAEMéx.
- Sánchez, A., & Pulido, R. (2014) *El centro educativo: una organización de y para la diversidad*. Granada: Grupo Editorial Universitario.
- Sandoval, F., Reyes, L., & Santiago, C. (2018) El micromachismo presentes en la región centro de México. En C. José Gasca Zamora, *Agenda pública para el desarrollo regional, la metropolización y la sostenibilidad*. (Vol. 5). México: AMECIDER.
- UNESCO. (1961) *General Conference*, 11th, 1960. París.
- Vadillo, M. (2016) *Las diseñadoras de la Bauhaus: Historia de una revolución silenciosa* (primera ed.). Córdoba, España: Editorial Cántico.
- Wirth, L. (1945) The Problem of Minority Groups. *The Science of Man in the World Crisis*, 347-372.

LAS DISEÑADORAS COMO MINORÍA EN LOS MERCADOS LABORALES DEL DISEÑO,
DIFERENCIAS QUE DEMANDAN RESPETO POR LA DIVERSIDAD