

## El concepto de diseño en los proyectos de titulación de Diseño Gráfico de la PUCE

Actas de Diseño (2020, julio),  
Vol. 31, pp. 233-237. ISSN 1850-2032.  
Fecha de recepción: agosto 2018  
Fecha de aceptación: junio 2019  
Versión final: julio 2020

Guillermo Sánchez Borrero (\*)

**Resumen:** Durante el transcurso de proyectos de titulación de los estudiantes de la Carrera de Diseño Gráfico de la PUCE, se identificó que carecían de una base metodológica en el desarrollo, siendo la parte más débil la validación o comprobación, al elaborar propuestas que no permitían medir el impacto del diseño sobre el usuario debido a que no estaban pensados en el mismo. Por esta razón se decide impulsar la enseñanza del concepto de diseño como el vínculo que existe entre los aspectos técnicos, funcionales, tecnológicos, estéticos y de producción de un producto gráfico. Luego de 3 años del proyecto se ven resultados en el diseño de material pedagógico-educativo que permite tener mediciones de su rendimiento.

**Palabras clave:** Diseño gráfico - metodología - pedagogía - proyecto de titulación.

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en p. 237]

### Desarrollo

El eje principal de la enseñanza para el desarrollo de los proyectos de titulación de diseño gráfico en la Carrera de Diseño de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador ha sido la metodología proyectual en sus tres etapas: investigación, desarrollo de la propuesta de diseño y validación o comprobación. Siendo en la segunda donde se hace hincapié en la importancia de la definición del concepto de diseño como el eje primordial del proyecto. El presente artículo se enmarca en la línea de Proyectos Pedagógicos de Diseño e Innovación en estrategias de enseñanza, cuyo objetivo fue mejorar los proyectos de titulación de los estudiantes y que su propuesta de diseño sea pensada en el usuario, su función y eficiencia.

Un buen concepto garantiza que la propuesta de diseño se identifique con el usuario a través de una interacción narrativa, que logre satisfacer su necesidad de comunicación gráfica en aspectos tangibles e intangibles. Permite, además, establecer una experiencia estética y un vínculo discursivo entre el producto diseñado y el usuario, a través de la semiótica gráfica y la configuración de unidades de sentido.

Todo concepto de diseño debe contener un discurso que esté en perfecta sincronía entre la funcionalidad del objeto diseñado y el usuario, considerando sus características culturales, imaginario y entorno. Esto también implica que el comitente (comercial o social) logre obtener un producto viable y rentable, que lo pueda producir y cumplir con los objetivos específicos de la empresa o institución y sea determinante en la recepción del producto dentro del mercado.

Para iniciar a construir el concepto de diseño se establecen los requisitos de diseño, obtenidos luego de realizar la investigación cualitativa que permite determinar claramente el problema a solucionar y establecer las características de: innovación, sustentabilidad, ergonomía visual, materiales, acabados y rentabilidad. La segunda instancia es la definición formal del objeto a diseñar. Para esto se recurre a la retórica, que transmite arquetipos y

símbolos que forman parte del inconsciente colectivo y, a través de una secuencia signífica, se utiliza los diversos códigos y principios del diseño para su configuración. Dentro de la retórica se considera el uso de la metáfora como una figura pertinente, ya que se puede abordar los contenidos culturales y estructuras semánticas del usuario. Por su definición, permite utilizar objetos para definir la forma de otro y desarrollar asociaciones complejas de metáforas visuales que despierten emociones y logren estímulos para generar cambios de comportamientos, para realizar tareas o motivar al aprendizaje, a través de atajos emocionales y nemotécnicos para guiar y simplificar la conducta del usuario.

### Definir los requerimientos de diseño

Esto se realiza a partir de una investigación principalmente cualitativa como entrevistas contextualizadas, grupos focales, sondas culturales, mapas de expectativas y etnografía, entre los más desatacados. Se puede aplicar los requerimientos de los usuarios con la información levantada y metodologías. Las metodologías que se utilizaron en los proyectos de titulación fueron: “Los esquemas configuradores de la forma en la modernidad” de Luis Rodríguez Morales (2006), “Las tres lupas del diseño centrado en las personas” de IDEO (2016) y la adaptación del “Listado de requisitos de la Guía de las buenas prácticas de diseño” del Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI, 2012).

Rodríguez (2006) menciona cuatro factores que se deben considerar para determinar la forma que tendrá la propuesta de diseño: función, tecnología, comercial y expresión. Cada uno de estos factores influye para crear un equilibrio desde el inicio de la creación del diseño. Al factor de la función se lo relaciona con el estudio de mecanismos, formatos y ergonomía visual, tanto para los objetos impresos como para los multimedios o digitales. En relación con el diseño de materiales pedagógicos que

aporten al mejoramiento del aprendizaje, es este factor el cual cuida el estricto cumplimiento de los requisitos específicos de áreas como lenguaje o matemáticas.

El aspecto tecnológico prevé el uso adecuado de materiales, procesos y costos de fabricación de los objetos, para cumplir con presupuestos del comitente o del proyecto, así como las limitaciones de producción que puede tener el país o región donde se produciría.

El vector comercial exige al diseñador realizar investigaciones en cuanto a las expectativas del usuario, distribución y comercialización, incluso acudir a otras disciplinas como el marketing para definir el mercado donde su producto va a competir y qué influirá en una ventaja competitiva.

Finalmente, el vector expresivo, quizá el más importante para el diseñador gráfico porque es el principal vínculo con el usuario y su interés de uso y consumo. Está directamente ligado con la definición del concepto de diseño ya que en gran parte define la forma del producto. Abarca dos aspectos: perceptual y simbólico. En lo perceptual se consideran todos los conocimientos técnicos del diseño como son proporción, ritmo, color, entre otros. Mientras que, en lo simbólico, la codificación del mensaje y creación de una secuencia sígnica que el usuario pueda decodificar, interpretar y disfrutar.

Las tres lupas del diseño centrado en las personas (IDEO, 2016) es otra de las metodologías utilizadas por los estudiantes para definir el listado de requerimientos que la propuesta a diseñar debe cumplir. En esta metodología se destaca la importancia que se le da al usuario y su problema a solucionar. Lo clasifica en tres círculos concéntricos donde el centro es la coincidencia de lo más importante de cada una y la solución. El primer círculo es la deseabilidad, que hace referencia a lo que el usuario espera del producto. Dicha información se obtiene de una escucha técnica seguida de un análisis profundo del comportamiento, entorno y condiciones del usuario. La segunda lupa es la factibilidad, aquí el diseñador debe definir qué es técnica y organizacionalmente factible (guarda una estrecha relación con el vector tecnológico de Luis Rodríguez Morales). Finalmente, la lupa de la viabilidad, que define la parte comercialmente viable del producto. También guarda relación con el vector comercial de Rodríguez.

El Centro de Diseño Industrial del INTI (2012), en su *Guía de buenas prácticas de diseño*, define un plan de trabajo para ordenar las acciones a seguir para resolver por etapas, las necesidades y particularidades de un proyecto y su ejecución. Dentro de las etapas se establece la Lista de Requisitos que permite definir claramente lo que se quiere hacer y garantizar un buen resultado. El objetivo de esta herramienta es comunicar la información que se considera clave para el enfoque del trabajo:

**1. Estrategia**, que incluye: la innovación, que considera la parte tecnológica de la propuesta, su proceso y métodos de gestión, y la sustentabilidad, que mide la “estimación de impactos ambientales y ético-sociales a lo largo del ciclo de vida del producto: extracción de materia prima, diseño, fabricación, distribución, uso y fin de vida del producto” (INTI, 2012, pp. 56-59).

**2. Usuario**, que permite definir las características del producto y datos del contexto de uso, además prever la decisión de compra y satisfacción de deseos. El factor ergonómico permite establecer las condiciones apropiadas del uso del producto con el estudio de las capacidades físicas y perceptivas del usuario, en su contexto de uso y satisfacción. La calidad percibida responde a la forma como los clientes perciben las diferencias entre la propuesta y lo que existe en el mercado y determinan el cumplimiento de sus expectativas sobre la posventa de este. El uso, para determinar cómo mejorar o afectar la vida del usuario y si se puede llegar a innovar en este aspecto.

**3. Responsabilidad**: comprende los aspectos que son obligatorios de cumplir como normativas y regulaciones. Se abordan en tres etapas: normativa, seguridad y legal.

**4. Tecnológico - productivo**: relacionado principalmente con la producción de la propuesta de diseño tomando en cuenta inversión, tiempo, tiraje y materias primas.

**5. Comunicación**: define el mensaje a transmitir, relacionado con el vector expresivo de Rodríguez, con la construcción de una estrategia de marca, y sus respectivos puntos de contacto como: envases, embalajes y puntos de venta (Wheeler, 2014). Esta instancia es la etapa más importante ya que establece la cercanía con el usuario por medio de la forma definida.

**6. Consumo**: la última etapa en donde la propuesta de diseño es sometida a la comprobación o validación, si es o no aceptado por el usuario y se cumplieron las expectativas del comitente.

En el Taller de titulación se utilizaron las tres metodologías descritas anteriormente, incluso se fusionaron y utilizaron de forma simultánea ya que tienen una estrecha relación de conceptos y complementariedad. Sirven de forma adecuada para establecer los requisitos que debe cumplir el diseño en perfecta sincronía con el usuario. La siguiente etapa es la definición del Concepto de Diseño para dar forma a la propuesta.

### Establecer el concepto de diseño

El concepto de diseño tiene varias definiciones desde diferentes autores, incluso desde otras disciplinas como la comunicación corporativa, que lo llama “Eje Rector”, o la Publicidad, que lo nombra como “Concepto de Campaña” o “Eje de Campaña”, o para el diseño, “Intención de Diseño”. Existen varias definiciones de diferentes autores, a continuación, se citan dichas definiciones para establecer uno solo.

El concepto de diseño es una descripción aproximada de la forma tecnológica, funcional y estética del producto en desarrollo. Usando bocetos, maquetas y descripciones, el diseñador crea una explicación concisa de las maneras en que el producto satisfará las necesidades del comprador (Rodgers y Milton, 2013, p. 78).

Para Franky (2015), es la intención del diseño o una carta de navegación, para resolver un problema que ha sido

planteado. Define las características intangibles y físicas del producto y debe considerar integralmente lo que se espera del producto, los recursos con los que cuenta la empresa, el mercado, el contexto cultural y la logística de distribución, los clientes y los usuarios. El desarrollo del concepto es el centro de responsabilidad del diseñador, pues en él debe aplicar su mayor capacidad imaginativa y de integración o solución de requerimientos externos (pp. 90-91).

Ulrich y Eppinger (2013) define el concepto de producto como una descripción aproximada de la tecnología, principios de trabajo y forma del producto. Es una descripción concisa de la forma en que el producto va a satisfacer las necesidades del cliente. Un concepto por lo general se expresa como un bosquejo o como un modelo tridimensional aproximado y a veces es acompañado por una breve descripción conceptual. El grado en que un producto satisface a clientes y puede ser comercializado con éxito depende en gran medida de la calidad del concepto fundamental. A veces, un buen concepto se pone en práctica de manera deficiente en fases subsiguientes al desarrollo, pero un mal concepto casi nunca puede ser manipulado para alcanzar el éxito comercial. Por fortuna, la generación de un concepto es de un costo relativamente bajo y se puede hacer con relativa rapidez en comparación con el resto del proceso de desarrollo. Mazzeo (2017) menciona la importancia de abordar problemas de mayor complejidad en contextos dinámicos como lo es el material pedagógico-educativo que está interrelacionado al contexto de los niños y su realidad. Sostiene que “el diseño de sistemas gráficos conceptuales permite desplegar discursos complejos y dinámicos con mayor grado de independencia entre sí”. Resalta también el término de “partido conceptual” nombrado así por Carlos Carpintero en 2009, que muestra al diseñador el camino a seguir. Este se lo construye a partir de la metaforización de un fenómeno.

El concepto de diseño es el vínculo que existe entre los aspectos técnicos, funcionales, tecnológicos, estéticos y de producción de un producto, y la intencionalidad de este para resolver un problema dentro de un contexto, tomando en cuenta y anticipándose a las necesidades e intereses de un usuario determinado. Se encuentra basado en características intangibles o físicas de cierto producto y puede recurrir al uso de analogías o metáforas para la configuración formal.

Su concepción se encuentra dentro del proceso de diseño, partiendo de una idea que puede ser más creativa y exploratoria, o que puede seguir un proceso más analítico y secuencial, y por medio de una metodología, se llega a un desarrollo en el que se encuentre un equilibrio con los requerimientos del diseño del producto.

### La metáfora como catalizador de la forma

Para abordar los contenidos culturales y estructuras semánticas del usuario, se utilizan figuras retóricas llamadas “giro retórico o giro discursivo, que están profunda e inevitablemente comprometidas en la constitución de las realidades” (Chandler, 2014, p. 145), siempre con uso adecuado y pertinente para no desnaturalizar las

formas comunes de ver los fenómenos. Las metáforas suelen requerir esfuerzos para su interpretación, pero al mismo tiempo resultan placenteras al usuario, más aún cuando están en su imaginario y acorde a su entorno sociocultural (Chandler, 2014). En el desarrollo de la metodología se utiliza la metáfora como el canal que da la forma al objeto diseñado, cumpliendo una función de transferencia de cualidades gráficas y sígnicas cercanas al usuario que además de cumplir con todos los requerimientos técnicos, genera en él un nivel de pertenencia y gusto al momento de usar. En el caso específico de los trabajos de titulación, persuaden a los usuarios y hacen del aprendizaje un momento lúdico y pedagógico.

Varios autores coinciden que la metáfora es la figura retórica que mejor se adapta al trabajo del diseñador gráfico. Rodríguez y Suárez sostienen que “desde el punto de vista estético la metáfora cumple con una función sensibilizadora porque, a través de ella, el ojo interior del hombre llega a ver más claramente las cosas; todos los sentidos la abarcan en su realidad material” (2007, p. 269), permitiendo al diseñador lograr un producto que sensibilice al usuario, más aun en los proyectos relacionados a la pedagogía y los niños, ya que el material existente, por lo general no tiene estas características y su nivel de cumplimiento del objetivo académico es bajo. Samara (2008) explica que las metáforas son una herramienta muy importante para el diseñador gráfico porque puede lograr asociaciones muy complejas de conceptos: “una opción para crear una metáfora visual es utilizar un objeto para definir la forma de otro... o también puede alterar una imagen haciendo que una imagen actúe sobre ella” (p. 195). Es justamente lo que se busca con el manejo del Concepto de Diseño, que el estudiante de titulación pueda desarrollar la sensibilidad de evocar conceptos más allá de la solución funcional de la pieza diseñada. El uso de la semiótica en la generación del Concepto de Diseño busca lograr una producción de sentido (Verón, 1987; Sexe, 2001) que desarrolle en el usuario la capacidad de reconocer un discurso a través del diseño gráfico por medio de un manejo perfecto del *representamen*, que es la parte técnico-pedagógica de la propuesta, es decir para la necesidad que se requiere resolver; del objeto, que es la pieza a diseñar, con todos sus recursos de producción y la concepción de la forma metafórica; y, finalmente, del interpretante: el más importante, el usuario, que hace que el diseño tenga una razón de existencia disciplinar, con el fin de lograr una “semiosis social”, como lo denomina Verón.

### La validación de las propuestas de diseño. Casos

A lo largo de tres años al frente del taller de titulación de la Carrera de Diseño en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, se ha enseñado a los estudiantes sobre esta metodología, logrando proyectos realmente satisfactorios, con conceptos de diseño acertados y piezas de diseño gráfico pensadas en las personas, que además resolvieron de forma efectiva el problema identificado. Para eso se abordó la tercera etapa de la metodología proyectual, la validación o comprobación, con herramientas

metodológicas de investigación cualitativa de iguales características que las utilizadas para el levantamiento de información y requerimientos.

A continuación, se enlistan los casos considerados exitosos, que presentan conceptos de diseño innovadores y los resultados alcanzados con el proyecto:

1. Cristhian Andrés Yáñez Cajas (2016), con el tema: “Diseño de recurso didáctico para aportar en el aprendizaje de la estructura morfológica de la oración para niños con trastorno de déficit de atención con hiperactividad e impulsividad, estudiantes de tercer año de educación básica general de la Unidad Educativa San Luis Gonzaga.” Definió que el problema en niños de siete a ocho años eran las dificultades de aprendizaje en el área de Lengua, de forma específica en la estructuración morfológica de oraciones. Frente a esto, propuso “desarrollar un recurso didáctico que aporte en la enseñanza de la estructura morfológica de la oración para estudiantes de tercer año de educación general básica con énfasis en niños que presentan problemas de déficit de atención, hiperactividad e impulsividad” (2016, p. 19).

Concepto de diseño: Arreglemos el robot, ensamblando oraciones.

Validación: Los valores de la validación que demuestran la mejoría en relación con el problema identificado, en una escala de 1 a 7 siendo 7 lo más alto, son: Comprensión de las actividades de 4 a 6, sentido lógico de armado de la oración, de 3 a 6 y, nivel de concentración y atención, de 3 a 7.

2. Samanta Isabel Varela Alba (2017), con el tema: “Diseño de material didáctico para fortalecer el conocimiento, sobre las etnias indígenas de la sierra ecuatoriana, en niños de primer año de educación básica, caso estudio, Escuela Fiscal Junta Nacional de la vivienda, en el Distrito Metropolitano de Quito”. Determinó que el problema era el limitado conocimiento sobre la diversidad cultural de los pueblos indígenas en el Ecuador. Para lo cual propone: Diseñar un material didáctico como herramienta de apoyo al docente para el fortalecimiento del conocimiento de los niños de primero de básica sobre los pueblos indígenas de la sierra ecuatoriana. (2017, p. 18).

Concepto de diseño: Un viaje en tren por el Ecuador: la ruta de la sierra andina,

Validación: Permiten evidenciar en una escala de 1 a 5, una mejoría en la destreza que ha logrado el usuario de 2,3 a 5. En entender el enfoque intercultural de 2 a 5. En los cinco objetos de diseño que pertenecen al sistema: Mapa del Ecuador, “se cubre la inexistencia de un material indispensable para reforzar un objetivo principal del nivel” (p. 131). El tren andino “es una herramienta que permite informar acerca de los pueblos indígenas por medio de un canal lúdico-didáctico. En esta parte se alcanza la mayor parte de los objetivos a través de los personajes infantiles, sus vestimentas, provincias, flora, fauna y artesanías. Sustituyendo un material deficiente con ilustraciones de mala calidad, no aptas para el usuario y lejos del enfoque intercultural” (p. 132). Se utilizan cuentos “para estudiar la festividad andina, pues se trata de un tema complejo. Estas piezas fueron las preferidas por los estudiantes, ya que al ser novedoso

pudo generar expectativa, diversión y sobre todo se logra una recepción y recuerdo del cuento del Inti Raymi” (p. 132). Finalmente, el *Paper toy*, un recortable presente en el libro en el que debían vestir a los pueblos indígenas. Con esta pieza se genera una interacción directa para conseguir que el niño pueda empatizar con el personaje creando una situación de amistad, a través de un material de construcción novedosa.

3. Mónica Patricia Espinosa Dávila (2018), con el tema: Material gráfico de ayuda pedagógica para apoyar el aprendizaje inicial del instrumento musical flauta dulce en niños de 8 y 9 años dentro de la unidad educativa Particular Mixta Bilingüe “Ángel Polibio Chaves”. Propone diseñar un material gráfico capaz de apoyar el aprendizaje de la flauta dulce en niños de 8 y 9 años, despertar el interés por la música y aportar en la disminución de los problemas motrices (p. 17).

Concepto de diseño: Coloreando el sonido (p. 37)

Validación: Los niños lograron tocar las canciones codificadas por medio del color, demostrando así que el proyecto funciona y hace que los niños muestren interés por un instrumento musical poco interesante y referente.

## Conclusión

Luego de tres años de implementar la enseñanza del concepto de diseño se ven resultados importantes en las propuestas de los trabajos de titulación, que permiten medir la efectividad con el usuario y la mejoría en la comprensión de temas especialmente educativos y de formación de valores. Estos resultados logran visibilizar la profesión en áreas donde no se las había considerado importantes y que evidentemente hacían falta.

## Referencias bibliográficas

- Chandler, D. (2014). *Introducción a la semiótica*. Abya Yala. Quito.
- Franky, J. (2015). *El acto de diseñar entre otras quijotadas*. Centro de publicaciones PUCE. Quito.
- Frascara, J. (2006). *El diseño de comunicación*. Ediciones Infinito. Buenos Aires.
- IDEO. (2016). *The Field Guide to Human-Centered Design*. Recuperado en 15 de marzo de 2018, de <http://www.designkit.org/resources/1>
- Instituto Nacional de Tecnología Industrial. Centro de Diseño Industrial (2012). *Guía de buenas prácticas de diseño*. Centro INTI. Buenos Aires.
- Mazzeo, C. (2017). *Diseño y sistema. Bajo la punta del iceberg*. Ediciones Infinito. Buenos Aires.
- Rodgers, P. y Milton, A. (2013). *Diseño de producto*. Promopress. Barcelona.
- Rodríguez, L. (2004). *Diseño Estrategia y Tácticas*. Siglo XXI. México D.F.
- Samara, T. (2008). *Los elementos del diseño. Manual de estilo para diseñadores gráficos*. GG. Barcelona
- Sexe, N. (2001). *Diseño.com*. Paidós. Buenos Aires.
- Ulrich, K. y Eppinger, S. (2013). *Diseño y desarrollo de productos*. Mc Graw Hill. México DF.
- Verón, E. (1987). *La semiosis social*. Gedisa. Barcelona.
- Wheeler, A. (2014). *Diseño de Marcas*. Anaya. Madrid.

**Abstract:** During the course of projects of degree of students of the Career of Graphic Design of the PUCE, it was identified that they lacked a methodological base in the development, being the weakest part the validation or verification, when elaborating proposals that did not allow to measure the impact of the design on the user because they were not thought of in it. For this reason, it is decided to promote the teaching of the design concept as the link that exists between the technical, functional, technological, aesthetic and production aspects of a graphic product. After 3 years of the project, results are seen in the design of pedagogical-educational material that allows measurements of their performance.

**Keywords:** Graphic design - methodology - pedagogy - graduation project.

**Resumo:** Durante o transcurso de projetos de titulação dos estudantes da carreira de Design Gráfico da PUCE, se identificou a carência de uma base metodológica no desenvolvimento, sendo a parte mais débil a validação ou comprovação, ao elaborar propostas que não permitiam medir o impacto do design no usuário porque não estavam pensados

para ele. Por este motivo decide-se impulsar o ensino do conceito de design como o vínculo existente entre os aspectos técnicos, funcionais, tecnológicos, estéticos e de produção de um produto gráfico. Depois de três anos do projeto podem ver-se os resultados no design de material pedagógico-educativo que permite ter medições do seu rendimento.

**Palavras chave:** design gráfico - metodologia - pedagogia - projeto de titulação.

(\*) **Guillermo Sánchez Borrero.** Diseñador por la Pontificia Universidad Católica del Ecuador (PUCE). Diplomado en Comunicación Corporativa por la UTPL y Máster en Dirección de Comunicación Corporativa (DirCom) por la UDLA. Candidato a Doctor en Diseño por la Universidad de Palermo. Jefe Nacional de Diseño de Diario La Hora (2009-2014). Docente en la Carrera de Diseño de la PUCE por 8 años. Actualmente, profesor a cargo de la Unidad de Titulación. Docente del área de Diseño en la Facultad de Comunicación de la Universidad de los Hemisferios por 5 años. Docente de la Maestría de Comunicación Digital en la Universidad de los Hemisferios. Consultor y desarrollador de proyectos editoriales impresos y digitales.

## Representación Arquitectónica como fundamento de investigación proyectual

Actas de Diseño (2020, julio),  
Vol. 31, pp. 237-242. ISSN 1850-2032.  
Fecha de recepción: julio 2015  
Fecha de aceptación: febrero 2017  
Versión final: julio 2020

Juan Emilio Sánchez Arteabaro (\*)

**Resumen:** El presente artículo está inscripto dentro de una investigación que pretende explorar y problematizar el vínculo entre el proyecto arquitectónico y su codificación gráfica y modelística, en el marco del Taller de Representación Arquitectónica, de la Facultad de Arquitectura de la Universidad Abierta Interamericana (Sede Rosario). Se parte de considerar a la representación arquitectónica como instrumento orientado a la búsqueda de nuevos caminos para la interpretación y acción proyectual. Expresado de este modo, el tetranomio conformado por: ver, pensar, representar y producir, son las instancias válidas que encontramos en el proceso de construcción del pensamiento proyectual arquitectónico.

**Palabras clave:** Representación - arquitectura - investigación - pensamiento - proyecto.

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en p. 241-242]

### Problema

El lenguaje gráfico y modelístico arquitectónico, permite al estudiante de Arquitectura la comprensión de porciones del espacio que lo rodea mediante un proceso a través del cual se elabora e interpreta la información, para organizarla y darle sentido. En tal rumbo se alinea el trabajo “Descubriendo América”.

Que sean considerados como objeto de estudio proyectos de Arquitectura Latinoamericana se debe a que esta, en las últimas décadas, está obteniendo por mérito propio, un espacio en el contexto mundial. Tal indagación le permite asimismo al alumno asignarle otra significación a la historia de la arquitectura, en tanto puede nutrirse de referencias más cercanas, más allá de las eurocentrales.

Se plantea así el problema del centro-periferia, como un asunto de reevaluación de nuestro propio legado construido, para así redescubrir el aporte proyectual de nuestra arquitectura latinoamericana, haciendo énfasis en la mirada y los recursos representacionales que brinda la Arquitectura.

### Contexto

Se parte de considerar que un Taller de Representación Arquitectónica reclama de acciones centradas en concebir que el proyecto de Arquitectura ha de contener documentos gráficos y modelísticos (en ocasiones fotográficos