

74 Artículos y Resúmenes presentados en la XVII Edición del Congreso Latinoamericano de Diseño

**Doctorandos y Mastrandos en Diseño
Instituto de Investigación en Diseño**

**Comunidad de Posgrados en Diseño
de la Universidad de Palermo**



**Facultad de Diseño
y Comunicación**

74 Artículos y Resúmenes presentados en la XVII Edición del Congreso Latinoamericano de Diseño

Doctorandos y Mastrandos en Diseño. Instituto de Investigación en Diseño

La presente edición 154 de La Hoja de Diseño reúne un total de 74 Artículos y Textos elaborados por Doctorandos y Mastrandos que están cursando regularmente el Doctorado en Diseño y la Maestría en Gestión del Diseño en el marco del Instituto de Investigación en Diseño de la Universidad de Palermo.

Estos Artículos y Textos fueron presentados por sus autores en la XVII Edición del Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño que se realizó en forma presencial y virtual durante julio 2026 en el marco de la XXI Semana Internacional de Diseño en Palermo.

Esta edición se organiza en dos partes. La primer parte contiene 47 Artículos elaborados por Doctorandos regulares cuya presentación se organiza en cinco grandes Núcleos: Diseño y Conocimiento, Diseño y Economía, Diseño e Identidad, Morfología del Diseño, Diseño y Sociedad (pp. 7-159).

La segunda parte contiene 27 Textos de Mastrandos regulares (pp. 161-173).

Comunidad de Posgrados

Esta presentación en el Congreso acompañó la conformación de la Comunidad de Posgrados en Diseño que se realizó también en el marco de la XXI Semana Internacional de Diseño en Palermo, en ocasión de los 25 años de los Posgrados en Diseño en la Universidad de Palermo, que comenzaron en el año 2002.

Son 25 años que se dictan en forma ininterrumpida alcanzando hasta el presente 283 egresados. En la edición 146 de La Hoja de Diseño se detallan los 283 egresados históricos de los Posgrados en Diseño de la Universidad de Palermo: Doctorado en Diseño (55 egresados); Maestría en Gestión del Diseño (80 egresados), Maestría en Diseño (143 egresados) y Posdoctorado Multidisciplinario en Diseño (5 egresados) con otros documentos complementarios que permiten comprobar la calidad, trayectoria y proyección internacional de los Posgrados en Diseño de Palermo.

Los primeros Posgrados en Diseño en Argentina

La primera Maestría, el primer Doctorado y el primer Posdoctorado en Diseño en Argentina. En el año 2002 la Facultad de Diseño y Comunicación comenzó a dictar en forma regular la Maestría en Diseño que en el año 2014 se transformaría en la Maestría en Gestión del Diseño. Fue la primer Maestría en Diseño en Argentina y una de las primeras de América Latina. En el año 2014 comenzó a dictar el Doctorado en Diseño, fue el primer doctorado en su campo en Argentina y uno de los primeros en América Latina. En el año 2022 comenzó a ofrecer el Posdoctorado Multidisciplinario en Diseño, único en Argentina y América Latina.

La creación de los posgrados fue un nuevo paso en el desarrollo institucional de la Facultad de Diseño y Comunicación que, con un liderazgo e innovación continua, ya había incorporado en su oferta de grado carreras de todas las áreas y campos profesionales del diseño, las comunicaciones y al creatividad.

La Comunidad de Posgrados en Diseño conformada por los egresados, docentes, estudiantes, directores de tesis, evaluadores y académicos invitados conforman una red que funciona como una usina para la producción, reflexión e intercambio de saberes que impactan positivamente en la generación de contenidos críticos y significativos en el campo disciplinar.

Los Posgrados empoderan a sus estudiantes como investigadores en distintos estadios de su formación a través de un conjunto de acciones que los integra activamente al Instituto, y le permiten ir construyendo su curriculum como investigador desde el primer día de clases.

Acreditación de Coneau del Doctorado y la Maestría

La Comisión Nacional de Evaluación y Acreditación Universitaria otorgó en el año 2021, en reconocimiento a la calidad y trayectoria, el plazo máximo de acreditación de seis años. La Evaluación y Resolución de Acreditación de Coneau del Doctorado en Diseño puede consultarse en la edición 146 de La Hoja de Diseño (pp. 42-52) y la Evaluación y Resolución de Acreditación de la Maestría en Gestión del Diseño puede consultarse en la edición 146 de La Hoja de Diseño (pp. 53-62).

Los Posgrados en Diseño, que forman parte de El Mejor Diseño está en Palermo, con su calidad, perspectiva innovadora, diversidad, profundidad en las investigaciones con su proyección internacional y el compromiso en las recomendaciones y evaluaciones contribuyeron a consolidar a la Facultad de Diseño y Comunicación en el TOP 1 en el Ranking QS.

Desde el año 2015, y en forma ininterrumpida es la mejor universidad en Diseño en Argentina (posición compartida con la Universidad de Buenos Aires, una de las mejores 5 universidades de América Latina en Diseño y una de las mejores 70 del mundo.

Repositorio Digital de contenidos de los Posgrados en Diseño en Palermo

Mapa de la Maestría en Gestión del Diseño

www.palermo.edu/dyc/maestria_diseno/mapa_visual.html

Mapa del Doctorado en Diseño

www.palermo.edu/dyc/doctorado_diseno/mapa_visual.html

Posdoctorado Multidisciplinario en Diseño

www.palermo.edu/dyc/doctorado_diseno/postdoctorado_multidisciplinario.html

Instituto de Investigación en Diseño

www.palermo.edu/dyc/instituto_investigacion

Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación

www.palermo.edu/cuadernosdc

Todas las Tesis de Maestría en Gestión del Diseño en OJS

<https://dspace.palermo.edu/ojs/index.php/tmgd/index>

Todas las Tesis de Doctorado en Diseño en OJS

<https://dspace.palermo.edu/ojs/index.php/tdd/index>

Doctorado en Diseño

Diseño y Conocimiento pp. 7-28

Mariela Barasich | Gastón Eduardo Girod | Ximena Insua | Eduardo Navas Alarcon | Percy Negrete | Carla Susana Orozco Espinosa | Byron Pogo Ramirez

Diseño y Economía pp. 28-60

Christian Aguilar Navarrete | Miguel Bernal | Luis Felipe Fontal Martinez | Felipe Ochoa Guerrero | David Ortiz Davila | Marcos Ramos Chang | Fausto Daniel Santos Tapia

Diseño e Identidad pp. 60-88

Diego Germán Amaya | Wolfgang Alejandro Breuer Narváez | Mirian Mariela Coral Lopez | Felix Jaramillo Valle | Vicente Lamonaca | Juan Gabriel Lasso Guerreño | Diana Paulina Mejía Coronel | Jessica Elizabeth Ochoa Zamarripa | María Fernanda Soto Ayala | Patricia Villagomez Narvaez

Morfología del Diseño pp. 88-120

Catherine Consuelo Cabanilla León | Luis Enrique Barrera Peñafiel | Daniela Castillo Bravo | Claudia Amancay Fernandez Bazoberry | Vanessa Hoyos Dulanto | Julia Andrea Mena Freire | Diego Javier Proaño Escandón | Karla Salgado | Angie Juliana Sanjuan Buitrago | Christian Geovanny Sigcha Cedillo

Diseño y Sociedad pp. 120-159

Raquel Acosta Rosales y Franklin Patiño Mendoza | Ivan Geovanny Gavilanes Pando | Pamela Gionco | Jaime Guzmán Martínez | Carolina Klein | Laura Amalia Martínez Alcántar | Mailye Ari Matos | Rina Melconian | Claudia Natalia Moncayo Guijarro | Paola Ochoa Fernandez | Hitler Alexander Pinos Medrano | José Raúl Tamayo Revilla

Maestría en Gestión del Diseño

Autores de textos presentados..... pp 161-173

Natalia Araya Santana | Julieta Bregliano | Belén Castaldo | Carolina Chávez | Agostina Curcio | Maximiliano Drager | Daniela Nicole Encinas Baldivieso | Sheila Desirée Freue | Victoria Florencia Gabriel | Mariana Giobando | Tatiana Harris | Omar Hernández Villalobos | Elsa Lidia Izaguirre Madrid | Julieta Mancuso | Juan Francisco Morales | María Lucía Muñoz Montagne | Paula Valeria Ontivero Obenloch | Mariana Pelliza | Jaqueline Puyó | Sharlet Fernanda Ramírez Escobar | Marcela Rivera Prudencio | Geraldine Rodríguez Montoya | Nataly Verónica Rodríguez Rivera | Carlos León Roldán | Romina Rovagnati | Lina Sofía Yu | Brianda Zambrano

El diseño interior editado.

Circulación de revistas, cultura material y consolidación de la disciplina en Buenos Aires (1991-2004)

Mariela Barasich

En el presente proyecto de tesis doctoral investigaremos la trama de influencias estéticas y transformaciones disciplinares que caracterizaron el ámbito doméstico durante la transición entre el siglo XX y el XXI en Argentina. En particular, no referiremos al diseño de la espacialidad interior en la ciudad de Buenos Aires, por medio del análisis documental de revistas especializadas en diseño, arte o arquitectura de circulación popular y profesional donde se habla de interiorismo.

La investigación busca considerar, a través de este espacio de observación y de promoción de la cultura del diseño, cómo ellas mismas, las publicaciones, fueron agentes claves, tanto en la conformación de los nuevos modos de habitar como en la emergente legitimación profesional de la disciplina. De este modo, se analizará la instalación de determinadas preferencias estéticas, a partir de visualidades o discursos inscriptos en ellas, en un contexto de profunda modificación cultural. Entenderemos entonces, desde una mirada democrática del diseño cómo se sucedieron dichas prácticas sociales.

Los noventa en Argentina representaron un proceso cultural sin precedentes que puso al país dentro de la dinámica de la globalización, lo cual permitió la circulación de productos y de ideas internacionales a una escala masiva como nunca antes. En este escenario intercultural de consumo, las ediciones periódicas no fueron tan sólo catálogos de tendencias sino el espacio propicio donde se socializaban y promocionaban nuevas formas de modernidad y confort. Una multiculturalidad creativa, la profesionalización de una disciplina: el interiorismo y la circulación de ideas entre los usuarios de manera generalizada, se ponen en juego en esta investigación. El estudio está situado cronológicamente entre 1991 y 2004, un período que abarca el apogeo internacionalista y el giro hacia la promoción de la identidad nacional tras la crisis del 2001. El inicio del milenio trajo la emergencia de lo efímero explica Sánchez (2011) en su trabajo sobre el espacio doméstico en revistas especializadas a lo largo del siglo XX. El estudio sobre folletería y promoción de las nuevas viviendas de los 2000 representa, dice, una estetización extrema de la representación, lo cual deja para esta tesis un espacio de vacancia en el análisis del fenómeno.

El problema de investigación reside en comprender la influencia que tuvo la inserción de estas revistas especializadas en la consolidación y democratización del diseño de interiores. Las prácticas sociales vinculadas al interiorismo a partir de la difusión de revistas, modifican de alguna manera las aplicaciones prácticas y su profesionalización y los modos de concebir la vida doméstica en Buenos Aires. Para dar sustento teórico al abordaje de las prácticas sociales, es decir, las reglas que rigen la praxis humana recurrimos a la filosofía de Wittgenstein (1988) y su noción de regulación y juegos de lenguaje en sus investigaciones filosóficas a mediados del siglo XX. Por otra parte, la matriz disciplinar propuesta por Kuhn (2013) nos permitirá hacer un análisis más preciso sobre la consolidación profesional y sus fronteras de acción. A partir del estudio de las formas colectivas de pensar, sentir e imaginar el mundo podremos establecer relacio-

nes entre una sociedad que atraviesa un proceso cultural: la globalización, y la espacialidad interior. Por otra parte, la historia de las mentalidades, nos permite enmarcar las nuevas concepciones de cómo se entiende la idea de intimidad y de vida cotidiana, tanto dentro como en las afueras de la ciudad en contacto con la naturaleza: el *country club*. Desde 1990, explica Ballent (2014) el mundo *country* se extiende rápidamente y acapara una atención sostenida del mercado inmobiliario, creando una subcultura del habitar doméstico fuera de la ciudad y asistiendo a un proceso de creación de nuevos imaginarios urbanos y domésticos.

Como destaca la autora, la incidencia en la cultura masiva de dichas representaciones va más allá de los que puedan experimentarla directamente. Es por esto que tomamos los imaginarios urbanos para ubicarlos como parte del trabajo de análisis en la tesis. La difusión de contenidos en publicaciones afines, amplifican las nuevas ideas de domesticidad, del mismo modo, las decisiones proyectuales, estéticas y académicas se reconfiguran.

Para Le Goff (1991) los documentos culturales forman parte de un montaje, consciente o inconsciente de la época, de la sociedad que lo ha producido, pero lo es también en los tiempos que siguen. Queda. El consumo de publicaciones acorta los límites. Las revistas fueron, en alguna medida, las responsables de que la disciplina se revele como tema de interés y de que se democratizen las ideas de interiorismo. La investigación se inserta en un vacío historiográfico específico, en un proceso cultural complejo para Argentina, donde el estudio documental del objeto-revista nos permitirá historiar la espacialidad interior y la disciplina especializada, lo que se muestra y lo que no, lo que se materializa y lo que no. En la socialización de nuevos modos de habitar en Argentina, repercuten tanto las ideas internacionalistas y modernas como las de corte tradicional, se analizarán los discursos [visuales y escritos] de una selección específica en relación a su popularidad entre los profesionales y también entre los usuarios.

Las instituciones educativas con programas de diseño de interiores se consolidan en la década que estudiamos, en algunos puntos del país y particularmente en Buenos Aires, donde su repercusión es mayor. Algunas de ellas son la deriva de una tradición en composición decorativa. Se investigará su impacto y la relación que han tenido con muestras y ferias de diseño, interiorismo y mobiliario, como también con nuevas asociaciones que agrupan a profesionales de la disciplina.

El proyecto está en su etapa inicial, aspiramos a dar una contribución a la historia del diseño de interiores en Argentina, tanto como disciplina que concibe al diseño como expresión artística, por un lado, o sostenida por los principios proyectuales modernos, por otra. Con fuerte anclaje en aspectos subjetivos e interpretativos, cuyos límites profesionales se siguen definiendo en la actualidad.

Referencias bibliográficas

- Ballent, A. y Liernur, J. (2014). *La casa y la multitud. Vivienda, política y cultura de la Argentina Moderna*. Fondo de la cultura económica: Buenos Aires
- Kuhn, T. (2013). *La estructura de las revoluciones científicas*. Traducido por Carlos Solis. Edition 4. Fondo De Cultura Económica USA.
- Le Goff, J. (2005). *Pensar la Historia. Modernidad. Presente y progreso*. Barcelona: Paidós

- Sánchez, S. (2011). Modos de habitar y estilos de vida: El espacio doméstico en las revistas especializadas. *Anales del Instituto de Arte Americano e Investigaciones Estéticas. Mario J. Buschiazzo*, 41(2), 189-202.
- Wittgenstein, L. (1988). *Investigaciones filosóficas*. Barcelona: Grupo editorial Grijalbo
-

Análisis de la articulación entre los saberes técnico artesanal y los saberes proyectuales: diseño de mobiliario contemporáneo argentino

Gastón E. Girod

La ponencia plantea el análisis de la articulación entre los saberes técnico artesanal y los saberes proyectuales: diseño de mobiliario contemporáneo argentino. Se plantea que la incorporación de técnicas artesanales en el diseño de mobiliario contemporáneo se entiende como un fenómeno complejo donde surgen interacciones entre distintos regímenes de conocimiento. Estos a su vez atravesados por diferentes tensiones culturales, discursivas, productivas y epistemológicas.

En este sentido en las últimas décadas en Argentina el diseño de mobiliario presenta un interés por la resignificación y recuperación de técnicas artesanales tradicionales. Esta circunstancia se relaciona con transformaciones múltiples en el contexto actual. Se mencionan el cuestionamiento a los modelos industriales homogéneos, también a la valoración de los procesos manuales, la búsqueda de rasgos identificatorios regionales, o la valoración de producciones de escala pequeña o seriada. Contexto en el que surgen productos de diseñadores que incorporan procedimientos técnicos provenientes de tradiciones artesanales. Entre ellas se puede mencionar por ejemplo el trabajo en cuero, el tejido, los trabajos de ebanistería o técnicas constructivas regionales que son integradas a procesos proyectuales propios del diseño contemporáneo.

Incorporación de saberes que no se presenta de manera lineal o neutral, ya que tanto los saberes técnicos artesanales como los saberes proyectuales de diseño responden históricamente a epistemes diferentes. Es decir los saberes artesanales se estructuran en principio desde el aprendizaje situado, contextual, de la atención, a partir de la experiencia práctica de maestro a aprendiz, en relación directa entre materia, técnica y cuerpo. Por otra parte el diseño moderno se consolida desde la formalización metodológica. La planificación y la racionalización. De modo tal que el encuentro entre ambos campos genera procesos de reformulación, adaptación y negociación que modifican las formas de legitimación de los conocimientos involucrados y los modos de producción. Contexto en el cual la presente investigación se pregunta ¿Cómo se articulan los saberes proyectuales del diseño y los saberes técnicos artesanales en el diseño de mobiliario contemporáneo argentino y a qué epistemes responden? Pregunta a partir de la cual se plantea como hipótesis general que, la incorporación de técnicas artesanales en el diseño de mobiliario contemporáneo argentino se configura como una instancia de relación entre saberes de distinta naturaleza —proyectuales del diseño y técnicos artesanales— que responden a epistemes diferentes, dando lugar a procesos de traducción, adaptación y reconfiguración entre distintos regímenes de conocimiento.

Perspectiva desde la cual se propone analizar cómo se articulan estos saberes analizando casos de diseño de mobiliario contemporáneo argentino. En este sentido se abordarán producciones en donde las técnicas artesanales estén presentes como parte constitutiva de los procesos de construcción, fabricación como así también en lo referente a la construcción discursiva de los objetos.

Se organiza la investigación a partir de tres ejes, siendo el primero el que busca describir los factores formativos, culturales y productivos que intervienen en los modos de articulación entre los saberes técnico-artesanales y los saberes proyectuales. Entendiendo que estas articulaciones dependen de decisiones individuales de los diseñadores así como también de condiciones estructurales en relación con los modelos productivos, los contextos regionales, trayectorias formativas y las formas de valoración y circulación cultural de la artesanía y el diseño. Por lo tanto se busca indagar en como determinados vínculos y experiencias formativas así como escalas de producción y discursos sobre rasgos identificatorios locales condicionan modalidades distintas de integración de técnicas artesanales en el diseño de mobiliario contemporáneo.

El segundo eje aborda el análisis de las operaciones de traducción, adaptación y reconfiguración que surgen en la incorporación de los saberes técnicos artesanales en los procesos de diseño proyectual. La noción de traducción resulta de valor para interpretar como un conocimiento situado en determinados contextos y prácticas culturales es reinterpretado y reformulado al incorporarse al campo del diseño. Operaciones que implican modificaciones en las técnicas, en las herramientas, en las formas de representación, en los tiempos de producción y en la sistematización del conocimiento. En este sentido se busca identificar como determinados saberes artesanales son simplificados, transformados, hibridados o reinterpretados para adaptarse a dinámicas de producción y circulación del mobiliario contemporáneo.

Por último el tercer eje refiere a las formas de legitimación y de construcción discursiva de las nociones del diseño y de lo artesanal. Ambos términos en el contexto actual se encuentran atravesados por procesos de valoración simbólica que los posicionan de diferentes maneras dentro del campo productivo y cultural. Entendiendo que lo artesanal suele asociarse a ideas de autenticidad, identidad local, tradición y trabajo manual. Por otra parte el diseño se asocia con la profesionalización, la planificación y la innovación. Categorías que no son homogéneas ni estables, sino construcciones discursivas que se redefinen constantemente. Estas categorías no son homogéneas ni estables sino construcciones discursivas que se redefinen constantemente. En este sentido se propone analizar como medios especializados, instituciones, diseñadores y discursos académicos producen determinadas representaciones sobre el diseño y lo artesanal, legitimando ciertas saberes y formas de producción por sobre otras.

El estudio adopta metodológicamente un enfoque cualitativo que se basa en el análisis de casos. Esto permitirá abordar formas distintas de articulación entre de saberes proyectuales y artesanales en el mobiliario contemporáneo argentino. Identificando en ellos tanto tensiones, continuidades y divergencias. Se plantea el análisis de documentos proyectuales, piezas de mobiliario, entrevistas y discursos de diseñadores con el fin de reconstruir los procesos de diseño, producción y legitimación involucrados.

El marco teórico dialoga con autores que abordan perspectivas provenientes de la teoría social, estudios de la cultura material, saberes técnicos y estudios de diseño. También se incorporan aportes vinculados a las nociones de construcción discursiva, y regímenes

de conocimiento. Temáticas que permiten problematizar las relaciones jerárquicas establecidas históricamente entre la artesanía y el diseño, con la intención de analizar las formas de interacción contemporáneas, negociación e hibridación entre campos. En este sentido la Investigación contribuye a la comprensión de las transformaciones contemporáneas del diseño de mobiliario argentino, en relación con la valoración de saberes y técnicas tradicionales en contextos actuales. Así mismo el trabajo busca aportar herramientas conceptuales que permitan pensar críticamente las relaciones entre conocimiento técnico, producción cultural y diseño, con la intención de problematizar las tensiones existentes entre experiencia práctica, formalización, tradición e innovación. De esta manera la tesis propone comprender el mobiliario contemporáneo como un espacio de convergencia entre distintos modos de hacer, conocer y legitimar el conocimiento. Con la intención de aportar una mirada crítica sobre los vínculos entre la artesanía y el diseño en la contemporaneidad argentina, entendiendo estas relaciones como procesos dinámicos de articulación y disputa entre discursos, prácticas y epistemes.

Referencias bibliográficas

- Adamson, G. (2007). *Thinking through craft*. Berg.
- Adamson, G. (2013). *The invention of craft*. Bloomsbury Academic.
- Alexandre, B., Salguero, J., Peralta-Álvarez, M.-E., Aguayo-González, F. y Ares, E. (2017). Aplicación de las tecnologías de la industria 4.0 al diseño y fabricación de productos artesanales. *Economía del cambio tecnológico: Herramientas creativas e innovadoras*, 92(4), 435–441. <https://www.researchgate.net/publication/318075615>
- Alexandre, C. B., Gómez, E. A. y Valente, A. C. (2016). Interdisciplinary relationship between designer and craftsman based on integrated craft manufacturing systems. *Procedia Engineering*, 132, 625–631. <https://doi.org/10.1016/j.proeng.2015.12.600>
- Arbeits. (2024, 21 de mayo). La industria del mueble en Argentina: Tendencias y oportunidades en la era del trabajo remoto. *La revista de Arbeits*. <https://arbeits-posttt.net/contenido/190/la-industria-del-mueble-en-argentina-tendencias-y-oportunidades-en-la-era-del-tr>
- Becher, T. (2001). *Tribus y territorios académicos: La indagación intelectual y las culturas de las disciplinas* (A. Menegotto, trad.). Editorial Gedisa. (Obra original publicada en 1989).
- Becher, T. y Trowler, P. R. (2001). *Academic tribes and territories: Intellectual enquiry and the culture of disciplines* (2.ª ed.). Open University Press.
- Berman, M. (2004). Brindis por la modernidad. En N. Casullo (Comp.), *El debate modernidad-posmodernidad* (2.ª ed., pp. 87–107). Retórica / Del Búho.
- Blanco, R. (1997). La inspiración, las influencias y las copias en el diseño industrial. Análisis en un tema: la silla. Área. Agenda de Reflexión en Arquitectura, Diseño y Urbanismo, 23, 69–77. https://area.fadu.uba.ar/wp-content/uploads/AREA05/05_blanco.pdf
- Blanco, R. (2003). *Sillopatía*. Tribalwerks.
- Blanco, R. (2004). *La silla, ese objeto de diseño*. Tribalwerks.
- Blanco, R. (2005). *Crónicas del diseño de mobiliario*. Ediciones FADU. https://hdiunlp.files.wordpress.com/2010/04/2-blanco_crc3b3nica-del-disec3b1o-en-argentina_extracto.pdf
- Blanco, R. (2006). *Sillas argentinas*. CommTOOLS.
- Blanco, R. (2016). *Diseño argentino. Permanencias*. Kliczkowski.
- Bonsiepe, G. (1982). *El diseño de la periferia: Debates y experiencias*. Editorial Gustavo Gili.

- Bonsiepe, G. y Fernández, S. (2008). *Historia del diseño en América Latina y el Caribe: Industrialización y comunicación visual para la autonomía*. Blucher.
- Bourdieu, P. (1998). *La distinción: Criterios y bases sociales del gusto*. Alfaguara.
- Bourdieu, P. (2007). *El sentido práctico*. Siglo XXI Editores.
- Capra, F. (1998). *La trama de la vida: Una nueva perspectiva de los sistemas vivos*. Anagrama. https://aulaweb.unicesar.edu.co/pluginfile.php/371614/mod_resource/content/6/Menu_Contenido/Unidad_I/Capra_Fritjof_La_trama_de_la_vida.pdf
- Casa FOA. (2002). *Primer concurso nacional de diseño de mobiliario de Casa FOA: Terrazas del Buenos Aires Design*. Casa FOA. <https://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/m2/10-118-2002-09-21.html>
- Centro Metropolitano de Diseño. (2013a). *Libro 10 años CMD*. Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. <https://buenosaires.gob.ar/centro-metropolitano-de-diseno/libro-10-anos-cmd>
- Centro Metropolitano de Diseño. (2013b, 5 de diciembre). Anexo CMD 95. *Imdi.cmd*. https://issuu.com/imdi.cmd/docs/anexo_97-104
- Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Comercio Justo. (s. f.). *Comercio justo en América Latina*. <https://clac-comerciojusto.org>
- Damschen, G. (2011). Saber-cómo disposicional vs. saber-qué proposicional. *Universitas Philosophica*, 28(57), 189-212. <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/vniphilosophica/article/view/11007/9033>
- Devalle, V. (2009). Hacia la síntesis de las artes. El proyecto cultural y artístico de la revista Nueva Visión. *Anclajes*, 13, 61-70. <https://www.redalyc.org/pdf/224/22435823004.pdf>
- Devalle, V. (2010). El debate sobre la “cuestión técnica” en los inicios del diseño. *Intersecciones en Comunicación*, 4, 127-145. https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/15933/CONICET_Digital_Nro.19648.pdf
- Devalle, V. (2012). *Relatos del diseño. Hacia un enfoque multidisciplinario de las modalidades de historización de los diseños en la Argentina* (Seminario de Crítica, 176). Instituto de Arte Americano e Investigaciones Estéticas. http://www.iaa.fadu.uba.ar/?page_id=654
- Devalle, V. (2016). América Latina, la otra sede de la HfG de Ulm. *RChD: Creación y Pensamiento*, 1(1), 53-63. <https://doi.org/10.5354/0718-2430.2016.44202>
- Devalle, V. (2017). *Historia de los diseños en América Latina: Contenido y perspectivas teóricas y metodológicas*. FADU-UBA. <https://rephip.unr.edu.ar/bitstream/handle/2133/6977/Ver%C3%B3nica%20Devalle.pdf>
- Devalle, V. (2021). Diseño y artesanía en América Latina. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos*, (96), 19-28. <https://doi.org/10.18682/cdc.vi96.3924>
- Dissanayake, E. (1995). *Homo aestheticus: Where art comes from and why*. University of Washington Press.
- Escobar, A. (2017). *Autonomía y diseño: La realización de lo comunal*. Tinta Limón.
- Escobar, A. (2018). *Designs for the pluriverse: Radical interdependence, autonomy, and the making of worlds*. Duke University Press.
- FIRA. (s. f.). *Furniture Industry Sustainability Programme (FISP)*. Furniture Industry Environment Committee. <https://www.fira.co.uk/schemes/furniture-industry-sustainability-programme-fisp>
- Fleck, L. (1986). *La génesis y el desarrollo de un hecho científico: Introducción a la teoría del estilo de pensamiento y del colectivo de pensamiento* (L. Meana, trad.). Alianza Editorial. (Obra original publicada en 1935).

- Foucault, M. (1968). *Las palabras y las cosas: Una arqueología de las ciencias humanas* (E. C. Frost, trad.). Siglo XXI Editores. (Obra original publicada en 1966).
- Foucault, M. (1970). *La arqueología del saber* (A. Garzón del Camino, trad.). Siglo XXI Editores. (Obra original publicada en 1969).
- Fundación IDA. (s. f.). *Fundación IDA. Investigación en Diseño Argentino*. <https://www.fundacionida.org.ar>
- García Canclini, N. (1989). *Las culturas populares en el capitalismo*. Editorial Patria / Nueva Imagen.
- García Canclini, N. (1995). *Consumidores y ciudadanos: Conflictos multiculturales de la globalización*. Grijalbo.
- García Canclini, N. (1997). Culturas híbridas y estrategias comunicacionales. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, III(5), 109–128. <https://www.redalyc.org/pdf/316/31600507.pdf>
- Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. (2023). *Centro Metropolitano de Diseño*. <https://www.buenosaires.gob.ar/cmd>
- Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. (s. f.). *Premios Buenos Aires Diseña (BAD): Preguntas frecuentes*. <https://buenosaires.gob.ar/premio-buenos-aires-disena-bad/preguntas-frecuentes>
- Goodman, N. (1990). *Maneras de hacer mundos*. Rogar. https://monoskop.org/images/1/1f/Goodman_Nelson_Maneras_de_hacer_mundos.pdf
- Infobae. (2010, 18 de octubre). Se inauguró el Centro Metropolitano de Diseño. *Infobae*. <https://www.infobae.com/2010/10/18/541930-se-inauguro-el-centro-metropolitano-diseno/>
- Ingold, T. (2013). Los materiales contra la materialidad. *Papeles de Trabajo*, 7(11), 19–39.
- IRAM. (2000). *ISO 14001: Sistemas de gestión ambiental*. Instituto Argentino de Normalización y Certificación. <https://www.iram.org.ar/servicio/sistemas-de-gestion-ambiental>
- Kuhn, T. (2004). *La estructura de las revoluciones científicas*. Fondo de Cultura Económica.
- Latour, B. (1992). *Ciencia en acción: Cómo seguir a los científicos e ingenieros a través de la sociedad*. Labor. (Obra original publicada en 1987).
- Latour, B. (2008). *Reensamblar lo social: Una introducción a la teoría del actor-red*. Manantial. (Obra original publicada en 2005).
- Lorenzano, P. (2008). Incommensurabilidad teórica y comparabilidad empírica: el caso de la genética clásica. *Análisis filosófico*, 28(2), 239–279. https://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-96362008000200005&lng=es&tlng=es
- Lotman, Y. M. (1996). *La semiosfera. I. Semiótica de la cultura, del texto, de la conducta y del espacio*. Cátedra.
- Lotman, Y. M. (2000). *La semiosfera. III. Semiótica de las artes y de la cultura*. Cátedra.
- Maldonado, T. (1981). *El diseño industrial reconsiderado: Definición, historia, bibliografía* (2.ª ed.). Editorial Gustavo Gili.
- Mignolo, W. (2003). *Historias locales/diseños globales*. Akal.
- Mignolo, W. (2007). *La idea de América Latina*. Gedisa.
- Mignolo, W. (2008). La opción decolonial. *Tabula Rasa*, (8), 243–281.
- Mignolo, W., Walsh, C. y García Linera, A. (2006). *Interculturalidad, descolonización del Estado y del conocimiento*. Ediciones del Signo.
- Ministerio de Producción de la Nación. (s. f.). *Programa de Asistencia a Empresas PYMES D*. <https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/bases-y-condiciones-pymes-d-1.pdf>

- Minoli, R. L. y Pelagallo, A. (2016, 29 de junio). Diseño: Una estrategia para competir en la industria del mueble argentino. *Madera y Tecnología*. <https://asorarevista.com.ar/noticias-blog/285-diseno-una-estrategia-para-competir-en-la-industria-del-mueble-argentino>
- Mumford, L. (1992). *Técnica y civilización* (C. Aznar de Acevedo, trad.). Alianza Universidad. (Obra original publicada en 1934).
- Nascimento, M. (2009). *Aspectos técnicos e sociais para a sustentabilidade da produção e artesanato do vime* [Tesis de maestría, Universidade Federal do Paraná]. Repositório Institucional UFPR.
- Nonaka, I. (1994). Una teoría dinámica de la creación del conocimiento organizacional. *Organization Science*, 5(1), 14–37.
- Nonaka, I. y Takeuchi, H. (1999). *La organización creadora de conocimiento: Cómo las compañías japonesas crean la dinámica de la innovación*. Oxford University Press. (Obra original publicada en 1995).
- Padilla, E. (1999). Acerca de inconmensurabilidad y traducción. *Tópicos. Revista de Filosofía de Santa Fe*, (7), 97–112. <https://bibliotecavirtual.unl.edu.ar/publicaciones/index.php/Topicos/es/article/view/7391/10603>
- Parsons, T. (1968). *La estructura de la acción social* (Vol. 2). Guadarrama. <https://archive.org/details/parsons-t.-la-estructura-de-la-accion-social.-tomo-ii-ocr-1968>
- Piaget, J. (1975). *La equilibración de las estructuras cognitivas*. https://archive.org/details/piaget-j.-la-equilibracion-de-las-estructuras-cognitivas-problema-cengtral-del-desarrollo_202401/page/n5/mode/2up
- Plan Nacional de Diseño. (2020). *Plan Nacional de Diseño BID*. <https://bid20.bid-dimad.org/wp-content/uploads/2020/08/Plan-Nacional-de-Disen%CC%83o-BID2.pdf>
- Polanyi, M. (1962). *Conocimiento personal: Hacia una filosofía postcrítica*. Editorial Tecnos. (Obra original publicada en 1958).
- Polanyi, M. (1975). *La dimensión tácita*. Editorial Prensa Universitaria Española. (Obra original publicada en 1966).
- Pye, D. (1995). *The nature and art of workmanship*. Herbert Press. (Obra original publicada en 1968).
- Quintanilla, M. Á. (2017). *Tecnología: Un enfoque filosófico y otros ensayos de filosofía de la tecnología* (2.ª ed.). Fondo de Cultura Económica. https://perio.unlp.edu.ar/catedras/wp-content/uploads/sites/210/2023/03/Tecnologia_un_enfoque_filosofico_y_otros.pdf
- Ribeiro Dos Santos, R. (2021). Patricia Anastassiadis, muebles e interiores entre dicotomías. *Res Mobilis*, 10(13–3), 339–363.
- Risatti, H. (2007). *A Theory of Craft: Function and Aesthetic Expression*. University of North Carolina Press. <https://dokumen.pub/a-theory-of-craft-function-and-aesthetic-expression-newnbsped-0807831352-9780807831359.html>
- Santos, B. de Sousa. (1995). *Introducción: Las epistemologías del Sur* [Ponencia].
- Sennett, R. (2009). *El artesano* (M. A. Galmarini, trad.). Anagrama.
- United Nations. (1987). *Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future*. <https://sustainabledevelopment.un.org/milestones/wced>
- Verón, E. (1987). *La semiosis social: Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Gedisa.
- Verón, E. (2004). *Fragmentos de un tejido: Notas sobre el espacio semiótico*. Gedisa.
- Verón, E. (2013). *La semiosis social 2: Ideas, momentos, interpretantes*. Paidós.
- Williams, R. (1980). *Marxismo y literatura* (P. Di Masso, trad.). Ediciones Península. (Obra original publicada en 1977).

- Williams, R. (1997). *La política del modernismo: Contra los nuevos conformismos* (H. Pons, trad.). Ediciones Manantial. (Obra original publicada en 1989).
- Williams, R. (2001). *Cultura y sociedad, 1780-1950: De Coleridge a Orwell* (H. Pons, trad.). Nueva Visión. (Obra original publicada en 1958).
-

Análisis del diseño de información como dispositivo mediador de acceso a la información pública entre 2011 y 2025 en instituciones públicas uruguayas

Ximena Insua

Este trabajo presenta un avance inicial de investigación que indaga cómo el diseño de información opera como dispositivo mediador en la tensión entre la disponibilidad de la información pública y su acceso por parte de la ciudadanía, en tanto que su configuración condiciona la comprensión y el uso efectivo de la información, en instituciones públicas uruguayas.

Entre 2011 y 2025, las instituciones públicas incrementan la disponibilidad de datos e informes y amplían las formas de acceso. Sin embargo, esto no garantiza necesariamente su comprensión ni su uso efectivo, lo que ubica al diseño de información como mediador entre la complejidad institucional y la comprensión y el uso efectivos por parte de la ciudadanía.

Desde el punto de vista temporal esta investigación se inscribe entre 2011 y 2025, en el desarrollo de las políticas de acceso a la información pública en Uruguay. En 2011 el país se incorpora a la Alianza para el Gobierno Abierto y asume compromisos vinculados con la transparencia, la rendición de cuentas, la participación ciudadana y la colaboración e innovación pública (AGESIC, 2011, p.3)

Asimismo, en 2011 se aprueba el Decreto reglamentario 232/010, que establece condiciones para la aplicación de la Ley sobre el Derecho de Acceso a la Información Pública N° 18.381, que tiene por objetivo “promover la transparencia de la función administrativa de todo organismo público, sea o no estatal, y garantizar el derecho fundamental de las personas al acceso a la información pública.” (Impo, s.f.). A partir de ese momento, las políticas de gobierno digital son impulsadas por la Agencia de Gobierno Electrónico y Sociedad de la Información y del Conocimiento (AGESIC). En ese proceso se impulsa la política de datos abiertos como parte de una estrategia nacional. En 2025 se formula la Estrategia de Datos en el marco de la Agenda Uruguay Digital, que incorpora lineamientos vinculados a la gestión y sostenibilidad de los datos.

Este contexto incide en el desarrollo en las formas de producción y organización de la información por parte del Estado, sin embargo, la disponibilidad de los datos, ya sea en archivos de texto, hojas de cálculo, gráficos estándar, no garantiza necesariamente su comprensión ni su uso efectivo. Esta tensión ubica al diseño y a la visualización de la información como mediador entre la complejidad institucional y las condiciones de comprensión, interpretación y uso por parte de la ciudadanía. En este sentido, Frascara (2011) define al diseño como la “acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales” (p. 24), destinadas a transmitir mensajes a públicos específicos, con el fin de afectar el conocimiento y las actitudes.

Por otra parte, Cairo (2011, p.38) define la visualización como la “tecnología plural que consiste en transformar datos en información semántica (...) por medio de una sintaxis de fronteras imprecisas y en constante evolución basada en la conjunción de signos de naturaleza icónica (...) con otros de naturaleza arbitraria y abstracta”.

Estas definiciones aportan un primer encuadre para situar el campo del diseño y la visualización de información, como umbral de comunicación (Leone, 2019) entre la presentación de la producción de información institucional y las posibilidades de acceso, comprensión y uso por parte de la ciudadanía.

Los motivos de la elección del tema se vinculan con el interés por analizar el diseño de información tanto desde sus dimensiones visuales como discursivas en el acceso a la información pública en Uruguay. Por otra parte, el interés surge de la formación personal en diseño de comunicación visual y en la especialización en la visualización de datos y diseño de la información. A partir de este recorrido, motiva indagar la pertinencia sobre el diseño en la traducción de información compleja en representaciones claras, comprensibles y útiles para la toma de decisiones.

La relevancia de esta investigación se plantea en tres dimensiones. En el plano académico, constituye una investigación situada en el contexto uruguayo que proporciona insumos para la reflexión disciplinar sobre la incidencia del diseño de información como mediador en el acceso a la información pública, aportando un marco teórico y conceptual para su análisis. En el plano institucional, los resultados pueden contribuir como insumos para las instituciones públicas que producen y comunican información, orientando criterios y lineamientos aplicables en el marco de las políticas de gobierno digital. En el plano social, la investigación aporta a la discusión sobre el acceso a la información pública como derecho ciudadano, al señalar que la disponibilidad de la información no es condición suficiente para su apropiación, comprensión y uso efectivo.

Para esta investigación se plantea una pregunta problemática general: ¿Cómo opera el diseño de información en el acceso a la información pública entre 2011 y 2025 en instituciones públicas uruguayas?

Frente a esta pregunta, se plantea como hipótesis general que el diseño de información opera como dispositivo mediador en la tensión entre la disponibilidad de la información pública y su acceso por parte de la ciudadanía, dado que su configuración incide en las condiciones que hacen posible la comprensión, interpretación y uso de esa información, producida por las instituciones públicas uruguayas entre 2011 y 2025. Por tanto, el objetivo general de este trabajo es analizar cómo el diseño de información opera como dispositivo mediador en la tensión entre la disponibilidad de la información pública y su acceso por parte de la ciudadanía en instituciones públicas uruguayas entre 2011 y 2025. A partir de la pregunta general se derivan dos preguntas específicas. La primera que indaga, ¿De qué forma se materializa la información producida por las instituciones para su disposición pública? Qué permite observar que la información pública se presenta a través de determinados formatos, soportes, estructuras y plataformas. Por lo tanto, se plantea como hipótesis, que la información producida por las instituciones adquiere materialidad definida por lógicas administrativas e institucionales en el marco de la obligación legal de publicación y transparencia activa. El objetivo específico corresponde a identificar los modos en cómo esta información es producida por las instituciones para su disposición pública en el marco de la obligación legal.

La segunda pregunta específica plantea: ¿Cómo se configura el diseño de información en la presentación de la información en entornos digitales del sector público?. Y propone como hipótesis que la información no depende únicamente de su contenido, sino también de las decisiones visuales, discursivas, estructurales y de interfaz que organizan su lectura y contribuyen a su interpretación. En consecuencia, el objetivo específico es caracterizar la configuración del diseño de información en la presentación de la información en entornos digitales.

De este modo, la investigación se propone analizar no sólo qué información se produce y se publica, sino también cómo se materializa, cómo se configura visual y discursivamente, y de qué manera esas configuraciones pueden favorecer o limitar la comprensión y el uso por parte de la ciudadanía.

Bibliografía

- Agencia de Gobierno Electrónico y Sociedad de la Información y del Conocimiento. (2011). *Uruguay en la Alianza para el Gobierno Abierto Antecedentes 2011-2020*. <https://www.gub.uy/agencia-gobierno-electronico-sociedad-informacion-conocimiento/comunicacion/publicaciones/antecedentes-uruguay-alianza-para-gobierno-abierto>
- Cairo, A. (2011). *El arte funcional: infografía y visualización de la información*. Madrid: Alamut Ediciones.
- Dirección Nacional de Impresiones y Publicaciones Oficiales. (2017). Decreto N° 54/017: *Reglamentación del art. 82 de la Ley 19.355 fijando las "Directrices técnicas para la publicación de datos abiertos"*. <https://www.impo.com.uy/bases/decretos/54-2017>
- Dirección Nacional de Impresiones y Publicaciones Oficiales (IMPO). (2008). Ley N.º 18.381: *Derecho de acceso a la información pública*. Centro de Información Oficial. <https://www.impo.com.uy/bases/leyes/18381-2008>
- Frascara, J. (2011). *Diseño de comunicación*. Argentina: Infinito.
- Leone, M. (2019). *Apuntes para una semiótica de la frontera*. *Revista Chilena de Semiótica*, 12, 7-22.
-

Evaluación del diseño gamificado como recurso pedagógico en la educación técnica y tecnológica del Ecuador

Análisis del impacto de la simulación de experiencias reales en la experiencia de usuario de estudiantes del instituto técnico Tungurahua

Eduardo Alberto Navas Alarcón

La educación técnica y tecnológica en Ecuador enfrenta importantes retos relacionados con la motivación estudiantil, la actualización metodológica y la necesidad de incorporar herramientas innovadoras que permitan fortalecer el aprendizaje práctico. Frente a estas necesidades, la gamificación surge como una estrategia pedagógica capaz de transformar los procesos de enseñanza-aprendizaje mediante la integración de dinámi-

cas propias del juego en contextos educativos. La investigación desarrollada por Eduardo Navas analiza el impacto del diseño gamificado en la simulación de experiencias reales y en la experiencia de usuario de estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Tungurahua durante el período 2023-2024 (Navas, 2024).

El estudio sostiene que los métodos tradicionales presentan limitaciones para desarrollar competencias prácticas y habilidades relacionadas con la resolución de problemas. En este contexto, la gamificación permite generar experiencias activas e interactivas que incrementan la participación y el compromiso de los estudiantes. Según Prieto (2020), la gamificación consiste en aplicar elementos y dinámicas de juego en escenarios no lúdicos con el objetivo de mejorar la motivación y el aprendizaje. De igual manera, Dichev y Dicheva (2017) afirman que esta metodología favorece el aprendizaje significativo al combinar recompensas, desafíos y retroalimentación inmediata.

El marco teórico de la investigación también se fundamenta en el aprendizaje experiencial de Kolb (1984), quien plantea que el conocimiento se construye mediante la experiencia directa. Esta perspectiva resulta especialmente relevante en la educación técnica y tecnológica, donde los estudiantes requieren desarrollar habilidades prácticas cercanas a escenarios reales de trabajo. En este sentido, la simulación gamificada se convierte en una herramienta útil para fortalecer competencias profesionales y cognitivas. Asimismo, González et al. (2020) señalan que los entornos simulados permiten mejorar la toma de decisiones y el pensamiento crítico en procesos de formación técnica. Otro aspecto relevante del estudio es la experiencia de usuario (UX) dentro de los entornos gamificados. Knight (2019) sostiene que factores como la facilidad de uso, el diseño visual y la accesibilidad influyen directamente en la motivación y permanencia de los estudiantes dentro de las plataformas educativas. Del mismo modo, Marcus (2019) señala que la interacción intuitiva y la retroalimentación visual favorecen experiencias de aprendizaje más efectivas. En concordancia, Thielsch y Niesenhaus (2017) destacan que las interfaces amigables y las narrativas inmersivas fortalecen la participación y el compromiso cognitivo de los usuarios.

La investigación utilizó un enfoque metodológico mixto, combinando técnicas cuantitativas y cualitativas para obtener una comprensión integral del fenómeno analizado. El estudio se desarrolló en tres etapas: exploración, diseño y evaluación. En la primera fase se identificaron los elementos fundamentales del diseño gamificado mediante revisión bibliográfica y entrevistas docentes. Posteriormente, se diseñó una propuesta educativa enfocada en Mecánica Automotriz utilizando simuladores y dinámicas lúdicas. Finalmente, los estudiantes participaron en actividades gamificadas que fueron evaluadas mediante instrumentos especializados (Navas, 2024).

Para medir la experiencia de los participantes se empleó la escala GAMEX, instrumento que evalúa dimensiones como disfrute, absorción, creatividad, activación, dominio y afecto negativo. Además, se utilizó el protocolo BROMP, orientado a observar comportamientos emocionales y niveles de participación durante las actividades. La triangulación entre ambos instrumentos permitió analizar tanto las percepciones subjetivas como las conductas observadas de los estudiantes (Baker et al., 2015).

Los resultados demostraron altos niveles de satisfacción y compromiso por parte de los estudiantes. La dimensión de disfrute obtuvo puntuaciones superiores a 5 puntos en una escala de 1 a 7, evidenciando que los participantes percibieron la experiencia como divertida, agradable y motivadora. Este hallazgo confirma que los entornos ga-

mificados pueden fortalecer la motivación intrínseca y mejorar la disposición hacia el aprendizaje (Navas, 2024).

En la dimensión de absorción se identificaron niveles moderados de inmersión cognitiva, lo que indica que los estudiantes lograron mantener la concentración y atención durante el desarrollo de las actividades. Estos resultados guardan relación con la teoría del flujo propuesta por Csikszentmihalyi (1990), quien sostiene que los individuos alcanzan estados óptimos de aprendizaje cuando existe equilibrio entre las habilidades y el nivel de desafío planteado. La investigación concluye que el uso de narrativas inmersivas y sistemas de retroalimentación más dinámicos podría incrementar aun más los niveles de absorción en futuros diseños gamificados.

En cuanto a la creatividad, los estudiantes manifestaron que las dinámicas gamificadas estimularon la imaginación y la exploración de soluciones alternativas frente a los problemas técnicos presentados. Este aspecto es especialmente relevante en la educación tecnológica, ya que fomenta competencias relacionadas con la innovación y la resolución de problemas. Shernoff et al. (2020) afirman que la gamificación permite adaptar desafíos según las capacidades individuales, favoreciendo procesos de aprendizaje más personalizados e inclusivos.

Uno de los principales aportes de la investigación fue la identificación de los componentes del diseño gamificado que favorecen la simulación de experiencias reales. Entre los elementos más destacados se encuentran la retroalimentación inmediata, la progresión gradual de desafíos, las recompensas simbólicas y la narrativa inmersiva. Según los resultados obtenidos, estos componentes contribuyen significativamente a mejorar la concentración, disminuir la frustración y fortalecer el compromiso emocional y cognitivo de los estudiantes (Navas, 2024).

El análisis correlacional evidenció relaciones importantes entre las dimensiones evaluadas. La absorción presentó una fuerte correlación con el dominio, mientras que la creatividad mostró asociación significativa con la activación. Estos hallazgos indican que los estudiantes que experimentan mayores niveles de inmersión y creatividad desarrollan también mayor confianza y control sobre las actividades técnicas realizadas.

Otro aspecto relevante fue el efecto positivo de las recompensas simbólicas. Elementos como insignias, niveles y reconocimientos fortalecieron la motivación y la percepción de logro entre los participantes. Los resultados mostraron altos niveles de concentración y mínimos niveles de frustración, lo que evidencia que el reconocimiento simbólico actúa como un estímulo emocional positivo. Hamari et al. (2016) sostienen que las recompensas dentro de los entornos gamificados incrementan la participación y la cooperación entre los estudiantes.

En relación con la secuenciación de actividades, el estudio concluye que la organización progresiva de desafíos favorece el aprendizaje práctico y reduce la sobrecarga cognitiva. Asimismo, la retroalimentación inmediata facilita la corrección de errores y mejora la consolidación de conocimientos. Dichev y Dicheva (2017) destacan que la efectividad de la gamificación depende de la capacidad del sistema para ofrecer respuestas inmediatas y mantener una progresión clara en el aprendizaje.

Finalmente, la investigación concluye que el diseño gamificado constituye una estrategia pedagógica eficaz para la educación técnica y tecnológica en Ecuador. La combinación de componentes emocionales, cognitivos y experienciales permitió generar experiencias de aprendizaje significativas, participativas y orientadas al desarrollo de

competencias profesionales. Además, el estudio evidencia que la gamificación puede convertirse en una herramienta clave para modernizar la educación técnica, siempre que exista capacitación docente, acceso adecuado a recursos tecnológicos y diseños inclusivos adaptados a distintos contextos educativos (Navas, 2024).

Referencias

- Baker, R., D'Mello, S., Rodrigo, M., & Graesser, A. (2015). *Better to be frustrated than bored: The incidence, persistence, and impact of learners' cognitive-affective states during interactions with computer-based learning environments*. *International Journal of Human-Computer Studies*.
- Csikszentmihalyi, M. (1990). *Flow: The psychology of optimal experience*. Harper & Row.
- Dichev, C., & Dicheva, D. (2017). Gamifying education: What is known, what is believed and what remains uncertain. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 14(9).
- González, C., Mora, A., & Toledo, P. (2020). Gamificación y simulación educativa en contextos de formación técnica. *Revista Iberoamericana de Educación*.
- Hamari, J., Koivisto, J., & Sarsa, H. (2016). Does gamification work? A literature review of empirical studies on gamification. *Proceedings of the Annual Hawaii International Conference on System Sciences*.
- Knight, S. (2019). User experience in gamified learning environments. *Educational Technology Research and Development*.
- Kolb, D. (1984). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. Prentice Hall.
- Marcus, A. (2019). *Design, user experience and usability*. Springer.
- Navas, E. A. (2024). *Evaluación del diseño gamificado como recurso pedagógico en la educación técnica y tecnológica del Ecuador (2023-2024)* [Tesis doctoral, Universidad de Palermo].
- Prieto, J. (2020). Gamificación educativa y aprendizaje significativo. *Revista Educación y Tecnología*.
- Sherhoff, D., Ruzek, E., & Sinha, S. (2020). The influence of gamification on student engagement and motivation. *Computers & Education*.
- Thielsch, M., & Niesenhaus, J. (2017). User experience and motivation in gamified educational systems. *International Journal of Serious Games*.
-

El diseño en piezas. Exploración y experimentación del comportamiento proyectual mediante sistemas de componentes tangibles en el prototipado

Percy Negrete Salazar

La investigación tiene como propósito identificar y caracterizar las propiedades de diseño de los sistemas de componentes tangibles —cerrados, semi-estructurados y abiertos— que inciden en los niveles de exploración y experimentación del comportamiento proyectual durante procesos de prototipado de baja fidelidad en estudiantes de edu-

cación secundaria (14 a 17 años) de la ciudad de Lima, Perú, en el periodo comprendido entre 2006 y 2026.

El estudio se inscribe en el contexto de la progresiva incorporación del Diseño Centrado en el Usuario en el ámbito escolar limeño, y examina cómo estos sistemas de piezas operan como dispositivos proyectuales en procesos de creación y co-creación de maquetas y dioramas representacionales —centrados en la reproducción estática de conocimientos— y, más recientemente, prototipos de baja fidelidad, iterativos y funcionales desarrollados tanto en espacios de creatividad como en el aula regular.

Desde una perspectiva de diseño, la investigación busca aportar evidencia empírica y conceptual sobre la relación entre materialidad, estructura del sistema y comportamiento proyectual adolescente, contribuyendo a la comprensión del prototipado de baja fidelidad como una práctica cognitiva, exploratoria y formativa en contextos educativos.

La hipótesis que orienta este trabajo sostiene que, en el contexto de la educación secundaria en Lima, los sistemas de componentes tangibles de baja fidelidad que combinan un grado intermedio de estructuración, materialidad no encajable y posibilidad de recomposición abierta, alineados con los principios de la teoría de las piezas sueltas diseñadas, ofrecen un nivel óptimo de ambigüedad funcional y reconfigurabilidad para estudiantes de entre 14 y 17 años. Este equilibrio resulta especialmente relevante en procesos de prototipado de baja fidelidad, donde la exploración y la experimentación material constituyen motores centrales del comportamiento proyectual.

La investigación plantea que la mera disponibilidad de piezas sueltas no garantiza, por sí sola, el desarrollo de comportamientos exploratorios significativos. Por el contrario, cuando las piezas sueltas son diseñadas intencionalmente —considerando su escala, forma, peso, estabilidad y combinabilidad— se convierten en verdaderos dispositivos proyectuales, capaces de mediar entre la libertad creativa y la acción operativa. En estudiantes de educación secundaria, este diseño intencional permite sostener la curiosidad y la iteración sin derivar en la dispersión cognitiva ni en la fatiga operativa que suelen emerger en sistemas completamente no estructurados.

Asimismo, los sistemas excesivamente estructurados tienden a restringir la toma de decisiones proyectuales, reduciendo la posibilidad de reinterpretación, resignificación y reformulación de las ideas durante el proceso de diseño. En contraste, los sistemas con un grado intermedio de estructuración posibilitan que los estudiantes mantengan el control del proceso mientras exploran alternativas formales, espaciales y funcionales, favoreciendo la continuidad del comportamiento proyectual a lo largo de las distintas etapas del prototipado.

En el contexto específico de Lima, entre los años 2006 y 2026, donde la adopción de metodologías como Design Thinking, PBL y enfoques STEAM ha sido progresiva y heterogénea, esta hipótesis cobra especial relevancia al proponer que el diseño del sistema de componentes —y no únicamente la metodología aplicada— desempeña un rol determinante en la calidad de la exploración y la experimentación proyectual en el aula. De este modo, el estudio busca demostrar que no basta con ofrecer materiales abiertos, sino que es necesario diseñar sistemas de piezas sueltas que equilibren libertad, estructura y operatividad para potenciar el aprendizaje proyectual en la educación secundaria. Para medir dicha influencia se adoptará un enfoque cualitativo, centrado en la observación directa del comportamiento de los estudiantes durante sesiones de prototipado en

contextos reales de aula. El nivel de exploración y experimentación será interpretado a partir del análisis del proceso de prototipado y de la codificación de comportamientos creativos captados en video, empleando una ficha de observación estructurada con dimensiones como exploración material, transformación de funciones, generación de soluciones y expresión simbólica. Se analizarán patrones de uso, dificultades emergentes, fluidez operativa, resolución de problemas y manifestaciones espontáneas de satisfacción o frustración. Estos registros serán triangulados con entrevistas breves a docentes y estudiantes, a fin de profundizar en las percepciones sobre las cualidades de cada sistema y su influencia en los procesos creativos y funcionales.

Se evidencia una carencia de estudios sistemáticos en contextos escolares latinoamericanos que articulen de manera explícita las características físicas de los materiales no estructurados con el desarrollo creativo e innovador en los estudiantes. La literatura vigente tiende a ofrecer aproximaciones parciales o de carácter generalista, sin profundizar en cómo ciertas cualidades —ergonómicas, visuales, hápticas y operativas— pueden ser estratégicamente integradas en propuestas pedagógicas orientadas a potenciar la exploración, la experimentación y la continuidad proyectual.

Por otro lado, si bien enfoques como la teoría de las piezas sueltas de Nicholson han alcanzado reconocimiento, su aplicación sistemática en poblaciones adolescentes y adultas, particularmente en procesos de prototipado, permanece aun insuficientemente explorada.

Referencia

Nicholson, S. (1972). The Theory of Loose Parts, An important principle for design methodology. *Studies in Design Education Craft & Technology*

Innovación Impulsada por el Diseño desde una visión sistémica.

Medición y análisis de las estrategias de innovación aplicadas en las empresas de diseño de indumentaria ecuatoriana, a partir de los discursos de teóricos de Gui Bonsiepe y Roberto Verganti

Carla Susana Orozco Espinosa

El proyecto de investigación doctoral se articula bajo el tema “Innovación Impulsada por el Diseño desde una visión sistémica: Medición y análisis de las estrategias de innovación aplicadas en las empresas de diseño de indumentaria ecuatoriana, a partir de los discursos de teóricos de Gui Bonsiepe y Roberto Verganti”. Este estudio analiza la inserción del diseño como un sistema integral que trasciende el ámbito estético para generar verdaderas ventajas competitivas dentro del mercado globalizado.

En el abordaje de la problemática, la investigación parte de un diagnóstico situacional que destaca al sector de la indumentaria como un pilar fundamental en la economía del Ecuador. Esta industria representa el 5.5% del PIB manufacturero y sostiene 122.000 empleos directos. No obstante, las marcas nacionales compiten en desventaja frente a las importaciones, recurriendo a estrategias basadas en la reducción de precios en

lugar del valor agregado. A nivel sistémico, el sector padece cuatro ejes problemáticos críticos: la ausencia de gestión del diseño en los procesos productivos, una desconexión entre la academia y la industria, la falta de cultura de innovación corporativa y la inexistencia de políticas públicas para la internacionalización.

La tesis se justifica al identificar una vacancia cognitiva evidente: existe una necesidad de profundizar en cómo opera el diseño como estrategia de innovación organizativa y constructora de significado en geografías periféricas, como América Latina. La mayoría de la literatura se ha centrado en el desarrollo técnico o sostenible, marginando el rol del diseño como motor de transformación integral.

A partir de esta problemática, se erige la pregunta de investigación central: ¿Cómo se materializan las estrategias innovación en las grandes empresas de diseño de indumentaria ecuatorianas a la luz de los enfoques teóricos de Bonsiepe y Verganti?. En respuesta, la hipótesis principal postula que dichas estrategias (en el periodo 2013-2023) se materializan mediante la redefinición del valor del diseño. Esto implica que las organizaciones abandonan una percepción puramente material y estética para adoptar al diseño como una herramienta estratégica transversal, la cual impacta directamente en la producción, la comercialización y la gestión, produciendo nuevas percepciones de valor. En coherencia, el objetivo general de la investigación consiste en analizar las estrategias de innovación impulsada por el diseño en grandes empresas de indumentaria ecuatorianas, a la luz de Verganti y Bonsiepe, para determinar de qué modo logran superar debilidades estructurales y resignificar sus propuestas de valor. Los objetivos específicos apuntan a: estudiar el significado de este tipo de innovación, identificar las convergencias y divergencias entre ambos teóricos, generar un modelo de medición para evaluar el impacto de la gestión del diseño, y examinar empíricamente las prácticas empleadas por la industria local frente a sus competidores.

Respecto al estado de la cuestión, la literatura refleja que la Innovación Impulsada por el Diseño (IID) genera ventaja competitiva al transformar radicalmente los significados de los productos, en contraste con las mejoras incrementales dictadas por el Diseño Centrado en el Usuario o la tecnología. Verganti (2009) identifica un “punto vacío” en la gestión de la innovación, al no comprenderse al diseño como un ecosistema de creación de sentido. Sin embargo, la revisión bibliométrica revela que las investigaciones sobre IID exhiben una limitación contextual severa: se concentran en entornos europeos y sectores de alta tecnología, omitiendo la aplicación de estos marcos teóricos en el sur global y descuidando industrias fuertemente cimentadas en significados, como la moda. Asimismo, las empresas muestran resistencia frente a la IID por la dificultad para cuantificar el aporte de factores cualitativos, lo que acentúa la necesidad de formalizar su aplicación administrativa.

Para resolver esta brecha, el marco teórico se asienta sobre cuatro planos transdisciplinarios. El primer plano recurre a la Teoría General de Sistemas (TGS) de Ludwig von Bertalanffy, permitiendo concebir a la organización como un sistema abierto y constitutivo donde la IID ejerce una fuerza neguentrópica: importa nueva información cultural para combatir la degradación y reorganizar el sistema productivo. El segundo plano examina las teorías de la economía de la innovación, desplazando la noción puramente técnica hacia una concepción sistémica del cambio organizacional. El tercer plano explora el Diseño Estratégico y la Gestión del Diseño, posicionando a la disciplina no como un eslabón operativo, sino en los altos órdenes anticipativos de la jerarquía empresarial.

El cuarto plano introduce el Análisis Crítico del Discurso (ACD) basándose en Foucault, Fairclough y Verón. En esta instancia, se asume que el diseño es performativo: la industria instaura regímenes de sentido y realidades culturales. Por ello, la verdadera competitividad radica en administrar los umbrales del discurso (positividad, epistemologización, cientificidad, formalización) para transformar artefactos en verdades asimiladas por la sociedad.

Finalmente, la metodología adoptada para la tesis es cualitativa-interpretativa con enfoque hermenéutico, estructurada en tres fases rigurosas. La primera fase se centra en la “Investigación dentro del diseño” (Research into design), empleando análisis documental y el método arqueológico de Foucault para explorar las dimensiones y el alcance del discurso proyectual en las obras de Verganti y Bonsiepe. La segunda fase consiste en un estudio de caso múltiple dirigido a las principales cadenas comerciales de moda ecuatoriana (DePratti, Etafashion, RM, VateX, Súper Éxito y Megamaxi) dentro del recorte temporal 2013-2025. La recolección de evidencia empírica incluirá un análisis documental de datos corporativos y nacionales, entrevistas semi-dirigidas aplicadas a directivos y diseñadores —cuyas variables se adaptan del Manual de Oslo, el Manual de Bogotá y el Atlas de Diseño—, complementado con observación no participante in situ sobre productos y procesos operativos. En la tercera fase, se realizará la caracterización y tabulación de las estrategias identificadas utilizando la Escalera de Diseño Estratégico de Manuel Lecuona, herramienta que permitirá medir el nivel exacto de madurez con el que el diseño se integra en las áreas de productos, procesos, comercialización y organización dentro de la muestra analizada.

Bibliografía

- Acklin, C., & Hugentobler, H. K. (2007). *Design management for small and medium-sized enterprises: development of a design management guide for the use of design and design management within corporate R&D and decision-making processes*.
- Álvarez Tamayo, D. I. (2021). Entre lo dicho y lo escrito: diálogo sobre diseño e innovación social desde una perspectiva sociosemiótica. *Cuadernos Del Centro de Estudios En Diseño y Comunicación*, (143), 55–69.
- Austin, John. L. (1982). *Como hacer cosas con palabras : palabras y acciones*. Ediciones Paidós.
- Baraldi de Marsal, Sonia. (2012). *Moda & cultura*. Nobuko.
- Best, K., Koostera, G., & Murphy, D. (2010). *Design Management and Business in Europe. A closer look*. https://www.kathrynbest.com/wp-content/uploads/Best_Koostera_MurphyDMI_strategy_article.pdf
- Borja de Mozota, B., Collignon, H., & Valade Amland, S. (2024). Designence® 2.0: Strategic Design for a Responsible Future in Action. *Design Management Review*, 35(1), 46–56. <https://doi.org/10.1111/drev.12383>
- Borja de Mozota, B., & Wolff, F. (2019). Forty Years of Research in Design Management: A Review of Literature and Directions for the Future. *Strategic Design Research Journal*, 12(1). <https://doi.org/10.4013/sdrj.2019.121.02>

- Danish Design Center. (2025, March 10). *Danish Design Center*. Vi bestiger stadig Designtrappen. <https://ddc.dk/vi-bestiger-stadig-designtrappen/>
- Fairclough, Norman. (1992). *Discourse and social change*. Polity.
- Foucault, Michel. (2002). *La arqueología del saber* (1st ed.). Siglo veintiuno editores.
- Foucault, Michel. (2022). *El orden del discurso* (Alberto. González Troyano, Trans.). Austral.
- Iñiguez, L., & Antaki, C. (1994). IniguezAntaki1994. *Boletín de Psicología*, (44), 55–75.
- Iñiguez Rueda, Lupicinio. (2006). *Análisis Del Discurso: Manual para Las Ciencias Sociales*. Editorial UOC.
- Koostra, G. (2009). *The incorporation of design management in today's business practices*.
- le Pechoux, B., Little, T. J., & Honeycutt, T. L. (2001). Developing a pattern language for fashion innovation management. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 5(4), 289–302. <https://doi.org/10.1108/EUM000000000007292>
- Legarda, I., Iriarte, I., Hoveskog, M., & Justel-Lozano, D. (2021). A Model for Measuring and Managing the Impact of Design on the Organization: Insights from Four Companies. *Sustainability*, 13(22), 12580. <https://doi.org/10.3390/su132212580>
- Liedtka, Jeanne., King, Andrew., & Bennett, K. B. . (2013). *Solving problems with design thinking : 10 stories of what works*. Columbia Business School Publishing.
- López, M. A. (2023). Reflexiones sobre y desde el análisis del discurso para investigaciones en arquitectura, diseño y urbanismo. In V. Paiva & J. L. Caivano (Eds.), *IADU: Investigación en Arquitectura, Diseño y Urbanismo. Enfoque, Métodos y Técnicas* (1a ed, pp. 72–87). Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo. Secretaría de Investigación.
- Manzano, V. (2005). *Introducción al análisis del dscurso*. Introducción al Análisis Del Dscurso. <https://personal.us.es/vmanzano/docencia/metodos/discurso.pdf>
- Martín Rojo, Luisa., & Whittaker, Rachel. (1998). *Poder-decir o el poder de los discursos*. Arrecife.
- Narvaja de Arnoux, E. (2006). *Análisis del discurso : modos de abordar materiales de archivo*. Santiago Arcos Editor.
- Paredes López, S. P., Carrillo Bernal, N., Marique López, A., & Nieto Perico, G. A. (2012). *Hagedi. Herramientas de apoyo a la gestión de diseño*. Fundación Pro dintec.
- Paredes López, S. Patricia. (2020). *Checking design 2: cómo la empresa logra gestionar el diseño*. Editorial Pontificia Universidad Javeriana.
- Paredes López, S. Patricia., Manrique López, A., & Carrillo Bernal, N. (2016). *Checking design*. Editorial Pontificia Universidad Javeriana.
- Salgado Andrade, E. (2019). *Los estudios del discurso en las ciencias sociales* (D. Cabrera Velásquez, Ed.). Universidad Autónoma de México.
- Sayago, S. (2014). El análisis del discurso como técnica de investigación cualitativa y cuantitativa en las ciencias sociales. *Cinta de Moebio*, (49), 1–10. <https://doi.org/10.4067/S0717-554X2014000100001>
- van Dijk, T. A. (2003). *Racismo y discurso de las elites/ Elite Discourse And Racism*. Gedisa Editorial S A.
- van Dijk, T. A., & Londoño Zapata, O. I. (2019). *Discurso en sociedad*. Eduvim.
- Vernón, Eliseo. (1987). *La semiosis social: fragmentos de una teoría de la discursividad*. Gedisa.
-

Análisis de la arquitectura de la confianza en interfaces híbridas y su impacto en el comercio electrónico en Guayaquil entre 2020 y 2024

Byron Fernando Pogo Ramírez

El comercio electrónico (e-commerce) ha experimentado un crecimiento en los últimos años a nivel mundial transformado las dinámicas de consumo y las formas como las empresas interactúan con sus consumidores. En el caso de América Latina la adopción de plataformas de e-commerce han permitido generar nuevos espacios comerciales para las economías emergentes, generando oportunidades de expansión para negocios. Una de las principales ventajas del uso de este tipo de plataformas es que permite identificar y satisfacer necesidades específicas de sus clientes; esto se debe a que las empresas pueden realizar recomendaciones basadas en los datos de sus visitantes y, de esa manera, brindar una mejor experiencia de compra. (Accenture, 2018)

En el contexto ecuatoriano, la ciudad de Guayaquil destaca por su importancia comercial en el desarrollo de la economía nacional, esto se debe en gran medida, a la ubicación estratégica de su puerto marítimo, factor que permite a la urbe generar aproximadamente el 24% del Producto Interno Bruto (PIB) nacional (El Universo, 2025). A pesar de esto, la crisis sanitaria del COVID-19 generó varios problemas en la movilización de productos y la interacción de la interacción con los consumidores dentro de entornos comerciales. Debido a esto, muchos negocios optaron por implementar espacios de comercio electrónico a través de sistemas de gestión de contenidos (CMS) para mantener el contacto con sus clientes.

Esta aceleración en la digitalización generó varios problemas debido a la falta de planificación, llevando a muchos portales a no encontrar en una plataforma de e-commerce la solución comercial que se esperaba, esto debido a varias fricciones en experiencias tales como falencias de arquitectura de información, búsqueda de productos, problemas con los métodos de pago, errores de compra por artículos que no pudieron revisarse físicamente y fallas en atención al cliente (Béjar-Tinoco, 2022). Para reducir los problemas del usuario e intentar construir lazos de fidelidad, muchos negocios incorporaron soluciones y canales alternativos con la intención de resolver algunos de los puntos de dolor, marcando el inicio de entornos digitales más complejos, combinando elementos para lograr una mejor experiencia.

Es en este escenario de transformación digital donde se plantea el recorte temporal de la presente investigación, abarcando el periodo entre 2020 y 2024. Este lapso resulta adecuado ya que permite analizar el ciclo completo del fenómeno: desde la creación de plataformas estáticas, planteadas para dar soluciones comerciales a las empresas durante la crisis sanitaria del COVID-19, hasta el proceso de maduración de ecosistemas digitales orientados a la construcción de una arquitectura de confianza a través de interfaces híbridas en el año 2024. La intención de este estudio es examinar cómo el diseño de interacción planteado desde una perspectiva estratégica puede mejorar la experiencia del usuario y potenciar las tasas de conversión en entornos comerciales emergentes en la ciudad de Guayaquil.

Esta investigación busca centrarse en la diferencia entre plataformas *e-commerce* tradicionales o rígidas, usualmente basadas en plantillas o *layouts* preestablecidos y las necesidades de información más exacta en usuarios actuales, y su influencia en la toma de

decisiones. Esto plantea la pregunta de investigación: ¿De qué manera la transición de sistemas de gestión de contenidos estáticos hacia interfaces híbridas ha reconfigurado la arquitectura de confianza y la efectividad comercial en Guayaquil entre 2020 y 2024? Para dar respuesta a esta pregunta, se plantea como hipótesis general que la transición de sistemas de gestión de contenidos estáticos hacia interfaces híbridas ha fortalecido la arquitectura de confianza mediante una atención guiada, personalizada y de respuesta inmediata, lo cual ha permitido a las empresas en mercados emergentes mejorar su efectividad comercial. Esto permitirá analizar el impacto que ha tenido la transición de plataformas e-commerce con contenidos estáticos hacia interfaces híbridas en la transformación de la arquitectura de confianza y optimización de las experiencias de usuario dentro de entornos empresariales emergentes. El enfoque de análisis en esta investigación se plantea en torno a tres ejes específicos:

Atributos de diseño e interacción: En primer lugar para identificar los atributos de diseño en interfaces híbridas que optimizan la experiencia de navegación en comparación con plataformas de e-commerce tradicionales. La hipótesis desarrollada plantea que la integración de elementos como la **flexibilidad multimodal** (Prabhudesai, 2026) permita al usuario alternar entre elementos visuales e interfaces conversacionales reduciendo la incertidumbre del usuario. En segundo lugar, la dosificación de la información mediante la **divulgación progresiva** (Nielsen, 2006) este elemento de diseño de interacción permite evitar la sobrecarga de información revelando la información más completa de manera secuencial. Para que este proceso se pueda llevar a cabo el sistema requiere de la **persistencia de estado** (Labarta et al., 2026) esto permite que los procesos dentro de la navegación no se modifiquen durante las sesiones recordando lo recorridos del usuario sin perder el progreso, reduciendo la fricción del reinicio de tareas. Dahlborn, et al. (2025) plantea que la integración estratégica de estos elementos de diseño reducen la incertidumbre y optimizan la experiencia, incidiendo en la efectividad comercial de las plataformas y consolidando la **arquitectura de confianza**.

Construcción de seguridad digital: El planteamiento sostiene que la construcción de arquitectura de confianza no depende solamente de aspectos estéticos o superficiales, sino como el resultado de la planificación del diseño orientada a transformar procesos en resultados visibles. Con este proceso se busca una mejora en la organización informativa y la reducción de la carga cognitiva, fortaleciendo la percepción de confianza y seguridad en comparación con los sistemas estáticos tradicionales.

Reducción de fricción y tasas de conversión: Finalmente, se aborda la relación causa-efecto entre la aplicación de diseño de experiencias con un planteamiento estratégico y su impacto en el rendimiento comercial, identificando cómo los elementos de diseño reducen los puntos de fricción operativa para influir en las tasas de conversión. La hipótesis planteada es que el usuario, al operar interfaces híbridas, experimenta mayor seguridad, lo que reduce los abandonos de tareas y favorece la optimización de la tasa de conversión comercial.

La transición de interfaces estáticas hacia modelos híbridos se presenta como un paso importante para la maduración del comercio electrónico en Guayaquil. El análisis de los atributos de diseño permitirá establecer los elementos que pueden contribuir a la construcción de una arquitectura de confianza. De este modo, se pretende que la investigación pueda aportar una mirada más estratégica en el planteamiento de productos interactivos, ayudando a reducir la carga cognitiva de los usuarios y optimizar los

procesos de decisión de compra. Finalmente, se busca revalidar al diseño como una disciplina que puede tener un impacto directo en el desarrollo tecnológico y económico de la ciudad de Guayaquil.

Bibliografía

- Accenture. (2018). The Personalization Imperative: How Digital Leaders Outperform the Competition. // - Wiktionary. Retrieved June 10, 2023, from https://www.accenture.com/_acnmedia/pdf-75/accenture-personalization-imperative.pdf.
- El Universo. (2025, 23 de julio). Guayaquil, el motor económico de Ecuador: ¿cuánto aporta al PIB, al empleo formal y al comercio exterior? El Universo. <https://www.eluniverso.com/noticias/economia/guayaquil-economia-aporte-empleo-formal-comercio-exterior-camara-de-comercio-ecuador-2025-nota/>
- Béjar-Tinoco, V., Valenzo-Jiménez, M. A., Madrigal-Moreno, F., Madrigal-Moreno, S., & Montesinos-López, M. A. (2022). El comercio electrónico y hábitos de los consumidores durante la pandemia de covid-19 en México. *Innovar*, 32(86), 119-134. <https://doi.org/10.15446/innovar.v32n86.104665>
- Prabhudesai, Rahul. Evaluating Multimodal Agentic AI in reducing cognitive load for High-Frequency Travelers. TechRxiv. 18 February 2026.
DOI: <https://doi.org/10.36227/techrxiv.177138648.81352046/v1>
- Nielsen, J. (4 de diciembre de 2006). Progressive Disclosure. Nielsen Norman Group. <https://www.nngroup.com/articles/progressive-disclosure/>
- Labarta, T., Hoang, N., Dreyer, M., Berend, J., Hein, O., Ma, J., Samek, W. y Lapuschkin, S. (2026). X-SYS: A Reference Architecture for Interactive Explanation Systems. arXiv. <https://arxiv.org/abs/2602.12748>
- Dahlborn, Å., Ferreira da Silva, C., Budris, F., Treiblmaier, H. y Sedej, T. (2025). Building Trust: Integrating AI, Blockchain, and Digital Identity (AI & Blockchain Convergences Task Force Report). ResearchGate. https://www.researchgate.net/publication/398032140_Building_Trust_Integrating_AI_Blockchain_and_Digital_Identity
-

Discursos y visiones de futuro en el diseño de comunicación de startups financiadas por Startup Chile entre 2010 y 2019

Cristian Aguilar Navarrete

A nivel global, y localmente también en Chile, se ha experimentado un incremento de los *emprendimientos dinámicos de base tecnológica — startups*, con repercusiones a nivel cultural, económico y social. Este proceso de auge se relaciona con los ciclos que plantea Carlota Pérez (2002) para entender los procesos de evolución tecnológica y económica, según la autora, la crisis financiera de 2008 —*crisis subprime*— fue el punto de inflexión entre la fase de instalación y la fase de despliegue del paradigma tecnoeconómico de las Tecnologías de Información y Comunicación — TICs. Es en este período en que las *startups* han consolidado un rol protagonista en los discursos públicos sobre innovación y desarrollo de país y también como alternativa a la carrera profesional

en organizaciones previamente establecidas. Dado esto, las decisiones proyectuales de las *startups*, no solo están relacionadas con soluciones de problemas en industrias, sino también su comunicación y *branding* pasan a tener un rol fundamental en la construcción de visiones de futuro que presentan a la sociedad y retroalimentan activamente los discursos e imaginarios sobre *startups*.

En este contexto surge en Chile una *aceleradora* pública de este tipo de emprendimientos, llamada Startup Chile, financiada por CORFO — Corporación Nacional de Fomento a la Producción. Siendo así, el primer programa público latinoamericano de financiamiento de emprendimientos tecnológicos con convocatorias globales, y de esta forma constituyéndose como pionero en política pública orientándose al despliegue del paradigma TIC. Y de esta forma, ofrece un corpus de análisis para estudiar cómo, a través del diseño, se construyen visiones de futuro desde el Sur Global.

La pregunta de investigación general es ¿Qué decisiones del proceso proyectual conforman la ideología de las *startups* financiadas por Startup Chile entre 2010 y 2020?, lo cual lleva al objetivo general de analizar las decisiones de los procesos proyectuales del diseño de *startups* que conforman su discurso y expresan visiones de futuro sobre innovación y desarrollo. Por otro lado, los objetivos específicos se ordenan en tres niveles: discurso, reglas semánticas y mensaje ideológico.

La primera hipótesis de trabajo, que está en relación al discurso, es que el diseño discursivo (Verón, 1987) de las *startups* funciona como un sistema de reglas semánticas que expresa una ideología sobre la innovación y el desarrollo.

La segunda hipótesis de trabajo, relacionada con las reglas semánticas, es que bajo el discurso manifiesto de las *startups* funciona un sistema de reglas semánticas que naturaliza una visión de mundo tecnocrática, presentándola como respuesta neutral a los problemas sociales y económicos.

La tercera hipótesis de trabajo, en la capa del mensaje ideológico, es que los discursos de las *startups* sostienen mitos fundacionales (Inayatullah, 2008), que reproducen y actualizan la *utopía tecnocrática* (Maldonado, 1970).

Esta investigación se relaciona con la trayectoria profesional del autor, desde el diseño con su formación como Ingeniero en Diseño de Productos, el emprendimiento de base tecnológica con el levantamiento de capital público para su startup, hasta el trabajo en pensamiento de futuros en consultoría de innovación corporativa. La convergencia de estas tres áreas desde la academia y experiencia profesional orienta el interés a desarrollar formas relevantes de análisis para aplicación en diferentes áreas industriales.

Si bien existe abundante literatura en relación a la dimensión económica de las *startups*, se observa una vacancia en relación al análisis ideológico de la comunicación de estas, en relación a sus propuestas de visiones de futuro que presentan a la sociedad, en particular en el entorno latinoamericano. Esto permite evidenciar la oportunidad de generar un aporte al conocimiento de esta práctica cultural.

Para el marco teórico de este análisis se utiliza una mirada de Estudios de Futuros, particularmente dentro de un área que son los Estudios Críticos de Futuro, donde se analizan dimensiones sociales y culturales de las visiones de futuros, y de dentro de esta escuela, tomando particularmente una visión decolonial-latinoamericana. Desde este punto de vista estudiaremos los elementos discursivos de las *startups* en relación a la dimensión ideológica de sus decisiones proyectuales.

Como antecedente histórico en esta área nos referiremos a Tomás Maldonado (1970), referente histórico latinoamericano sobre crítica del diseño a la *utopía tecnocrática*. Este análisis se complementa con John B. Thompson (1990), que entrega un manual para el estudio de las ideologías en discursos. Tony Fry (1999) ofrece el concepto de *defuturing*, donde discute cómo las decisiones de diseño implican visiones de futuro por construir y al mismo tiempo futuros que son cancelados. Por otra parte Arturo Escobar (2018) aporta el concepto de *diseño ontológico*, donde los objetos de diseño ejercen una acción sobre las personas. De esta forma indica que el diseño no solo produce objetos, sino relaciones y mundos, este concepto sirve para el entendimiento cultural de las decisiones proyectuales de las *startups*. Además el mismo autor propone el concepto de *pluriverso* refiriéndose a los múltiples mundos que pueden crear los diseños, y en este caso particular, las visiones de futuro observables en los discursos de las *startups*. Terry Irwin (2015) cierra conceptualmente esta etapa ofreciendo el concepto del *Transition Design* mostrando el rol del diseño dentro de las transformaciones sociales, facilitando la observación de la dimensión social del aspecto ideológico de los discursos. Eliseo Verón (1987), desde la semiótica de los discursos sociales, otorga el sentido de ideología como sistema de reglas semánticas, lo cual sirve como estructura para analizar las decisiones proyectuales de las *startups* en un nivel implícito. En cuanto a herramientas de análisis, se suma Sohail Inayatullah (2008), quien ofrece el Causal Layered Analysis, que facilita el análisis de los elementos discursivos de las *startups* en diferentes capas, desde los elementos más concretos hasta la capa que denomina *mito fundacional*, para analizar la ideología de fondo. A su vez, Warburg (2005), mediante el concepto de la *supervivencia de las imágenes* ofrece una herramienta de análisis iconográfico que facilita el rastreo histórico de elementos comunicacionales presentes en los discursos de las *startups*.

Entendemos el rol del diseñador como un traductor entre las necesidades empresariales de la organización en que se encuentra — *startup* — y la sociedad, ya que en la práctica del *branding* comunica a través de elementos discursivos la ideología del negocio. Para el entendimiento de este proceso utilizaremos el concepto de *semiosfera* de Yuri Lotman (1996), que indica la función de traducción de elementos de significado cuando pasan desde un campo de significado —o *semiosfera*— a otro.

Por último, Carlota Pérez (2002) ofrece un marco histórico-económico para situar el análisis de las *startups* en un período de transición entre la fase de instalación del paradigma de las Tecnologías de Información y Comunicación —TICs, y la fase de despliegue del paradigma, posterior a la crisis *subprime* de 2008. En este sentido, el concepto de paradigma que ocupa esta autora proviene de Kuhn (1971), originalmente utilizado para la estructura de las revoluciones científicas, y que la autora traslada al ámbito económico.

El aporte de esta investigación está en la intersección del campo de Diseño y Futuros. Este ofrece un análisis del diseño de visiones de futuro a partir de elementos comunicacionales, lo cual permite observar discursos de *startups* más allá de los productos y servicios que ofrecen. Y de esta forma, reflexionando sobre las propuestas de imaginarios que presentan a la sociedad.

Asimismo, el cruce entre áreas de estudios críticos de futuros, semiótica de la ideología y crítica al imaginario tecnocrático, abre posibles líneas de investigación entre diseño, ideología y futuros desde el Sur Global.

Bibliografía

- Escobar, A. (2018). *Designs for the pluriverse: Radical interdependence, autonomy, and the making of worlds*. Duke University Press.
- Fry, T. (1999). *A new design philosophy: An introduction to defuturing*. UNSW Press.
- Inayatullah, S. (2008). Six pillars: Futures thinking for transforming. *Foresight*, 10(1), 4-21. <https://doi.org/10.1108/14636680810855991>
- Irwin, T. (2015). Transition Design: A proposal for a new area of design practice, study, and research. *Design and Culture*, 7(2), 229-246. <https://doi.org/10.1080/17547075.2015.1051829>
- Kuhn, T. S. (1971). *La estructura de las revoluciones científicas* (A. Contín, Trad.). Fondo de Cultura Económica. (Obra original publicada en 1962)
- Lotman, I. M. (1996). *La semiosfera I: Semiótica de la cultura y del texto* (D. Navarro, Trad.). Cátedra.
- Maldonado, T. (1970). *Ambiente humano e ideología: Notas para una ecología crítica*. Nueva Visión.
- Pérez, C. (2002). *Revoluciones tecnológicas y capital financiero: La dinámica de las grandes burbujas financieras y las épocas de bonanza*. Siglo XXI.
- Thompson, J. B. (1998). *Ideología y cultura moderna: Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*. Universidad Autónoma Metropolitana. (Obra original publicada en 1990)
- Verón, E. (1987). *La semiosis social: Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Gedisa.
- Warburg, A. (2005). *El renacimiento del paganismo: Aportaciones a la historia cultural del Renacimiento europeo* (F. Pizarro, Trad.). Alianza Editorial. (Obra original publicada en 1932)
-

La reconfiguración de las prácticas del diseño gráfico publicitario limeño ante la virtualización de sus soportes entre 2015 y 2025

Miguel Gustavo Bernal Quijano

Hace casi un siglo, en 1935, el filósofo Walter Benjamin proponía, en su ensayo *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*, que las nuevas tecnologías de reproducción transformarían la naturaleza misma de la obra de arte. En la actualidad, el diseño gráfico publicitario podría estar atravesando una mutación probablemente comparable a la señalada por el pensador berlinés. Inspirada en esa premisa, la presente investigación pretende identificar y analizar la reconfiguración de las prácticas del diseño gráfico publicitario en la ciudad de Lima, entre 2015 y 2025, ante este proceso de transformación de sus soportes, denominado para esta tesis como “virtualización”. Esta investigación usa a Benjamin como inspiración y puerta de entrada, mas no como marco teórico. Se retoma su pregunta, pero no necesariamente sus conceptos, porque la proposición según la cual la técnica afecta ontológicamente a la obra artística resulta solo parcialmente aplicable a las propiedades de las piezas gráficas publicitarias. Conceptos como la cualidad “aurática” pertenecen, sobre todo, al campo de las obras

de arte autónomas, mientras que el diseño persigue objetivos comerciales que trascienden su forma.

El concepto principal que sostiene este análisis es otro: la virtualización, en el sentido de Pierre Lévy (1995), entendida no como digitalización ni como simple pérdida de materialidad, sino como desprendimiento de la gráfica respecto de su soporte físico. Este fenómeno abre el diseño acabado a posibilidades de multiplicidad, variación y mutación. La elección del término para esta investigación supuso el descarte de diversas opciones, como la palabra “desmaterialización”, que resultaba incorrecta una vez descubiertas las cualidades materiales de la imagen digital, o la palabra “digitalización”, que describe tan solo un proceso técnico, alejado de las consecuencias prácticas y culturales derivadas de su uso.

Incluso se pensó en idear neologismos tales como “algoritmización”, descartada por sus probables consecuencias ontológicas y por el demandante trabajo que significaría promoverla. Asimismo, se pensó en rescatar voces de uso poco frecuente, como “eidomática”, término documentado en la literatura académica italiana y empleado para designar la creación y el trabajo con imágenes digitales, del cual se pretendía derivar “eidomatización”. Conviene advertir que se descarta el uso común de la palabra virtualización en el ámbito de la realidad virtual y aumentada.

Por otro lado, un primer análisis histórico de las prácticas del diseño permite distinguir dos momentos en los que la virtualización produjo cambios importantes. El primero ocurrió con la introducción de la autoedición, iniciada a mediados de los años ochenta, cuando el llamado arte final —dimensión clave para esta investigación, pues actúa como elemento protagonista de ambos momentos— dejó de ser un objeto material. El segundo está representado por el desplazamiento progresivo de los soportes físicos, iniciado con el desarrollo de las pantallas móviles entre 2007 y 2015.

Si bien el trabajo realizado para elaborar el estado de la cuestión aun se halla en proceso de lectura y depuración, los primeros avances permiten vislumbrar una vacancia doble. La primera es conceptual: la reconfiguración del diseño publicitario en soportes virtuales está escasamente teorizada, y la categoría de «arte final», histórica y central en la práctica del oficio, carece de elaboración académica; esta investigación se propone subsanar dicha ausencia al constituir la como objeto teórico. La segunda vacancia es geográfica: la literatura proviene mayoritariamente del norte global y se centra en grandes agencias.

La búsqueda principal en Scopus, acotada al periodo 2020-2026, arrojó, luego de una primera depuración, 151 registros. Su antecedente más próximo, Shabalina y Nelson (2025), en el *Journal of Interactive Advertising*, describe la naturaleza “transicional” del diseño publicitario en redes; es decir, conserva principios de lo impreso a la vez que despliega nuevas experiencias de difusión y validación en las redes sociales. Sin embargo, lo hace con creadores de contenido del hemisferio norte, no con diseñadores de agencias de publicidad, y menos aún en América Latina.

La búsqueda regional resultó, en sí misma, un descubrimiento porque mostró sobre todo programas universitarios y casi ninguna investigación indexada, lo que confirma el vacío latinoamericano que justifica la originalidad del estudio. Cabe precisar que el estado de la cuestión se organiza con base en las cuatro dimensiones del estudio, con un pequeño número de investigaciones que permiten interrelacionar conceptos.

Es preciso aclarar que la pregunta original era: “¿Cómo se han reconfigurado las prácticas de diseño gráfico publicitario limeño ante la virtualización de sus soportes, desde la consolidación de las redes sociales entre 2015 y 2025?”. Si bien la consolidación de las redes sociales afectó las prácticas publicitarias durante su desarrollo entre 2015 y 2020, su mención fue retirada tanto del título como de la pregunta de investigación debido a que la causa profunda de la reconfiguración no se produjo solo por ellas, sino por la consolidación de la pantalla móvil conectada como soporte, cuya presencia venía afirmándose desde el lustro anterior.

Aun así, el recorte temporal 2015-2025 se justifica como fase de consolidación, aunque corresponde a la etapa final de un fenómeno que empezó años antes. En 2015, los medios digitales representaban el 10% de la inversión publicitaria en el Perú y, para 2024, alcanzaban el 44% (IPG Mediabrands, 2024), con el soporte impreso en un claro declive, considerado por los especialistas como irreversible. Los fenómenos de cambio previos, de 1985 en adelante, serán tratados como contexto marco, no como periodo de trabajo de campo. El recorte geográfico, la capital del Perú, Lima, se justifica por la concentración de agencias y de gestión de pautas publicitarias derivadas luego a todo el país.

La categoría central de análisis está constituida por las prácticas del diseño gráfico publicitario, examinadas en cuatro dimensiones: la creativa, donde se propone investigar la aceleración y fragmentación del proceso, el acceso cada vez más amplio a referencias y, desde 2022 en adelante, la inclusión de la inteligencia artificial generativa; la estética, donde se analiza la homogeneización motivada por el uso de plantillas y sistemas de diseño comunes; el arte final, dimensión considerada la más rica conceptualmente; y la iteración en la validación, la dimensión más novedosa de todas, donde se pasó de la aprobación de un experto puntual a la optimización continua con base en métricas. En este último caso, es ahora el público objetivo quien ofrece el visto bueno.

Metodológicamente, se prevé que el estudio combine el análisis de un corpus de piezas para redes sociales (Instagram y Facebook), con cortes a lo largo de la década, junto con entrevistas a diseñadores de agencias limeñas.

Es pertinente resaltar aquel concepto que parece convertirse en un núcleo del aporte teórico: el arte final. En el argot gráfico publicitario, este término designa la pieza de cierre, definitiva e inamovible, preparada para que el diseño empiece a reproducirse. Como término usual del oficio, con todas sus implicaciones e importancia, perteneció al ámbito técnico, pero no al académico.

La tesis sostiene que la virtualización disuelve esa condición de objeto cerrado: el arte final deja de ser un producto finalizado, un punto de llegada, para convertirse en un archivo-fuente abierto a variaciones, versiones y mutabilidad continua, imposible de desvincularse de las exigencias de cada formato, plataforma y reclamo del público objetivo. Esta reconfiguración articula las dos virtualizaciones, la de la producción y la de los soportes, razón por la cual se ubica como la dimensión con la contribución teórica más original. Lo anterior no deja de lado sus fuertes antecedentes históricos, que se remontan a las primeras técnicas de reproducción en China, donde la madera tallada para la xilografía cumplía la función de matriz. Ese elemento material fue modificándose con cada nueva tecnología de reproducción, pero mantuvo siempre un fundamento ontológico que, sorprendentemente, parece trastocarse en la última década sin visos de dar marcha atrás: el material último y final dejó de serlo. El arte final como dimensión eleva una categoría del oficio a una categoría teórica analizable.

Las fuentes conceptuales para realizar este ascenso provienen de teorías del objeto digital y de la obra abierta encontradas en Lev Manovich (2001) y su noción de variabilidad, Jos de Mul (2009) y la recombinación, Matthew Kirschenbaum (2008) y la materialidad forense de lo digital, Yuk Hui (2016) y el objeto digital, y Umberto Eco (1962) con la obra abierta. Todos estos estudios no tratan sobre el diseño gráfico publicitario, lo que determina una tarea importante de esta investigación: usar las teorías propuestas por estos autores para aplicarlas a un objeto funcional, práctico y comercial. El arte final es la dimensión que permite que la tesis toque tangencialmente cuestiones ontológicas sin abandonar el campo empírico.

Este resumen recoge el estado de una investigación que se encuentra en sus primeros tres meses de gestación. Solo cabe añadir que quien conduce esta tesis ejerce el oficio desde hace casi cuarenta años y ha observado y experimentado todas estas transformaciones, haciendo del quehacer diario una actividad continuamente novedosa. Lamentablemente, estas vivencias no aparecen representadas en la literatura académica, no por falta de acceso a ella, sino porque esta se limita a analizar los movimientos de la profesión, principalmente, en los contextos más industrializados de Occidente, y deja un enorme vacío de conocimiento y estudio sobre los mismos fenómenos ocurridos en el mercado latinoamericano. Se espera que esta tesis pueda arrojar luz sobre ese espacio, por ahora oscuro, pero siempre importante para la profesión.

Referencias

- Benjamin, W. (2015). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. La Marca Editora.
- De Mul, J. (2009). The work of art in the age of digital recombination. En M. van den Boomen, S. Lammes, A.-S. Lehmann, J. Raessens & M. T. Schäfer (Eds.), *Digital material: Tracing new media in everyday life and technology* (pp. 95-106). Amsterdam University Press.
- Eco, U. (1965). *Obra abierta*. Editorial Seix Barral.
- Hui, Y. (2023). *Sobre la existencia de los objetos digitales*. Materia Oscura.
- Lévy, P. (1999). *¿Qué es lo virtual?*. Paidós.
- Manovich, L. (2005). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación: La imagen en la era digital*. Paidós.
- Shabalina, O., & Nelson, M. R. (2025). Reconsidering ad design practices and visual aesthetics in social media interactive spaces: Toward a conceptual framework. *Journal of Interactive Advertising*, 25(2), 139-156. <https://doi.org/10.1080/15252019.2025.2467064>
-

Modelo de diseño híbrido: fundamentos básicos con IA generativa-analítica en la transformación de la competencia proyectual de estudiantes universitarios en la ciudad de Bogotá entre 2022 y 2026

Luis Felipe Fontal Martínez

La integración acrítica de la IA en la educación del diseño amenaza con desplazar la asimilación de los fundamentos compositivos por parte de estudiantes de educación superior, generando una dependencia algorítmica, que debilita la autonomía, el análisis y la toma de decisiones en la aplicación de las IA en las propuestas de Diseño.

La presente investigación, toma la Observación como primer paso, método y experiencia directa con herramientas como Leonardo, Midjourney, AdobeFirefly o Chat GpT, las cuales se han extendido al campo del Diseño; sin que los estudiantes hayan accedido a un marco pedagógico que les permitiese optimizar su uso. El contexto se define por la tensión entre los métodos tradicionales de enseñanza-aprendizaje y la integración de un modelo híbrido, que utiliza la Inteligencia Artificial en una doble dimensión: como motor generativo de soluciones visuales y como agente analítico de validación heurística.

El estudio de campo se basa en el cuestionamiento: Cómo incide la implementación de un modelo de diseño híbrido de fundamentos básicos de diseño con la IA generativa-analítica, en la transformación de la competencia proyectual de estudiantes de Educación Superior en Bogotá entre 2022 y 2026? Desde el enunciado hipotético: Un modelo híbrido que integra los fundamentos básicos de diseño, con herramientas generativas y analíticas no mejora las aplicaciones actuales de las IA; sino que reemplaza el proceso convirtiendo el proyecto del estudiante en una aplicación o combinación de ellas, para formular propuestas validadas y filtradas por el proceso cognitivo e intencionado del estudiante, interrogando lo que la máquina produce.

Autores tradicionalmente reconocidos en el campo del diseño dan soporte teórico a la hipótesis: Dondis (1976) estableció que la comunicación visual no es intuición: “en la comunicación visual existe una sintaxis”, y esa sintaxis se aprende. Wong (1995) sistematizó los principios de la forma y la composición como conocimiento enseñable, no como talento. Munari (1981) fue más directo: “el conocimiento del método proyectual es un valor liberador.” Si eso es verdad —y los hallazgos de esta investigación sugieren que lo es— su ausencia es dependencia. Hoy esa dependencia tiene forma de prompt, uno de los elementos imprescindibles en el manejo de las IA, considerada como una forma avanzada de alfabetización digital, como lo indican Lo (2023) y Zamfirescu-Pereira, et al (2023), que sin embargo la cual exige una comprensión crítica de elementos.

Los hallazgos de evidencia empírica recientes necesarios de analizar; son los que indican en sus estudios: Kosmyrna et al. (2025) midieron con electroencefalografía lo que ocurre cuando alguien delega en Chat GPT tareas que antes hacía solo. Lo llamaron “deuda cognitiva”: baja la conectividad neuronal, se debilita el sentido de autoría sobre el trabajo, y los efectos persisten incluso después de dejar de usar la herramienta. No dice que la IA “sea mala”, sino que usarla sin estructura tiene costos que no se ven en el resultado final pero sí en quien lo produjo. Navia Cedeño et al. (2025) explican algo parecido por otra vía: docentes de distintas instituciones reportan que sus estudiantes tienen cada vez más dificultades para enfrentar problemas intelectuales solos. Peñafiel-León et al. (2024) documentan en diseño gráfico específicamente: la herramienta que

promete ampliar la creatividad afecta la autoría cuando no hay mediación pedagógica que la encuadre.

Con todo esto, sería fácil concluir que la IA es el problema. Zamora Mendoza et al. (2026) encontraron algo distinto: cuando la IA se incorpora con diseño instruccional estructurado, los estudiantes mejoran sus competencias digitales de forma medible. La variable no es la herramienta. Es lo que el estudiante trae antes de usarla.

La aplicación de un modelo híbrido, que combina los fundamentos básicos del diseño, sintaxis visual, principios compositivos y método indica criterios activos, con los cuales el estudiante evalúe lo que genera la IA, su coherencia compositiva y analice la pertinencia ante el problema planteado y luego logre la decisión estética con sentido; con la aplicación de herramientas analíticas como mapas de claro o métricas de neuromarketing, para verificar si las decisiones visuales pueden comunicar la propuesta superando lo subjetivo.

La metodología del estudio se orienta desde lo cualitativo, método de Observación, directa participante abordando el problema de investigación para comprender sus características e interrelaciones, estableciendo relación con el problema y formas de su comportamiento en contexto (L. de Guevara, 1993); método analítico-descriptivo mediante el cual se intervienen los hechos y las variables interrelacionadas permitiendo describir las aplicaciones IA, la incidencia de los conocimientos de los estudiantes, para dar explicaciones y formulaciones alternativas a proyectos (Méndez, Carlos, 2002). Con técnicas de recolección de información por mapeado, basado en entrevista a docentes y estudiantes de diferentes universidades; así como observación analítica de piezas y proyectos producidos con el modelo híbrido implementado experiencialmente con estudiantes de los primeros ciclos de educación superior entre 2022 y 2026.

Es importante señalar que la disrupción tecnológica provocada por la adopción masiva de La Inteligencia Artificial (IA) generativa a partir de 2022, es un fenómeno que ha desestabilizado los paradigmas tradicionales de la educación superior en diseño. En el contexto actual, los estudiantes universitarios en etapas iniciales de formación, integran estas herramientas automatizadas en sus flujos de trabajo; generando una tensión empírico-crítica donde la hiper productividad técnica derivada de la automatización, amenaza con invisibilizar y erosionar la asimilación profunda de los fundamentos teóricos y compositivos de la disciplina.

Esta situación actual evidencia un riesgo latente; el cuál se proyecta modificar con la aplicación del modelo de diseño híbrido —que articule la IA generativa con funciones analíticas de validación biométrica y heurística, como una apuesta de utilidad en el entorno pedagógico y tecnológico en educación superior; para la optimización de competencias proyectuales, promoviendo la mediación tecnológica como amplificador de procesos de cognición y aplicación conceptual y tecnológica, tomando la IA en su dimensión de herramienta o recurso articulador y motor de soluciones visuales aplicables a diferentes entornos; vislumbrando así un aporte en el entorno educativo, que permita un cambio de paradigma en la generación de competencias proyectuales para los estudiantes; como base de estudios posteriores que amplíen el espectro de co-creación híbrida.

Referencias

- Dondis, D. A. (1976). *La sintaxis de la imagen: introducción al alfabeto visual* (J. G. Bera-mendi, Trad.). Gustavo Gili. (Obra original publicada en 1973)
- Ge, X., & Fan, Y. (2014). *AI in design education at college level: Educators' perspectives and challenges*. arXiv. <https://arxiv.org/pdf/2507.17481>
- Kosmyna, N., Hauptmann, E., Yuan, Y. T., Situ, J., Liao, X.-H., Beresnitzky, A. V., Braunstein, I., & Maes, P. (2025). *Your brain on ChatGPT: Accumulation of cognitive debt when using an AI assistant for essay writing task*. arXiv. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2506.08872>
- Lo, L. (2023). The Art and Science of Prompt Engineering: A New Literacy in the Information Age. *Internet Reference Services Quarterly*, 27, 203–210. <https://doi.org/10.1080/10875301.2023.2227621>
- Munari, B. (2016). ¿Cómo nacen los objetos? Apuntes para una metodología proyectual (C. Artal Rodríguez, Trad.). Gustavo Gili. (Obra original publicada en 1981)
- Navia Cedeño, L. A., Sánchez Álava, V. L., Zambrano López, G. F., Cobeña Macías, G. P., Macías Alcívar, V. A., & Vélez Alcívar, R. L. (2025). Cómo la dependencia de la IA podría destruir la creatividad estudiantil. *Revista Científica Multidisciplinar G-nerando*, 6(1). <https://revista.gnerando.org/revista/index.php/RCMG/article/view/635>
- Peñafiel-León, J., et al. (2024). Impacto ético y creativo de la inteligencia artificial generativa en la educación en diseño gráfico. *Revista LATAM de Estudios Interdisciplinarios*. <https://latam.redilat.org/index.php/It/article/download/4163/7793>
- Wong, W. (1995). *Fundamentos del diseño* (H. Alsina Thevenet & E. Rosell i Miralles, Trad.). Gustavo Gili. (Obra original publicada en 1993)
- Idelbi, Y. (2024). *AI in design education at college level: Educators' perspectives and challenges*. arXiv. <https://arxiv.org/pdf/2507.17481>
- Zamora Mendoza, Z. L., Angulo González, A. J., Flores Valencia, L. V., & Ramírez Flores, A. A. (2026). IA generativa para el desarrollo de competencias en estudiantes universitarios. *Multidisciplinary Collaborative Journal*, 4(1), 22–35. <https://doi.org/10.70881/mcj/v4/n1/107>
- Zamfirescu-Pereira, J., Wong, R., Hartmann, B., & Yang, Q. (2023). Why Johnny Can't Prompt: How Non-AI Experts Try (and Fail) to Design LLM Prompts. *Proceedings of the 2023 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*. <https://doi.org/10.1145/3544548.3581388>
-

La relación entre las mallas curriculares de interiorismo enfocadas al diseño de espacios comerciales en grado y posgrado y las prácticas profesionales en Cuenca -Ecuador- entre el 2004 a 2025

Felipe Andrés Ochoa Guerrero

La formación académica en el diseño de interiores comprende una serie de recursos a considerar para la ejecución de un proyecto. Analizar la formación académica del

diseñador de interiores en espacios comerciales permitirá comprender los diferentes aspectos que conforman su preparación profesional. Como lo mencionan el Consejo de Educación Superior (CES)

tiene como su razón de ser planificar, regular y coordinar el Sistema de Educación Superior, y la relación entre sus distintos actores con la Función Ejecutiva y la sociedad ecuatoriana; para así garantizar a toda la ciudadanía una Educación Superior de calidad que contribuya al crecimiento del país.” CES (2026), Consejo de Educación Superior. https://www.ces.gob.ec/?page_id=44.

La especialización mediante los distintos programas de posgrado en las distintas instituciones académicas, desarrollarán en el profesional la habilidad de poder desempeñarse de una manera más específica en esta área del interiorismo. La relación de estos dos campos correspondientes entre la formación académica en grado y especialización en posgrado con la práctica del ejercicio profesional, permitirá descubrir una serie de recursos, metodologías que son aplicadas en el desarrollo del ejercicio profesional.

El contexto en el cual el proyecto se investigará tiene como epicentro la ciudad de Cuenca, Ecuador, fundamentado como la base de la formación académica en el diseño de interiores a nivel nacional. La conformación de la carrera en las distintas instituciones académicas, Universidad de Cuenca (2004), Universidad del Azuay (2005) y Universidad Católica de Cuenca (2005 y su reapertura en el 2017). Como lo señala Mazzeo (2018), “la consolidación del campo de las disciplinas proyectuales como un campo de saber específico ha demandado, y sigue demandando, reflexiones que aporten a la construcción de una epistemología proyectual” (p. 13), permitirá comparar como los distintos contenidos elaborados en cada una de las instituciones, a nivel de grado y los diferentes programas de posgrado que ofrecen en cada una de ellas. Su recorte temporal hacer referencia a la creación de las diferentes carreras de diseño interior, si bien la primera escuela de diseño data al año de creación de la carrera de diseño en general en el año 1984, sin embargo, poder ubicarse en el inicio de la carrera en cada institución permite establecer un recorte temporal específico en esta rama del diseño de interiores. Como lo menciona Manzini (2015, pp. 4748) “Los expertos en diseño son personas formadas para actuar como tales de manera competente y se proponen a sí mismos como profesionales de esta disciplina”. La creación de la carrera de Diseño de Interiores en la Universidad de Cuenca, fundamenta la base de interiorismo en la academia. Posteriormente la apertura de la Universidad del Azuay y Universidad Católica de Cuenca en y su reapertura, evidencian la necesidad de expansión del interiorismo en la ciudad. La comparativa entre las distintas instituciones en los programas de grado y posgrado y el desarrollo del ejercicio profesional permitirá descubrir aquella brecha en las cuales son aplicadas las distintas metodologías impartidas o a su vez la ausencia de ellas.

Su problemática planteada, basada en fundamentos desde la academia y la práctica profesional permitirán visualizar de qué manera las carreras de grado y posgrado están relacionadas con las prácticas profesionales en el diseño interior de espacios comerciales. Partiendo de esta premisa se plantea una hipótesis de carácter general en la cual el campo del diseño interior en espacios comerciales está más vinculado más hacia la percepción de los profesionales vinculados a la academia. Su objetivo permitirá analizar

la formación del diseñador de interiores en grado y posgrado en espacios comerciales en la ciudad de Cuenca-Ecuador, descubriendo sus distintos cambios, estructuras y demanda en el contexto contemporáneo enfocadas desde la academia hacia el ámbito profesional desde el 2004 al 2025.

Bajo estos parámetros principales se desglosan una serie de preguntas e hipótesis en las cuales el proyecto se desarrollará. La relación que guardan los contenidos tanto en estudios de grado y posgrado en el diseño interior de espacios comerciales, como ha sido su evolución con el paso de los años, la respuesta que tienen hacia el sector comercial, su relación entre instituciones académicas, las distintas variables, puestas en común, entre otras, referente a los contenidos de las mallas. La aplicación en la práctica profesional son otra de las variables planteadas, el enfoque de cada contenido hacia la praxis profesional, permitirá comparar su contenido hacia el ejercicio profesional. El impacto que tienen los programas de posgrado ofertados en el desarrollo de la práctica profesional, permitirá observar si existe una brecha entre la formación académica, cuyo análisis permitirán reforzar la formación académica del diseño interior en espacios comerciales con la práctica del ejercicio profesional.

El proyecto se fundamenta bajo la línea de investigación referente a enseñar disciplinas proyectuales. Esta permitirá la construcción teórica específica en la formación académica del diseño interior en espacios comerciales como objeto de estudio sistemático. La línea de investigación comprende una serie de variables a analizar, cuya finalidad permitirá una consolidación en la formación de esta disciplina en los diferentes niveles de formación académica en el área del diseño interior en espacios comerciales. El conocimiento proyectual permite la investigación desde tres aspectos: como objeto de estudio, las distintas estrategias de enseñanza y la aplicación en la praxis profesional. El analizar las distintas herramientas pedagógicas son fundamentales para facilitar el desarrollo de habilidades y técnicas creativas, además del pensamiento crítico y la generación de soluciones ante problemáticas planteadas desde un enfoque académico y práctica profesional. La línea de investigación permitirá generar nuevos ejes de formación teórica de manera interdisciplinar, aplicadas al campo académico y profesional del diseño interior en espacios comerciales.

La relación de combinar los contenidos académicos con la práctica profesional, es una variable destacada dentro de la formación académica. Los diferentes recursos, componentes métodos, metodologías permitirán obtener, evidenciar la óptica en la cual se conforman las distintas mallas en cada institución, su evolución, respuesta al mercado, innovación entre otros factores. La presencia o ausencia y como son aplicados mediante la experticia profesional.

Cuando los procesos prácticos se sobreponen a la teoría aparece una especie de divorcio entre el hacer y el reflexionar, que se encuentra detrás de ese hacer. Claro, detrás está un profesor que, se sobreentiende, incorpora en su conocimiento referencias teóricas que sustentan dicha práctica. Sin embargo, es importante que esta se explicita en los procesos de aprendizaje, para minimizar los rasgos de subjetividad por un lado y, por otro, comprender que el proceso proyectual del diseño se sostiene en el conocimiento disciplinar y no en un oficio heredado sin cuestionamientos. (Delgado 2024 p 95)

La combinación de lo estético y funcional en el cual el diseño interior de espacios comerciales se enfoca en resolver una problemática planteada ante una necesidad y como cada uno de los recursos son aplicados en la praxis profesional dependerá de su formación en la etapa académica. El mantener una estructura basada en la innovación académica bajo la combinación de una perspectiva profesional permitirá evidenciar la aplicabilidad de los fundamentos en la práctica del ejercicio profesional en esta área del diseño de interiores, particularizando la metodología aplicada a espacios comerciales, brindando un modelo de referencia conformado bajo la combinación de estas dos variables.

Bibliografía

- CES (2026), Consejo de Educación Superior. https://www.ces.gob.ec/?page_id=44.
- Delgado, G. (2024). Emergencia del diseño de interiores en las universidades de Cuenca. (Tesis de Doctorado) Universidad de Palermo.
- Fantini, M., & Badella, A. (s/f). Pensamiento proyectual y teoría del diseño. Un análisis de las prácticas docentes. *Actas de Diseño*, 34, 39-250. Universidad de Palermo. <https://dspace.palermo.edu/ojs/index.php/actas/article/download/4467/619>
- Manzini E. (2015). Design in the transition phase: a new design culture for the emerging design. Researchgate
- Mazzeo, C. (coord.). (2018). La dimensión ideológica de la enseñanza del diseño (Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación N° 67). Universidad de Palermo. <https://dspace.palermo.edu/ojs/index.php/cdc/article/download/1137/970>
- Valdivia, L. (2024). Estrategia de un taller proyectual como metodología de enseñanza-aprendizaje en la carrera de diseño. *Polo del Conocimiento*, 9(7), 1-18. <https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/7617>
-

Cuando el dólar se volvió sentido común: protodiscursividad mediática y resemantización del dinero en Ecuador (1999-2002)

Andrés David Ortiz Dávila

La dolarización ecuatoriana ha sido estudiada predominantemente desde la economía, que la explica como respuesta racional a la inflación. Este artículo propone una lectura alternativa: la dolarización fue también un acontecimiento de sentido, un proceso en que una decisión técnica fue narrada, encuadrada y vuelta habitable por los medios. Con ese fin se introduce un aporte conceptual —el arco mediático de cinco fases (preludio, feriado, decreto, conversión y normalización)— entendido como dispositivo de análisis discursivo que permite observar cómo cambió el régimen de sentido del signo monetario en cada etapa. La propuesta se demuestra con evidencia empírica multimodal entre 1999-2000 triangulado con un estudio de encuadre mediático independiente. Los resultados muestran que, ya antes del decreto, el discurso mediático había configurado escenas enunciativas geográficamente diferenciadas y que el arco de fases hace visible el tránsito de la anticipación al trauma. Se concluye que las fases de la dolarización, no

declaradas teóricamente hasta ahora, constituyen una herramienta analítica replicable para el estudio discursivo de transiciones monetarias.

Palabras clave: dolarización; análisis del discurso; encuadre mediático; publicidad; Ecuador; resemantización monetaria.

Abstract: Ecuadorian dollarization has been predominantly studied from an economic perspective, usually explained as a rational response to inflation. This article proposes an alternative reading: dollarization was also an event of meaning, a process through which a technical decision was narrated, framed, and made socially inhabitable by the media. To this end, the article introduces a conceptual contribution: the five-phase media arc of dollarization —prelude, banking holiday, decree, conversion, and normalization— understood as a discourse-analytical device for observing how the regime of meaning surrounding the monetary sign changed across each stage. The proposal is supported by multimodal empirical evidence from 1999–2000 and triangulated with an independent study of media framing. The findings show that, even before the official decree, media discourse had configured geographically differentiated enunciative scenes, and that the five-phase arc makes visible the transition from anticipation to trauma. The article concludes that these phases of dollarization, not previously theorized as such, constitute a replicable analytical tool for the discourse-based study of monetary transitions.

Keywords: dollarization; discourse analysis; media framing; advertising; Ecuador; monetary resemantization.

1. Introducción

El 9 de enero de 2000, el entonces presidente Jamil Mahuad anunció la sustitución del sucre por el dólar estadounidense como moneda oficial del Ecuador. La medida, adoptada tras la crisis financiera más grave de la historia republicana del país —marcada por el feriado bancario de marzo de 1999 y el congelamiento de depósitos—, ha sido interpretada de manera dominante por la literatura económica como una respuesta técnica e inevitable frente a la hiperinflación y la devaluación (Beckerman & Solimano, 2003; Larrea, 2004). Esa tradición ha producido un conocimiento sólido sobre las causas y los efectos materiales del abandono del sucre, pero ha dejado sin interrogar una dimensión mediática que, entre el decreto y la costumbre, medió un trabajo simbólico abordado escasamente.

Este artículo se inscribe en ese intersticio. Sostiene que la dolarización fue, además de un proceso económico, un acontecimiento de sentido: una decisión técnica y conflictiva que fue narrada, encuadrada y finalmente vuelta habitable por los medios de comunicación (Chiriboga-Tejada & Ramos, 2024, 2026). Investigaciones recientes han demostrado, con evidencia empírica, que la certeza de que el dólar era la “única salida” no fue espontánea sino construida por actores concretos —élites financieras y medios vinculados a ellas— mediante encuadres mediáticos precisos. El presente trabajo se suma a esa línea, pero introduce un aporte conceptual propio teóricamente sobre la

noción de arco mediático de la dolarización, entendida como una secuencia de cinco fases —preludio, feriado bancario, decreto, conversión y normalización— cada una con un régimen de sentido diferenciado.

La tesis central es que esas fases no constituyen una periodización cronológica de los hechos, sino un dispositivo de análisis discursivo: una herramienta que permite observar cómo el signo monetario fue resemantizado de manera distinta en cada etapa, y cómo la prensa y la publicidad acompañaron, justificaron y normalizaron la transición. El objetivo del artículo es doble: primero, fundamentar conceptualmente el arco de cinco fases como instrumento analítico; segundo, demostrar su productividad empírica mediante el análisis del año 1999 —el preludio y el feriado—, sobre un corpus de portadas de prensa y anuncios publicitarios de tres diarios ecuatorianos. Se sostiene que, ya antes del decreto de dolarización, el discurso mediático había configurado las condiciones simbólicas de su posterior aceptación.

2. El signo monetario como construcción discursiva

La premisa teórica del artículo es que el dinero es un objeto económico pero constituye la construcción social cargada de significados. Simmel (1900/1977) mostró que el dinero es una forma social atravesada por tensiones entre abstracción y valor; Zelizer (1994) demostró que las prácticas monetarias están cruzadas por afectos, normas morales y jerarquías sociales, de modo que todo cambio monetario requiere un trabajo cultural de legitimación. Desde esta perspectiva, la sustitución de una moneda por otra no es solo una operación financiera sino una reconfiguración simbólica, que implica desplazar los significados asociados al signo saliente y cargar de nuevos sentidos al entrante.

Ese trabajo de resemantización se realiza, en las sociedades contemporáneas, a través de los medios. Barthes (1957/2009) ofrece la herramienta para describirlo con su teoría del mito como sistema de comunicación de segundo orden, en donde, el mito toma un signo ya constituido y lo convierte en significante de un nuevo sentido, naturalizado. En el discurso de la crisis ecuatoriana, el sucre se cargó progresivamente de connotaciones de desorden, inestabilidad y pasado fallido, mientras el dólar se asoció a orden, solidez y modernidad. La operación decisiva, en términos de Barthes, es la naturalización, con el paso de lo histórico —una decisión soberana, contingente y reversible— a lo natural —un dato evidente del paisaje que ya no requiere justificación—.

Esta producción de sentido constituye una forma de poder. Bourdieu (2000) lo denomina poder simbólico: la capacidad de imponer como legítimas y evidentes ciertas visiones del mundo, que se ejerce con la complicidad de quienes lo padecen. La fortaleza o debilidad de una moneda además de hechos materiales medibles en reservas; constituyen también, y de manera decisiva, hechos de creencia. El sucre se desplomó por sus fundamentos macroeconómicos, y también porque se erosionó la creencia colectiva en su capacidad de conservar valor —y esa erosión fue, en parte, un fenómeno discursivo—. El poder de fijar esas creencias estuvo distribuido de manera desigual, en estrecha relación con la estructura de propiedad del sistema mediático, donde el capital financiero y el capital simbólico convergían con frecuencia en las mismas manos (Chiriboga-Tejada & Ramos, 2024).

Ahora bien, reconocer este poder no implica postular que sus efectos estuvieran garantizados. El modelo de codificación y decodificación de Hall (1980) establece que la producción y el consumo del sentido son momentos distintos, en donde, el mensaje se codifica según los marcos del emisor pero se decodifica según los del receptor, sin correspondencia asegurada. Esta distinción traza la frontera epistemológica del presente estudio: el análisis del corpus permite reconstruir la oferta de sentido —qué se propuso ver, creer y desear en cada fase— pero no determina cómo esa oferta fue efectivamente decodificada por las audiencias. El artículo documenta la codificación mediática de la dolarización; la recepción pertenece a un orden de indagación distinto.

3. Metodología

El estudio adopta un diseño cualitativo de análisis sociodiscursivo sobre un corpus de prensa impresa ecuatoriana. Se inscribe en un paradigma interpretativo-constructivista que entiende la realidad social como una construcción simbólica mediada por discursos e imágenes. El corpus del año 1999 —sobre el que se demuestra la propuesta— recoge una parte del estudio documental de la investigación doctoral en el que se documentan piezas correspondientes a diario El Comercio (Quito, referencia nacional serrana), El Universo (Guayaquil, referencia nacional costeña) y La Verdad (Ibarra, cabecera provincial) y para el umbral discursivo se añaden soportes audiovisuales, documentos situados y caricaturas publicadas durante la dolarización. Esta distribución geográfica permite contrastar cómo la narrativa mediática se moduló según la densidad económica de cada territorio. El material fue recuperado, para los productos audiovisuales en Youtube, mediante observación y desarrollo de las fichas documentales; para las portadas de prensa y anuncios publicitarios se digitalizó mediante consulta hemerográfica sistemática en la Hemeroteca Eugenio Espejo (Quito) y el Archivo Histórico Municipal de Ibarra. La unidad de análisis es la pieza completa —portada o anuncio— entendida como acto discursivo integral donde texto, imagen y diseño operan de manera conjunta. El instrumento conceptual central del estudio es el arco mediático de cinco fases. A diferencia de una periodización histórica —que ordena hechos en el tiempo—, el arco es un dispositivo de lectura que asigna a cada etapa un régimen de sentido dominante, es decir, un modo característico en que el discurso mediático produce significado sobre el signo monetario. Las cinco fases, y sus regímenes, se sintetizan en la Tabla 1.

Tabla 1. Periodización discursiva de la dolarización ecuatoriana

Fase	Periodo	Régimen de sentido	Operación discursiva sobre el dólar
Preludio	1999 (previo)	Anticipación	El dólar como refugio y opción latente
Feriado bancario	mar-abr 1999	Reparación / trauma	El consumo como conjura del despojo
Decreto	ene-mar 2000	Transición	De la emergencia a la inevitabilidad

Fase	Periodo	Régimen de sentido	Operación discursiva sobre el dólar
Conversión	abr-sep 2000	Pedagogía	El signo se enseña y, al enseñarse, se naturaliza
Normalización	2001-2002	Evidencia	El dólar como dato obvio del paisaje

Nota. El arco mediático de la dolarización correspondiente a sus cinco fases y regímenes de sentido. Investigación propia.

Cada pieza del corpus fue codificada mediante un instrumento de cinco variables: intertextualidad y reconstrucción del discurso (V1: qué voces enuncian), estrategias discursivas de la imagen (V2: con qué recursos), categorías discursivas predominantes (V3: qué sujeto se construye), tipo de discurso (V4: hegemónico, dominante, interpelativo o alternativo) y resemantización del dinero (V5: cómo se orienta el signo monetario).

4. Recorrido de la literatura y análisis discursivo en el arco mediático de la dolarización ecuatoriana

La caída de la producción local, la pérdida de los ahorros y el éxodo migratorio fueron hechos reales y verificables, ampliamente documentados por la literatura económica (Larrea, 2004; Beckerman & Solimano, 2003). El aporte del enfoque investigativo consiste en analizar cómo esos procesos fueron contruidos discursivamente por distintos interlocutores dentro de condiciones específicas de enunciación. Más que los acontecimientos en sí mismos, interesa comprender quiénes los enunciaron, desde qué posiciones institucionales, mediante qué recursos discursivos y visuales, y hacia qué destinatarios orientaron sus interpretaciones. Así, la inflación no adquirió socialmente el significado de antesala de la dolarización por una propiedad inherente al fenómeno económico, sino porque determinadas instancias mediáticas, políticas y económicas la inscribieron en marcos interpretativos específicos que organizaron la comprensión pública. Es precisamente ese trabajo de interpretación pública —disperso en portadas, cuñas, editoriales y avisos— el que constituye el objeto de esta investigación y el que la tradición económica, por la naturaleza de sus preguntas, no estaba equipada para registrar.

Conviene, en este punto, precisar el estatuto del abordaje que aquí se propone, porque de él depende la coherencia de este abordaje. Este análisis teórico distingue dos posiciones en relación con la crisis y su tratamiento mediático. La primera posición es un nivel prediscursivo, en donde el conjunto de condiciones materiales, institucionales y de propiedad existen antes de cualquier enunciado y que lo hacen posible como la estructura de la banca, la concentración de los medios, los marcos legales, la posición de los actores en el campo económico. La segunda posición es el nivel protodiscursivo que constituye el foco de este apartado, hacia el momento en que esas condiciones empiezan a producir sentido a través de signos concretos —un titular, un eslogan, una imagen— pero antes de que tales signos sean sometidos a un análisis sistemático. Lo protodiscursivo es discurso en estado naciente, materia significante que ya opera sobre

el público pero que aún no ha sido constituida como dato analizable por el investigador. Lo protodiscursivo es, en sentido estricto, la plataforma de lanzamiento, el lugar donde se reconoce que había discurso —que las portadas y los anuncios producían sentido y ejercían poder— para que luego ese discurso pueda ser medido. Nombrar este umbral con un término propio responde, además, a una exigencia del propio objeto, dado que, ninguna investigación previa lo había constituido como tal, fue necesario forjar el vocabulario que lo vuelve pensable.

Desde esta perspectiva, la crisis monetaria ecuatoriana se revela como un campo especialmente fértil para el análisis del discurso, por una razón que la vuelve casi paradigmática. Pocos acontecimientos exhiben con tanta nitidez la distancia entre el hecho y su representación, mientras la economía real se contraía, los ahorros se congelaban y centenares de miles de personas emigraban, el espacio mediático se poblaba de promesas de solidez, de pedagogías de la conversión y, hacia el final del proceso, de imágenes festivas en las que el dólar aparecía como horizonte de modernidad y consumo (Acosta, 2001; Larrea, 2004; Naranjo Chiriboga, 2000). Esa brecha —entre lo que ocurría y lo que se decía que ocurría— no es un defecto del corpus, sino su dato más revelador, es el espacio donde el sentido se produce y donde el poder simbólico, que el siguiente apartado examina (Bourdieu, 2000; Fairclough, 1992; Hall, 1980/2004).

Es necesario explicar por qué la producción de ese sentido constituye una forma de poder, en particular de su noción de poder simbólico, entendido como “ese poder invisible que solo puede ejercerse con la complicidad de quienes no quieren saber que lo sufren o que incluso lo ejercen” (Bourdieu, 2000, p. 66). La fórmula es exigente y conviene desplegarla con cuidado, porque en ella se concentra buena parte del andamiaje teórico. El poder simbólico no es un poder que se suma a los demás —el económico, el político, el militar—, sino una dimensión que los atraviesa, como la capacidad de imponer como legítimas, como naturales y como evidentes, ciertas visiones y divisiones del mundo social. Quien posee este poder no necesita coaccionar, porque logra que su visión sea aceptada como la visión, sin alternativa pensable. Esta noción ilumina una dimensión que la economía no tematiza. La fortaleza o la debilidad de una moneda no son únicamente hechos materiales medibles en reservas o en tasas de cambio; son también, y de manera decisiva, hechos de creencia. Una moneda vale, en última instancia, porque una comunidad cree que vale y actúa en consecuencia. El sucre no se desplomó solo por sus fundamentos macroeconómicos, el efecto se desploma también porque se erosionó la creencia colectiva en su capacidad de conservar valor, y esa erosión de la creencia fue, en parte, un fenómeno discursivo (Bourdieu, 1991, 2000; Simmel, 1900/2011; Naranjo Chiriboga, 2000). Del mismo modo, el dólar no se impuso solo por su estabilidad intrínseca, sino porque se construyó en torno a él una creencia en su solidez, su modernidad y su inevitabilidad. El poder de fijar esas creencias —de hacer ver el sucre como caos y el dólar como orden— es un poder simbólico en el sentido bourdiseano, y los medios de comunicación fueron uno de sus principales operadores. El concepto que articula esta operación es el de capital simbólico, esto es, el reconocimiento o el prestigio acumulado que permite a un agente ser percibido como una fuente legítima de visión del mundo. En el campo de la dolarización, los grandes medios y las instituciones financieras concentraban un volumen considerable de este capital, como el diario fundado a comienzos del siglo XX, un banco con décadas de presencia, una marca consolidada, gozaban de una autoridad reconocida que confería a sus enunciados un peso del que carecían

las voces disidentes. Cuando un banco en quiebra proclamaba su solidez, o cuando un diario de referencia presentaba la dolarización como la única salida razonable estaban emitiendo opiniones y movilizando un capital simbólico acumulado que volvía sus afirmaciones creíbles, casi evidentes. El poder de nombrar la moneda —de decir qué era el dólar, qué significaba abandonar el sucre, qué clase de futuro abría la conversión— estuvo distribuido de manera desequilibrada y esa desigualdad es inseparable a la estructura de propiedad del sistema mediático. Es aquí donde la lente teórica encuentra su terreno ecuatoriano más preciso. Sobre las élites económicas y los medios de comunicación el dólar permite interpretar la imbricación entre el capital financiero y el capital mediático como algo que no fue accidental, sino estructural (Chiriboga-Tejada y Ramos, 2024). Los grupos que controlaban los bancos controlaban también, en grados diversos, los canales de televisión, las estaciones de radio y los espacios publicitarios desde los que se narró la crisis. Esta convergencia de capitales —económico y simbólico en las mismas manos— configuró un campo en el que la visión dominante de la dolarización disponía de una capacidad de circulación incomparablemente mayor que la de sus impugnadores. No es una conspiración deliberada -hipótesis que el material no puede sostener—pero es una condición estructural, en donde, quienes tenían más que ganar con la dolarización eran, a la vez, quienes disponían de los mayores medios para hacerla aparecer como natural e inevitable. Esta lectura permite reinterpretar un fenómeno que la literatura económica registra, pero no explica en su dimensión simbólica con la notable ausencia de las voces disidentes en el espacio mediático dominante.

Las críticas a la dolarización existieron —provinieron del movimiento indígena, de sectores académicos y de organizaciones sociales (Acosta & Juncosa, 2000)— pero circularon en los márgenes, con un alcance muy inferior al del relato hegemónico. Desde la perspectiva de Bourdieu, esta marginalidad expresa la distribución desigual del capital simbólico y la escasa capacidad de los argumentos disidentes y las voces críticas de acceder a los soportes, las plataformas y el reconocimiento institucional necesario para disputar la definición de su situación.

El poder simbólico operó, así, tanto por lo que hizo visible —el dólar como salvación— como por lo que mantuvo en el silencio. Afirmar que los medios poseían el poder de nombrar la moneda no equivale a sostener que ese poder fuera absoluto ni que sus efectos estuvieran garantizados. Bourdieu insiste en que el poder simbólico requiere de cierta complicidad, de una disposición previa del receptor a reconocer como legítima la visión que se le ofrece; y esa complicidad nunca es total ni mecánica. Los medios construyeron las condiciones de posibilidad de una creencia colectiva en la inevitabilidad del dólar, pero no significa que la hayan producido por sí solos ni que la sociedad la haya asumido sin resistencia. Esta precisión, que el último apartado retomará al abordar la recepción, es lo que mantiene el análisis en el terreno de las condiciones de posibilidad y no en el de los efectos comprobados.

El poder de nombrar la moneda se ejerce sobre un material específico como el signo monetario mismo. Para comprender cómo operó ese poder en el plano de la significación conviene recurrir a la semiología de Barthes (1999) y, en particular, a su teoría del mito como sistema de comunicación de segundo orden. Para Roland Barthes, el mito no es una mentira ni una ocultación, sino una forma de habla que toma un signo ya constituido —con su significante y su significado— y lo convierte en el significante de un nuevo sentido, esta vez naturalizado. El mito, escribe, “transforma la historia en naturaleza”,

en donde, toma algo que es producto de circunstancias concretas, contingentes y por tanto reversibles, y lo presenta como si fuera evidente, eterno y sin alternativa. Esa operación —el paso de lo histórico a lo natural— es precisamente la naturalización, y el signo monetario fue uno de sus campos privilegiados. En este sentido, considérese primero el sucre, que fue la unidad monetaria nacional, un instrumento de intercambio con setenta años de historia, en el sentido denotativo barthesiano. Pero en el discurso de la crisis ese signo se cargó de un sentido mítico de segundo orden (Barthes, 1957/2009), en el que se deja de creer en la moneda nacional para connotar el desorden, la inestabilidad, el pasado fallido, la enfermedad de la economía, los relatos de la hiperinflación, las imágenes de fajos de billetes que perdían valor por horas, la asociación reiterada del sucre con la pérdida y la angustia, construyeron progresivamente un significante de la decadencia. El 25 de octubre de 1999 *Diario el Universo* en su sección de Información general de la página 11, expone el anuncio publicitario de Banco Internacional, prestigio sin fronteras y en su titular se refiere a abrir Nueva Cuenta de Ahorros; la voz se presenta como competente para administrar el ahorro y proyectar el futuro económico del destinatario. El destinatario construido es un ahorrista racional que desea obtener rentabilidad diaria sin renunciar a la seguridad. Es decir, el lector deja de ser sujeto político para convertirse en sujeto financiero y en este sentido El contrato comunicacional es muy diferente al de la noticia, mientras el discurso periodístico informa acontecimientos, el anuncio propone una relación de confianza. El componente emocional resulta muy evidente. La fotografía muestra sonrisa amplia; brazo levantado; billetes en la mano; gesto de celebración. En la parte inferior aparece una frase aparentemente secundaria: “en sures y en dólares” desde una lectura de enunciación esta frase es decisiva porque no presenta ambas monedas como incompatibles, se presenta perfectamente compatibles, entonces la publicidad naturalizó su coexistencia. En octubre de 1999 la publicidad ya no necesita convencer al lector de que el dólar existe o es útil; es el entrenamiento del ciudadano para convivir con la producción simbólica previa a la dolarización oficial. El sucre se volvió el signo de aquello de lo que había que liberarse. Esta operación constituyó un reflejo neutral de su depreciación material, y la elaboración simbólica que dotó a la depreciación de un significado moral y temporal, inscribiéndola en una narrativa de fracaso de la que el dólar sería la superación (Hall, 1997; Fairclough, 1992). En el plano denotativo (Barthes, 1957/2009), el dólar era una divisa extranjera; en el plano mítico se cargó de connotaciones de orden, solidez, modernidad y pertenencia a un mundo global y conectado. El recorrido de esa resemantización va desde el dólar como refugio en el momento del trauma hasta el dólar como horizonte aspiracional en la fase de normalización, cuando aparece asociado al viaje, al consumo y al deseo.

Esta transformación puede comprenderse también desde la sociología cultural del dinero, en la medida en que los significados monetarios son socialmente producidos y negociados más allá de sus funciones económicas formales (Simmel, 1900/1977; Zelizer, 1994). Lo decisivo, en términos de Barthes (1957/2009), es que al final de ese recorrido el dólar dejó de percibirse como una elección política —entre otras posibles— para presentarse como un dato natural del paisaje, tan evidente que ya no requería justificación. Cuando un anuncio fija un precio en dólares sin equivalencia ni explicación, el mito ha completado su trabajo porque la historia se ha naturalizado y la contingencia de una decisión soberana se ha disuelto en la obviedad de lo cotidiano. Desde la perspectiva de la hegemonía, este proceso puede interpretarse como la sedimentación de un nuevo

sentido común económico que logra presentarse como universal, neutral e inevitable (Gramsci, 1971; Laclau & Mouffe, 1985). En términos discursivos, la estabilización de ese significado constituye una forma de clausura parcial del campo de interpretación, donde determinadas lecturas se vuelven dominantes mientras otras pierden visibilidad o legitimidad (Fairclough, 2003). Ortiz et. al. (2023) aborda la representación visual de la desigualdad sobre la dolarización y la publicidad, reconociendo que la publicidad del período fue más allá de la venta de productos, difundiendo representaciones cargadas de sentido social. Las imágenes publicitarias de la dolarización ofrecieron modelos aspiracionales que invisibilizaban la fractura social del momento, presentando un mundo de consumo y prosperidad que contrastaba con la realidad de empobrecimiento y migración. Esa observación coincide con la lectura barthesiana que aquí se propone, porque la publicidad operó como discurso mítico, naturalizando un orden monetario al asociarlo con imágenes de bienestar que silenciaban su costo. Entonces es importante abordar más allá de lo visual publicitario hacia el conjunto del ecosistema mediático —prensa, radio, televisión y caricatura— y al inscribirla en una curva temporal de cinco fases.

El Diario el Universo el 26 de julio de 1999, en su página 26 de la sección Política exhibe la coexistencia entre información periodística y publicitaria en el mismo dispositivo; la noticia principal, titulada “Pifias, reclamos y aplausos para Mahuad”, construye una escena de fuerte conflictividad política. Desde la enunciación periodística, el diario sitúa al lector como testigo de una autoridad cuestionada públicamente. El titular no presenta un apoyo inequívoco ni un rechazo absoluto; organiza una secuencia de reacciones (“pifias”, “reclamos”, “aplausos”) que enfatiza la fragmentación del consenso político y representa al presidente como una figura sometida al juicio ciudadano. El contrato de lectura convoca a un lector que observa una democracia tensionada y un liderazgo debilitado. Sin embargo, esta enunciación convive materialmente con un conjunto de anuncios financieros alrededor de la noticia que producen una orientación discursiva distinta. Filanbanco, Filanfondos, Previfondos, La Seguridad Fondo de Jubilación y el anuncio del Banco del Litoral (“Trueque de autos por certificados”) ocupan gran parte de la mitad inferior de la página. Todos ellos construyen un destinatario diferente: ya no el ciudadano que evalúa políticamente al gobierno, sino el ahorrista, inversionista o cliente financiero que debe administrar racionalmente su patrimonio. No existe contradicción, las voces presentadas coexisten en condiciones distintas, como la voz del medio y las voces de las entidades financieras —son dos contratos comunicacionales— incluso a partir de la crisis institucional, el ciudadano es interpelado como sujeto económico responsable, pero generan cercanía y proximidad entre la disonancia enunciativa del soporte periodístico.

Todo discurso mediático dice algo sobre el mundo, y construye simultáneamente una posición desde la cual habla y una posición desde la cual espera ser leído. En términos de la teoría de la enunciación, todo acto discursivo presupone un enunciator y un destinatario inscritos en el propio discurso (Benveniste, 1970). El anuncio, el titular o la cuña instituyen así una voz que se presenta como autorizada, cercana, experta o protectora y, correlativamente, configuran un sujeto receptor al que se interpela y al que se le ofrecen determinadas posiciones identitarias. Cuando la publicidad bancaria del momento del trauma se dirigía al ahorrador angustiado prometiéndole refugio transmitía información financiera y se contribuía a constituirlo como un tipo específico de sujeto —el ahorrador prudente que debía proteger su patrimonio— y le proponía un repertorio de

conductas socialmente deseables. Este es un mecanismo interpelativo. Más adelante, cuando la publicidad asociada a la normalización económica comenzó a dirigirse a un consumidor cosmopolita, abierto al viaje, al crédito y al consumo global, ofreció una identidad distinta, coherente con una nueva etapa del proceso de dolarización. Como señala Hall (1997), la representación refleja identidades preexistentes para participar activamente en su producción cultural. Desde esta perspectiva, el signo monetario deja de operar únicamente como referencia económica y comienza a articular formas de reconocimiento social.

Este pacto implícito organiza las posiciones del que habla y del que interpreta— constituye uno de los mecanismos centrales de producción de sentido (Verón, 1985; Eco, 1979). En consecuencia, el dólar transforma el significado de una moneda y se vincula progresivamente con identidades, aspiraciones y modelos de comportamiento ofrecidos al público. La eficacia de esta operación dependió precisamente de la capacidad del discurso para construir simultáneamente una visión legítima del mundo y un sujeto dispuesto a reconocerse en ella (Charaudeau, 2003). Que un anuncio interpele a un consumidor cosmopolita no prueba que sus destinatarios se hayan reconocido en esa figura; que el dólar se haya construido míticamente como orden no demuestra que toda la sociedad lo haya creído así. La distancia entre la identidad ofrecida y la identidad asumida, entre el mito propuesto y la creencia efectiva, es el margen que el carácter no concluyente de la investigación se obliga a respetar.

Los apartados precedentes establecieron el estatuto del discurso mediático, el poder simbólico que lo atraviesa y la resemantización del signo monetario. Corresponde ahora recorrer el material mismo: mostrar que, a lo largo de la crisis y la estabilización, la prensa y la publicidad ecuatorianas desplegaron un arco de recursos significantes que acompañó cada fase del proceso. Este recorrido es el umbral, a través de la identificación de las piezas como materia protodiscursiva, es decir, como signos que ya producían sentido antes de ser constituidos en dato analizable. Cada fase se presenta aquí con sus recursos característicos y el régimen de sentido que en ella predominó, dejando para el capítulo siguiente la interpretación sistemática.

La periodización sigue los cinco hitos económicos establecidos como datos históricos —preludio, feriado bancario, decreto, conversión y normalización—, se lee desde una pregunta distinta, sobre qué se dijo y se mostró en los medios mientras ocurría. Esta distribución temporal permite observar que la naturalización del dólar no fue un acto único, sino un proceso con etapas, en cada una de las cuales el discurso mediático cumplió una función diferente.

En la fase del preludio (1999), anterior al decreto, el material prediscursivo revela que el dólar ya circulaba como signo de confianza antes de ser política oficial. El anuncio de la Cuenta de Inversión Proinco publicado en Diario el Universo el 24 de enero de 1999, ofrecía rentabilidad en sures, dólares y pesos colombianos bajo el lema “Ahora tu dinero puede más”, presentando la divisa extranjera como una opción natural de ahorro. En septiembre de 1999 Ecuavisa transmitía el spot televisivo a nivel nacional de Filanbanco por sus noventa y un años fundía la imagen del banco con la de la nación “Ecuador, tú también puedes triunfar... porque somos perseverantes como su gente”, en el año mismo en que esa entidad se encaminaba al colapso. Estas piezas señalan un régimen de sentido anticipatorio, y presentan al dólar como refugio, el banco como patria siendo signos que preparaban el terreno simbólico de lo que vendría.

La fase del feriado bancario entre marzo-abril de 1999 introdujo el régimen del trauma y su conjura. El aviso de Imbauto y Chevrolet en La Verdad de Ibarra, mostraba el automóvil como una salida del dinero congelado, bajo el titular “Se acabó la crisis” y ofrecía convertir el ahorro inmovilizado en un bien tangible y aconsejaba no dejar el dinero en el banco. El consumo se era en virtud un refugio individual frente al despojo colectivo. Otras piezas del período, como la publicidad de combustible de Mobil mostraba aún los precios en sucres; documentan el estado monetario previo a la dolarización, el punto cero contra el cual se medirá todo el desplazamiento posterior del signo. El régimen de sentido de esta fase es el de la reparación mercantil, ante la quiebra de la confianza institucional, el mercado se postula como el espacio donde el valor puede ponerse a salvo. La fase del decreto de enero a marzo de 2000 concentra la mayor densidad de material protodiscursivo, pues es el momento en que el dólar pasa de opción a destino. Las portadas en el Comercio y el Universo correspondiente a la víspera muestran que el dólar aún no era el tema dominante, el primero encabezaba “Cualquier salida es constitucional” y el segundo “FF.AA.: No a ruptura democrática”, ambos centrados en la crisis política. Tras la cadena del presidente Jamil Mahuad del 9 de enero de 1999, el giro se registra con acentos regionales contrastantes, por un lado El Comercio personaliza la esperanza con “Apostemos a que vamos a salir: Mahuad” y por otro El Universo la convierte en urgencia técnica “El tiempo apremia para dolarización”. Desde la sierra norte, La Verdad introduce el 11 de enero del 2000 la nota disonante “Dolarización causará mayor desconcierto”, mostrando que la naturalización tuvo grados regionales distintos. A este conjunto se suman las caricaturas de Pancho Cajas en El Comercio, que condensaron en imagen la disputa por el sentido, representando la figura de Mahuad como timonel de un barco gobernado por manos ajenas, en donde ofrece un contradiscurso visual sobre el poder real detrás del aparente. El régimen de sentido de esta fase es el de la transición de la emergencia a la inevitabilidad, atravesado por tensiones regionales y por la crítica gráfica. Es también en esta fase donde el arco registra su primera fisura, que el material televisivo capta con singular nitidez. La cobertura en directo de SiTV del 21 de enero de 2000, durante el derrocamiento de Mahuad, muestra el encuadre tambaleándose en tiempo real, con la misma transmisión que califica el levantamiento de movimiento insurreccional y, minutos después, da paso a las voces que lo celebran y que claman contra los banqueros. El acontecimiento desbordó la capacidad del medio para encuadrarlo, y ese desborde —signo de que el sentido dominante no logró cerrarse— constituye un dato protodiscursivo de primer orden, que el apartado de cierre retomará al tratar la cuestión de la recepción.

La fase de la conversión de abril a septiembre de 2000 inauguró el régimen de la pedagogía del signo. Mientras el sucre y el dólar coexistían legalmente, la publicidad asumió la tarea de enseñar la nueva moneda. El aviso de British American Tobacco publicado en Diario el Comercio el 10 de junio del 2000 fijaba sus productos en ambas monedas —en sucres y en dólares simultáneamente—, ofreciendo la equivalencia como muleta para un consumidor que aún pensaba en la moneda antigua. El aviso del Banco de Machala y Western Union mostraba en cambio el dólar en estado puro, asociándolo a las remesas de los migrantes y reintegrando así, como flujo financiero, el éxodo que el relato de la prosperidad tendía a silenciar. El régimen de sentido es aquí el del aprendizaje dirigido, y el signo se vuelve enseñable, y al enseñarse se naturaliza.

La fase de la normalización (2001-2002) cierra el arco con el régimen de la presuposición. En esta etapa el dólar no se enseña ni se justifica simplemente se da por supuesto. Los avisos de Ecuatoriana en septiembre del 2002 (spot de tv correspondiente a la campaña publicitaria) , Kia en diario el Universo del 10 de Diciembre del 2001 y, en Ibarra, los almacenes Tía en Diario la Verdad del 15 de enero del 2001 —cuya promoción de la canasta básica resemaniza incluso el verbo “congeló”, que había nombrado el despojo del feriado— fijan los precios en dólares sin equivalencia ni explicación. La coda del período, el comercial de Unilever emitido por Ecuavisa hacia 2002, convierte el dólar en moneda del juego y la aspiración, premio de una promoción festiva. El signo que tres años antes había nombrado la pérdida aparece ahora como horizonte del deseo. El régimen de sentido de esta fase final es el de la evidencia, porque la naturalización ha completado su trabajo cuando el dólar deja de ser objeto de discurso para volverse el aire que el discurso respira. Recorrido en su conjunto, este arco revela que cada fase de la crisis tuvo su propio régimen de sentido —anticipación, reparación, transición, pedagogía y evidencia— y que los recursos mediáticos fueron acompañantes externos del proceso económico, y a la vez, los medios hacen que ese proceso se vuelva pensable y habitable para la población. Los apartados anteriores han mostrado que la dolarización ecuatoriana fue acompañada por un arco de recursos mediáticos que produjeron sentido, ejercieron poder simbólico y resemanizaron el signo monetario a lo largo de cinco fases. Resta, para cerrar este umbral, fundamentar la decisión epistemológica que ordena toda la investigación con la afirmación de que los medios construyeron las condiciones de posibilidad de la naturalización del dólar, pero no que la hayan producido como efecto comprobado. Esta diferencia constituye el núcleo del rigor que esta tesis reivindica para lo que es necesario extender su análisis y justificación.

El fundamento de esa cautela se encuentra en el modelo de codificación y decodificación formulado por Stuart Hall (1980). Frente a las concepciones que postulaban una transmisión lineal del mensaje —según las cuales lo que el emisor codifica es recibido sin alteración por el receptor—, Hall demostró que la producción y el consumo del sentido son momentos distintos, articulados pero no idénticos. El mensaje se codifica según los marcos de quien lo emite, pero se decodifica según los marcos de quien lo recibe, y entre ambos polos no hay correspondencia garantizada. Hall distinguió, en consecuencia, tres posiciones posibles de lectura: la dominante o hegemónica, en la que el receptor asume el sentido preferente tal como fue codificado; la negociada, en la que lo acepta en términos generales pero lo adapta a su situación particular; y la oposicional, en la que comprende el código dominante pero lo rechaza desde un marco alternativo. La consecuencia metodológica de este modelo es clave para identificar el sentido que un discurso ofrece, no autoriza a concluir el sentido que sus destinatarios efectivamente construyeron. La lección de Hall traza el límite exacto de lo que el análisis del corpus puede afirmar. El estudio de las portadas, los anuncios, las cuñas y las caricaturas permite reconstruir con solidez la oferta de sentido —qué se propuso ver, creer y desear en cada fase de la dolarización—. No permite, en cambio, determinar cuántos ecuatorianos asumieron esa oferta en posición dominante, cuántos la negociaron y cuántos la rechazaron. El corpus es elocuente sobre la codificación y necesariamente silencioso sobre la decodificación, porque esta última no dejó su huella en los soportes mediáticos, sino en la experiencia dispersa y no documentada de millones de receptores. Pretender inferir la creencia colectiva a partir del mensaje sería incurrir en la falacia que el propio Hall

desmontó, entre, confundir lo que el discurso quiso producir con lo que efectivamente produjo.

El propio corpus ofrece, no obstante, indicios internos de que la naturalización no operó sin resistencia, y esos indicios refuerzan —en lugar de debilitar— el carácter no concluyente del análisis. La cobertura en directo de SiTV durante el derrocamiento de enero de 2000, examinada en el apartado anterior, mostró el encuadre dominante quebrándose en tiempo real ante un acontecimiento que lo desbordaba. A ese registro se suma un testimonio de particular valor, por provenir del interior mismo del campo mediático. El director de Radio La Luna, relató semanas después de los hechos la experiencia de su emisora durante la caída de Mahuad (Velasco, 2000). Su relato debe leerse con la cautela que impone toda fuente de actor —se trata de un testimonio situado, no de una crónica neutral—, pero precisamente por ello resulta revelador. Velasco describe cómo, durante la jornada del derrocamiento, los medios fueron expulsados de los espacios oficiales, se cortaron cables y se dañaron registros, mientras la radio transmitía en directo lo que los canales no podían. Más significativo aún para el argumento de este capítulo es su matización sobre las causas del rechazo popular, porque según Velasco, el descontento con Mahuad creció “no por los dólares o anuncios de la dolarización, sino por el dolor que causaba cada mal paso”. El testimonio sugiere que, al menos para una parte de la población, el centro de la indignación no era el signo monetario que la publicidad celebraba, sino el sufrimiento social que esa misma publicidad silenciaba. La oferta de sentido dominante coexistía con decodificaciones oposicionales que no encontraban lugar en el espacio mediático hegemónico, pero que existían y se manifestaban en la calle.

La naturalización no designa un resultado —la creencia efectivamente instalada en las conciencias—, sino como un proceso discursivo y en el trabajo mediante el cual un orden contingente se presenta sistemáticamente como natural y necesario. Afirmar que ese trabajo se realizó, y reconstruir sus mecanismos, es algo que el corpus permite con plena legitimidad. Afirmar que ese trabajo tuvo éxito —que la sociedad creyó lo que se le ofreció creer— excede lo que el material autoriza y pertenece a un orden de indagación distinto, que requeriría fuentes de recepción, estudios de opinión o investigación etnográfica que esta tesis no aborda. El corpus permite analizar cómo se legitimó visual y verbalmente la dolarización; no permite, por sí solo, determinar cómo fue creída, resistida o resignificada por las audiencias. La distinción entre el proceso y su resultado es, por tanto, la frontera epistemológica que delimita el alcance de la investigación, y es necesario mantenerla con rigor. La tradición de los estudios críticos del discurso ha advertido reiteradamente contra el determinismo que atribuye a los medios un poder ilimitado sobre las audiencias, así como contra su reverso ingenuo, que supone receptores enteramente libres e inmunes a la influencia simbólica. Situar en el terreno de las condiciones de posibilidad permite sortear ambos extremos, en el que se reconoce que el discurso mediático ejerce un poder real —el de ofrecer marcos de interpretación, jerarquizar lo visible y naturalizar lo contingente— sin postular que ese poder determine mecánicamente la conciencia de quienes lo reciben. Es una posición que honra tanto la eficacia del discurso como la agencia de los sujetos, y que resulta especialmente apropiada para un objeto como la dolarización, en el que la oferta de sentido fue intensa y sostenida, pero la respuesta social fue, como los acontecimientos de enero de 2000 demostraron todo menos que sea pasiva.

5. Discusión

Los resultados permiten sostener las dos tesis del artículo. Respecto de la primera —el arco de cinco fases como dispositivo—, el análisis de 1999 muestra que la distinción entre régimen de anticipación (preludio) y régimen de reparación traumática (feriado) no es una etiqueta cronológica sino una herramienta que hace visibles operaciones discursivas distintas sobre el mismo signo. En el preludio, el dólar se ofrece como refugio latente; en el feriado, el consumo se ofrece como conjura del despojo. La productividad del dispositivo reside en que organiza la lectura del corpus por regímenes de sentido y no por meros hitos, revelando la lógica interna de la resemantización monetaria.

Respecto de la segunda tesis —la construcción mediática de la dolarización antes del decreto—, el hallazgo de que las tres escenas enunciativas ya estaban configuradas en febrero de 1999 tiene una consecuencia teórica relevante. A diferencia de lo que postularía una lectura de la hegemonía como cierre uniforme del sentido común (Fairclough, 1992), el caso ecuatoriano evidencia una hegemonía diferenciada territorialmente, cuya intensidad varía según la posición de cada medio en la estructura económica. La fractura geográfica no fue producida por la dolarización: la precedía y la condicionaba. Cuando el dólar se volvió política oficial, no encontró una sociedad discursivamente homogénea, sino tres escenas previas que lo recibieron de maneras incompatibles.

La asimetría entre una prensa fracturada y una publicidad homogénea sugiere, además, una hipótesis que excede el alcance de este trabajo pero orienta la investigación futura: que la naturalización del dólar pudo avanzar menos por la vía periodística —conflictiva y geográficamente desigual— que por la vía publicitaria, capaz de ofrecer un mismo contrato de confianza monetaria por encima de las divisiones regionales del campo informativo.

6. Conclusiones

Este artículo ha propuesto y demostrado el arco mediático de cinco fases como dispositivo de análisis discursivo para el estudio de la dolarización ecuatoriana. Su principal aporte es conceptual: hasta ahora, las fases de la dolarización habían sido tratadas como periodización económica o histórica, pero no habían sido declaradas teóricamente como regímenes de sentido diferenciados que estructuran la producción discursiva del signo monetario. Al hacerlo, el artículo ofrece a la vez una herramienta replicable —aplicable a otras transiciones monetarias— y un caso empírico que la valida.

La evidencia del año 1999 permite tres conclusiones. Primera: antes del decreto de dolarización, el discurso mediático ecuatoriano ya había construido las condiciones simbólicas de su posterior aceptación, configurando tres escenas enunciativas geográficamente diferenciadas. Segunda: esa diferenciación responde a una hegemonía desigual según la densidad económica de cada territorio, más intensa donde el sistema financiero era el escenario del relato. Tercera: prensa y publicidad operaron con lógicas de homogeneización distintas —la primera fracturada, la segunda uniforme—, de modo que la publicidad funcionó como sutura del discurso periodístico fragmentado.

Estas conclusiones se ofrecen dentro de una frontera epistemológica precisa: el corpus documenta la oferta de sentido, no su recepción efectiva. Reconstruir cómo las

audiencias ecuatorianas decodificaron, negociaron o resistieron esa oferta requeriría fuentes de recepción que este estudio no aborda. Lo que aquí se demuestra —y basta para fundar el dispositivo propuesto— es que la dolarización tuvo, ya en su preludio, un trabajo discursivo de producción de sentido dotado de estructura, lógica y variación geográfica. Las fases del arco, y las cuatro etapas restantes que este trabajo deja planteadas, abren una agenda de investigación sobre la construcción simbólica del dinero en contextos de crisis.

Referencias bibliográficas

- Beckerman, P., & Solimano, A. (2003). Crisis and dollarization in Ecuador: Stability, growth, and social equity. World Bank.
- Benveniste, É. (1971). Problemas de lingüística general (Vol. 2). Siglo XXI Editores. (Trabajos originales publicados entre 1965 y 1970)
- Bourdieu, P. (1991). Language and Symbolic Power. Harvard University Press.
- Bourdieu, P. (2000). Poder, derecho y clases sociales. Desclée de Brouwer.
- Cajas, P. (1999–2002). Caricaturas editoriales publicadas en El Comercio [Caricaturas]. Hemeroteca consultada.
- Charaudeau, P. (2003). El discurso de la información: La construcción del espejo social. Gedisa.
- Chiriboga-Tejada, L., & Ramos, J. (2024). El dólar como sentido común: élites económicas y medios de comunicación en la dolarización ecuatoriana. Flacso-Ecuador.
- Eco, U. (1979). Lector in fabula: La cooperación interpretativa en el texto narrativo. Lumen.
- El Comercio. (1999–2002). Portadas, anuncios publicitarios y caricaturas analizadas. Hemeroteca Eugenio Espejo.
- El Universo. (1999–2002). Portadas, anuncios publicitarios y páginas interiores analizadas. Hemeroteca Eugenio Espejo.
- La Verdad. (1999–2002). Portadas y anuncios publicitarios analizados. Hemeroteca Municipal de Ibarra.
- Fairclough, N. (1992). Discourse and Social Change. Polity Press.
- Fairclough, N. (2003). Analysing Discourse: Textual Analysis for Social Research. Routledge.
- Gramsci, A. (1971). Selections from the Prison Notebooks. International Publishers.
- Hall, S. (2004). Codificación y decodificación en el discurso televisivo. CIC: Cuadernos de Información y Comunicación, 9, 210–236. (Trabajo original publicado en 1980)
- Laclau, E., & Mouffe, C. (1985). Hegemony and Socialist Strategy: Towards a Radical Democratic Politics. Verso.
- Larrea, C. (2004). Dolarización y desarrollo humano en Ecuador. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).
- Naranjo Chiriboga, M. (2000). La dolarización en el Ecuador: Un enfoque integral. Banco Central del Ecuador.
- Ortiz, D., et al. (2023). La dolarización ecuatoriana y la publicidad: una reflexión sobre la representación visual de la desigualdad. Cuadernos Del Centro De Estudios De Diseño Y Comunicación, (201).
- Radio La Luna. (2000). Programación especial sobre la caída de Jamil Mahuad [Registro sonoro, SITV].

- Simmel, G. (1977). *The Philosophy of Money*. Routledge & Kegan Paul. (Obra original publicada en 1900)
- Velasco, F. (2000). (Completar referencia exacta de la entrevista o programa radial utilizado).
- Verón, E. (1985). *Construir el acontecimiento*. Gedisa. Zelizer, V. (1994). *The social meaning of money*. Basic Books.
-

Análisis de la estructuración sistémica del pensamiento proyectual en diseño gráfico como mecanismo de producción de cultura visual durante la transición digital y la irrupción de la inteligencia artificial en el Perú entre 2010 y 2025

Marco Aurelio Ramos Chang

El diseño gráfico no es una disciplina que se reduce a la práctica; es decir, al acto y ejercicio de producir imágenes, piezas gráficas o soluciones comunicacionales; implica también, el desarrollo de un tipo de pensamiento denominado proyectual, que permite al diseñador alcanzar desde la imaginación, y en base a la información que cultiva a lo largo de la vida, la materialización de aquello que aún no se configura como realidad. Esta situación, permite diferenciar dos aspectos sobre el acto de diseñar: la ejecución técnica y la operación intelectual. Así, mientras la primera se ejercita en el dominio de herramientas, procedimientos y recursos formales, la segunda analiza contextos, imagina escenarios, estructura decisiones visuales y proyecta opciones capaces de involucrarse con la realidad social y cultural. La mirada de Archer brinda una mejor comprensión de esta dicotomía a nivel conceptual, señalando que “si la tecnología es saber cómo, entonces el diseño es imaginar qué” (Archer, 1992, citado en Cravino, 2021, p. 57); dejando entrever con ello que, el diseño gráfico no opera únicamente sobre lo existente, sino también sobre lo que puede llegar a existir, y que originalmente se gestan o producen en la mente del diseñador.

Desde esta lógica, el pensamiento proyectual no emerge como un acto aislado carente de sentido y estructura; por el contrario, es un proceso constituido en su diseño como una estructura cognitiva, estratégica y simbólica. Maldonado y Delgado (2023) señalan al respecto, que este tipo de pensamiento es una herramienta útil a nivel educativo para formar a los futuros diseñadores, porque a través de su desarrollo el diseñador puede ser capaz de interpretar problemas, relacionar variables, tomar decisiones y sobre todo transformar cualquier intención en una propuesta visual. En este sentido, el diseño gráfico no solo produce artefactos, sino también conocimiento, pues, como sostiene Cravino, “el diseño genera un doble producto: El artefacto y el conocimiento” (2021, p. 57). Esta doble producción —artefacto y conocimiento— permite sostener que el artefacto visual porta códigos, significados y decisiones proyectuales que, al transitar por la sociedad, pueden ser interpretados, apropiados y resignificados por los sujetos. El diseñador construye, por tanto, una mediación simbólica que interviene en los múltiples modos en que una comunidad se mira, se reconoce y construye sentido sobre su realidad (Melenje Argote, 2014, p. 164).

En este punto, la cultura visual emerge como una categoría que permite comprender el alcance social del diseño gráfico, pero no se trata únicamente de un conjunto de imágenes, sino de un campo donde se articulan visualidades, prácticas de mirada, tecnologías, discursos y formas de producción simbólica. Según Mirzoeff (citado en Dussel, 2009) la cultura visual no solo implica observar el objeto, sino que se incorpora en experiencias sociales de interpretación, memoria e identidad. Por ello, los productos del diseño gráfico pueden ser analizados como componentes activos de la cultura visual, en tanto participan en la construcción de significados sociales y conocimiento cultural (Hernández, 2005; Yepes Muñoz, 2021).

Este proceso de construcción de la cultura visual adquiere mayor complejidad en el contexto de la digitalización, especialmente en el periodo 2010-2025, cuando las redes sociales, las plataformas digitales, los dispositivos móviles y, más recientemente, la inteligencia artificial generativa, transforman las formas de producción, circulación y apropiación de imágenes. No obstante, Sánchez Martínez (2015) señala dos aspectos clave para la interpretación de este proceso: el primero, el crecimiento exponencial de imágenes en el modelo actual de internet, y el segundo, el intercambio de información masiva desarrollado desde las redes sociales digitales. Esto implica que los artefactos visuales en la sociedad no circulan inconexos o desnaturalizados; por el contrario, confluyen en dinámicas que facilitan la construcción de escenarios compartidos, intervenidos, remixados y resignificados por los usuarios. En este sentido, la imagen digital se configura como una forma activa de interacción social, producción de sentido y construcción de identidad. Por ello, estudiar el pensamiento proyectual en diseño gráfico exige considerar cómo la cultura visual digital configura el papel del diseñador; y amplía los modos en que sus producciones ingresan a la vida cotidiana.

En este marco, la vacancia encontrada refiere que si bien existen estudios sobre pensamiento proyectual, cultura visual, diseño gráfico, redes sociales y visualidad digital, todavía resulta necesario explicar de qué manera el pensamiento proyectual del diseñador gráfico se convierte en un mecanismo productor de cultura visual; es decir, no basta con reconocer que el diseño genera imágenes o artefactos visuales, sino que debemos analizar cómo estos artefactos se estructuran desde procesos cognitivos y proyectuales, cómo circulan socialmente, cómo son apropiados por los sujetos y cómo contribuyen a la construcción de imaginarios, identidades y conocimiento cultural; más aún, teniendo en cuenta el escenario peruano y latinoamericano que ha sufrido los embates de la digitalización, hibridación cultural y transformación tecnológica.

En consecuencia, el objetivo del proyecto es analizar la estructuración sistémica del pensamiento proyectual en diseño gráfico como mecanismo de producción de cultura visual en el Perú entre 2010 y 2025. Para ello, la investigación se orienta desde un enfoque cualitativo, teórico-interpretativo y documental, basado en la revisión crítica de literatura especializada sobre pensamiento proyectual, diseño gráfico, cultura visual, visualidad digital e inteligencia artificial. El estudio organizará conceptualmente las relaciones entre procesos cognitivos, decisiones proyectuales, artefactos visuales, circulación social, apropiación simbólica e imaginarios culturales.

El aporte de la tesis a la disciplina consiste en proponer una lectura ampliada del diseño gráfico como campo productor de cultura visual y conocimiento cultural. Esta perspectiva permite superar una comprensión instrumental del diseñador como productor de imágenes o soluciones comunicacionales, para situarlo como un agente cultural capaz

de proyectar artefactos visuales que formen parte de la experiencia cotidiana de los usuarios. En este sentido, el pensamiento proyectual en diseño gráfico puede entenderse como una estructura generadora de mediaciones visuales que organizan significados, orientan formas de mirar y participan en la configuración simbólica de la realidad. Desde el Perú y América Latina, esta investigación busca contribuir a los debates contemporáneos sobre diseño, cultura, visualidad, tecnología e inteligencia artificial, reconociendo que el diseño gráfico sobre todo produce los repertorios visuales desde los cuales una sociedad se interpreta y se proyecta hacia el futuro.

Referencias

- Cravino, A. (2021). Pensamiento proyectual. *Cuaderno del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, 94, 55–72.
- Dussel, I. (2009). Entrevista con Nicholas Mirzoeff. La cultura visual contemporánea: política y pedagogía para este tiempo. *Propuesta Educativa*, 31, 69–79.
- Hernández, F. (2005). ¿De qué hablamos cuando hablamos de cultura visual? *Educação & Realidade*, 30(2), 9–34.
- Maldonado Reyes, A. A., & Delgado Coellar, A. E. (2023). Pensamiento proyectual y hábitat, encuentros y desencuentros desde la educación. *Economía Creativa*, 19, 204–225.
- Melenje Argote, A. (2014). Itinerario: Diseño gráfico, cultura visual e identidades locales. *Cuaderno del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, 47, 163–180.
- Sánchez Martínez, J. A. (2015). Cultura visual digital y campos de acción en redes sociales. En R. Winocur & J. A. Sánchez Martínez (Coords.), *Redes sociodigitales en México* (pp. 162–190). CONACULTA/Fondo de Cultura Económica.

El diseño de marca como estrategia en la comunicación multimedial de instituciones financieras ecuatorianas entre 2015 y 2024

Fausto Daniel Santos Tapia

La presente investigación analiza el diseño de marca en tanto recurso estratégico para la comunicación multimedia en el sector financiero ecuatoriano (2019-2024), contrastando la banca tradicional con las cooperativas de origen indígena. El objetivo es identificar cómo estas entidades estructuran sus identidades visuales, discursivas y simbólicas ante la transición digital. El estudio se sustenta en la premisa de que las marcas trascienden lo puramente estético o comercial, se entienden, en cambio, como producciones culturales que vehiculizan valores y pautan la relación con las audiencias. Desde esta postura, el diseño identitario se aborda como un fenómeno comunicativo complejo en el que convergen dimensiones visuales, tecnológicas, sociales y culturales.

La problemática de este estudio se origina en las transformaciones que la era digital ha impuesto a la comunicación institucional dentro del ecosistema financiero en Ecuador. Si bien las entidades bancarias y de ahorro han volcado sus esfuerzos en expandir su presencia virtual mediante narrativas gráficas, campañas digitales y dinámicas en redes sociales, no obstante, se evidencia una brecha significativa en los enfoques que adopta

cada modelo corporativo para traducir su esencia identitaria y construir vínculos con sus audiencias.

Bajo esta mirada, las marcas se conciben como entramados semióticos que generan significado social y cultural. De este modo, la identidad visual no se reduce a un logotipo corporativo, constituye una arquitectura comunicativa y cultural estructurada por narrativas, símbolos y códigos estéticos. (Olins, 2014). No obstante, en la ecología digital actual, esta dimensión comercial se redefine. La marca se transforma en una experiencia viva y participativa, fuertemente condicionada por las dinámicas de la comunicación en red y la co-creación de los propios usuarios. (Castells, 2009).

El periodo de análisis de este estudio inicia en 2019, coincidiendo con la implementación de la política pública “Ecuador Digital”, la cual promovió la conectividad y la automatización de trámites. Posteriormente, la crisis sanitaria del COVID-19 en 2020 actuó como un catalizador que forzó a las entidades financieras a fortalecer sus plataformas web, aplicaciones y canales sociales. Para 2022, la masificación de la inteligencia artificial reconfiguró la comunicación corporativa, condicionando la reputación de las marcas a su solidez discursiva y estética en la red. Finalmente, el ciclo se cierra en 2024, justo antes de la transición gubernamental de 2025, configurando el periodo para examinar las dinámicas simbólicas y las transformaciones del branding financiero en el país.

En el ámbito contemporáneo, la comunicación en el sector financiero opera en un terreno de complejas demandas entre la claridad, la confianza y la inclusión informativa. Al respecto, Menanteau (2019) plantea que la exigencia de transparencia ha provocado un impacto estructurante que transforma las funciones de las corporaciones y los usuarios. Esta perspectiva es complementada por Cohen et al. (2022), quienes mencionan que este tipo de comunicación debe trascender los balances contables y los informes técnicos, exigiendo una convergencia entre las narrativas textuales, de datos y visuales. Bajo esta premisa, el diseño gráfico asume un rol mediador fundamental. Se encarga de traducir la complejidad financiera en códigos visuales comprensibles, lo que disminuye el esfuerzo de asimilación y democratiza el entendimiento de la información para los usuarios comunes.

El estudio comparativo entre bancos tradicionales y las cooperativas de origen indígena pone de manifiesto regularidades visuales específicas en cuanto a cromáticas, fuentes tipográficas, simbología y narrativa gráfica. Mientras que las entidades bancarias optan por paletas sobrias, tipografías corporativas y metáforas visuales de solidez y rendimiento, las cooperativas privilegian tonalidades vibrantes, tipografías con mayor calidez comunitaria y un repertorio simbólico ligado a la cosmovisión indígena. Esta bifurcación estética demuestra que el branding digital funciona como un puente cultural que da forma a visiones contrapuestas del entorno económico y social. En este orden de ideas, Limonta Más et al. (2020) insisten en que la marca constituye un entramado simbólico que va más allá de la mera ventaja comercial, en paralelo, Balmer y Podnar (2021) proponen el concepto de corporate brand covenant, concebido como un pacto simbólico de confianza y adscripción identitaria que la organización sella con sus audiencias. La investigación identifica una vacancia respecto al análisis del diseño de marca bajo un enfoque intercultural. La mayoría de los estudios previos han priorizado las lógicas del marketing y el management, dejando en un segundo plano la relevancia de la comunicación visual y el diseño (Pereira-Villazón et al., 2021). Ante esta limitación, esta investigación reivindica la dimensión proyectual del diseño como un motor dinámico

en la producción de significado, la cohesión social y la estructuración de la identidad corporativa. En sintonía con esto, Melewar et al. (2017) mencionan que, en el escenario digital actual, la marca institucional se reconfigura mediante la intervención de las audiencias y la exposición en redes hiperconectadas, transformándose en un ecosistema relacional alimentado por el diálogo entre la entidad y sus comunidades. Desde la perspectiva del diseño, las plataformas virtuales expanden las fronteras materiales y simbólicas de la identidad visual, abriendo paso a dinámicas de co-creación gráfica y apropiación cultural.

Este estudio se inscribe en el enfoque cualitativo con un alcance interpretativo (Ynoub, 2015), orientado a descifrar las narrativas, significados y recursos visuales empleados en los canales digitales de la banca ecuatoriana entre 2019 y 2024. Dicha postura metodológica facilita el examen de la identidad institucional en la red, integrando de manera holística variables como el diseño gráfico, el discurso corporativo, la cultura y la interacción en plataformas virtuales.

El valor de esa investigación radica en su contribución al campo del diseño gráfico a través de un examen crítico y comparado sobre la evolución de la identidad de marca en el entorno digital del país. Al entrelazar el diseño con los procesos de digitalización y la configuración identitaria, se profundiza en la concepción del diseño gráfico como una práctica estratégica alejada de fines puramente comerciales; se entiende, en cambio, como un dispositivo cultural idóneo para canalizar relatos, valores y posturas corporativas en las redes actuales. Bajo este enfoque, el branding financiero en Ecuador emerge como un escenario de mediación cultural donde colisionan los códigos visuales hegemónicos y las narrativas alternativas de las cosmovisiones indígenas, inaugurando nuevas líneas de investigación sobre el papel del diseño y la comunicación en sociedades en plena transición.

Bibliografía

- Balmer, J. M., C Podnar, K. (2021). Corporate brand orientation: Identity, internal images, and corporate identification matters. *Journal Of Business Research*, 134, 729-737. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.06.016>
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial.
- Cohen, S., Rossi, F. M., Mamakou, X., C Brusca, I. (2022). Financial accounting information presented with infographics: does it improve financial reporting understandability? *Journal Of Public Budgeting Accounting C Financial Management*, 34(6), 263-295. <https://doi.org/10.1108/jpbafm-11-2021-0163>
- Limonta Más, R. J., Andraus Quintero, C. E., C Lazo Pastó, O. R. (2020). Análisis de modelos de Branding Corporativo. *ECA Sinergia*, 11(3), 84-100. https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v11i3.2523
- Melewar, T. C., Foroudi, P., Dinnie, K., C Nguyen, B. (2017). The role of corporate identity management in the higher education sector: an exploratory case study. *Journal Of Marketing Communications*, 24(4), 337-359. <https://doi.org/10.1080/13527266.2017.1414073>
- Menanteau, A. (2019). Transparencia y comunicación financiera. *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación*, (40), 97 a 105. <https://doi.org/10.18682/cdc.v40i40.1443>

- Olins, W. (2014). *Brand New: La esencia de las futuras marcas* (1ra ed., pp. 1-30). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. <https://doi.org/10.19083/978-612-4191-63-3>
- Pereira-Villazón, T., Portilla, I., C Rodríguez-Salcedo, N. (2021). Revisión bibliográfica de la marca corporativa: hacia una definición y gestión integradoras. *Doxa Comunicación*, 32, 159-185. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n32a8>
- Ynoub, R. (2015). *Cuestión de método: Aportes para una metodología crítica* (Vol. 1). Cengage Learning.
-

Mobiliario Argentino 4.0

Análisis del proceso de diseño autoral del mobiliario desarmable argentino y su usabilidad durante el período 2010-2025 en el marco de la industria 4.0

Diego Germán Amaya

El objetivo general de la investigación consiste en analizar el impacto de la *Industria 4.0* (cuarta revolución industrial) en la usabilidad del mobiliario de diseño desarmable en Argentina durante el período 2010-2025, focalizando en cómo las tecnologías emergentes modifican los procesos proyectuales, las formas resultantes y los modos de uso del producto. Se busca determinar el modo en que las nuevas tecnologías físicas y digitales de la *Industria 4.0* influyen en la disciplina proyectual del diseño autoral de mobiliario desarmable en Argentina. Asimismo, analizar el impacto de las transformaciones tecnológicas en los procesos de diseño autoral sobre la producción de nuevas formas en el mobiliario desarmable y describir de qué manera inciden la disciplina proyectual y la producción de nuevas formas en la usabilidad de estos productos de carácter desarmable.

Entendemos por mobiliario desarmable aquel que puede ensamblarse y desmontarse fácilmente, vinculándose con la usabilidad, el transporte y la sostenibilidad. El período elegido coincide con la expansión de las tecnologías digitales y una creciente conciencia ambiental.

La investigación se enmarca en la línea *Materia y Forma* del Doctorado en Diseño de la Universidad de Palermo, articulando el análisis de materiales y procesos tecnológicos con el estudio de la morfología tridimensional. Examina cómo la digitalización y las tecnologías emergentes influyen en la forma, la funcionalidad y la experiencia del usuario. Su relevancia radica en abordar una vacancia en el campo del diseño industrial argentino: la falta de estudios sobre el mobiliario desarmable en el contexto de la *Industria 4.0*. El trabajo busca aportar conocimiento sobre cómo la innovación tecnológica redefine el diseño autoral, la producción y la *usabilidad* de los muebles desarmables en un entorno proyectual contemporáneo.

Aunque esta revolución tecnológica —que integra nuevas tecnologías— ha transformado diversos sectores, su aplicación en el diseño y producción de muebles desarmables sigue siendo escasa y fragmentada. Esta desconexión entre innovación tecnológica y diseño evidencia la necesidad de un enfoque holístico que explore cómo la *Industria 4.0* puede integrarse estratégicamente en el proceso proyectual y productivo del mobiliario desarmable argentino, con el fin de potenciar su competitividad y *usabilidad* en un mercado cada vez más digitalizado.

El problema de investigación se centra en analizar cómo las *nuevas tecnologías* transforman los procesos proyectuales del diseño autoral de mobiliario desarmable argentino y cómo estas transformaciones afectan su *usabilidad*. El estudio busca cubrir la falta de investigaciones sobre este tema, aportando conocimientos que permitan comprender las nuevas formas, técnicas y funciones del mobiliario desarmable en el contexto del diseño global contemporáneo.

La hipótesis general señala que las nuevas tecnologías de la *industria 4.0* modifican los procesos proyectuales de la disciplina alterando la producción de formas que impactan en la *usabilidad* del mobiliario de diseño desarmable en argentina 2010-2025. Por consiguiente, las hipótesis específicas sostienen que las tecnologías físicas y digitales de la *industria 4.0* influyen en la disciplina proyectual del diseño de mobiliario desarmable en argentina transformando la flexibilidad de los procesos de diseño, prototipado y simulación. Además, que las transformaciones en los procesos de diseño impactan en generación de producciones digitales que exploran las nuevas formas personalizables y sostenibles del mobiliario desarmable. Y por último que la disciplina proyectual y la producción de nuevas formas alteran factores tipológicos, técnico-constructivos, simbólico-significativos, funcionales, formales y de sustentabilidad que inciden en la *usabilidad* del mobiliario de diseño desarmable.

Esta investigación adopta un enfoque cualitativo e interpretativo, orientado a analizar casos concretos de mobiliario de diseño desarmable argentino desarrollados entre el 2010 y el 2025, en el marco de la *Industria 4.0*. Según Flick (2004), la investigación cualitativa busca comprender fenómenos en su contexto local y temporal, a partir de las expresiones y actividades de los individuos. En esta línea, el estudio pretende explorar cómo las nuevas tecnologías influyen en los procesos proyectuales de los diseñadores y cómo repercuten en la *usabilidad* y en las formas generadas por dichas transformaciones. El objetivo es comprender el significado que los actores —en este caso, los diseñadores— otorgan a sus experiencias y acciones.

El trabajo se inscribe dentro del paradigma interpretativo, el cual sostiene que la realidad es una construcción social. Por ello, se prioriza la comprensión y la descripción de lo particular, en lugar de la explicación generalizable propia del positivismo (Cravino, 2020). El alcance del estudio es descriptivo, ya que busca caracterizar cómo se manifiestan las nuevas tecnologías en el campo proyectual del diseño de mobiliario, sin establecer relaciones causales. En este sentido, se procura especificar las propiedades y características del fenómeno, analizando las percepciones y valoraciones de los diseñadores sobre el desarrollo de formas desarmables en el contexto de la cuarta revolución industrial (Hernández Sampieri et al., 2014).

La metodología combina una fase documental con una fase de campo exploratoria. La primera se centrará en la recopilación y análisis crítico de fuentes bibliográficas y digitales, como libros, artículos, catálogos, materiales audiovisuales y contenidos web. Esta etapa tiene como finalidad extraer datos relevantes que permitan responder las preguntas de investigación. La segunda fase incorporará la recolección directa de datos a través de entrevistas semiestructuradas y observación estructurada no participante, buscando complementar la información documental con la experiencia y percepción de los diseñadores.

El tratamiento de los datos contempla tanto fuentes físicas como digitales, reconociendo, como plantea Hine (2000), que las interacciones en línea poseen un carácter social

susceptible de análisis etnográfico. En este sentido, el estudio considera la fluidez entre textualidad e interacción dentro del ciberespacio, entendiendo a Internet como un entorno de producción cultural y discursiva relevante para la comprensión del fenómeno. Este enfoque de tipo metodológico se fundamenta en una visión holística, que atiende a la complejidad de la relación entre diseño y tecnología. Grint y Woolgar (1997) señalan que esta comprensión exige analizar nuestras actitudes hacia la tecnología, las expectativas sobre su potencial transformador y las representaciones mediáticas y organizacionales que la acompañan. Por ello, la investigación busca integrar no solo las dimensiones técnicas del objeto, sino además aquellas de carácter simbólico y social que intervienen en el proceso de diseño autoral, así como en la producción de mobiliario desarmable.

Bibliografía

- Keith Grint and Steve Woolgar (1997) *The Machine at Work Technology, Work and Organization*. Polity Press
- Christine Hine (2000) *Etnografía virtual*. Editorial UOC
- Uwe Flick (2004) *Introducción a la investigación cualitativa*. Ediciones Morata SL.
- Hernández Sampieri (2014) *Metodología de la Investigación*. McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Ana Cravino (2020). *Investigación y Tesis en Disciplinas Proyectuales*. Libros del posgrado, FADU-UBA.
-

El diseño de objetos en la en la línea costera urbana y la identidad cultural a partir del tsunami 2010 en la ciudad de Viña del Mar

Wolfgang Alejandro Breuer Narváez

La presente investigación doctoral aborda las relaciones entre los diseños de objetos de uso público de áreas costeras, en torno al desarrollo de la cultura y las prácticas sociales, a lo largo de la línea de costa afectada por eventos naturales como los tsunamis. Para Boris Ivelic (2005) esta relación se define como “el vínculo de aquellas amplias zonas de espacio natural donde las ciudades se han aproximado y asentado en el límite de la orilla entre el territorio y el *maritorio*” (p.21). A través de distintos casos, se reconocen intervenciones donde el diseño de objetos forma parte de los procesos de renovación urbana: el Malecón 2000 en Guayaquil (Navas, 2019), la renovación del espacio público en Bogotá (Ramírez, 2014), Río de Janeiro (Darrigrande & Soares, 2021), la renovación de Puerto Madero en Buenos Aires como un modelo representativo de la transformación del espacio público en Latinoamérica (Ramírez, 2014; Guevara, 2013). En Chile, las ciudades costeras tampoco escapan a esta condición de renovación, dada su larga extensión costera, que supone una alta ocupación y uso en la temporada estival. Es en este contexto que ocurrió el terremoto tsunamigénico 8.8Mw de 27 de febrero del 2010 que cambia profundamente la dinámica de vida de la población de todo Chile (Fritz, 2011), donde la ciudad de Viña del Mar “habrían alcanzado un runup de 3.5mt y una

intrusión tsunamigénica estimada en 30.4mt.” (p.2008) generando transformaciones al modelo de uso costero y provocando un impulso en los estudios urbanos y sociales a lo largo de Chile.

La delimitación del área de estudio empírico se define como la línea de diseño costero urbano (LDCU), establecida como aquella espacialidad o lugar que dista entre la línea del mar y la línea que delimita la primera calle vehicular a lo largo de la ciudad. La enmarcación de tesis sucede dentro de las líneas de Investigación N°1 “Cruce entre Cultura y Diseño” de la Universidad de Palermo, dirigida por Karen Avenburg, enfocada en las prácticas y representaciones culturales desarrolladas en sus textos publicados en los Cuadernos 71; 148 y 166.

María Ledesma (2023) en tanto, propone una estructura para organizar la triada del marco teórico, antecedentes y estado de la cuestión de la investigación, que organiza “la literatura pertinente para este tipo de investigaciones disciplinares del diseño industrial, que se encuentran con un gran vacío investigativo” (p.28) que vincula los antecedentes temáticos o disciplinares del diseño industrial con la literatura académica, imágenes históricas y hechos de impacto de origen natural como los tsunamis y marejadas. De igual forma, Gui Bonsiepe (2015: 2017) propone reconocer la producción del diseño en el tiempo, como una descripción significativa de la realidad del diseño industrial en lo actual.

El marco teórico establece una base directa desde el contenido disponible en el estado de la cuestión, que sostiene el recorrido a través de principios disciplinares y teóricos desde distintas perspectivas conceptuales como cruce entre el diseño y los horizontes filosóficos. La vocación epistemológica construye valores conceptuales que, finalmente, terminan siendo representados en la praxis física del diseño industrial que logra articular los fundamentos del diseño, para una adecuada interpretación del fenómeno de los objetos en espacios como área de estudio.

Una reflexión investigativa converge en la relación de la ciudad y el espacio público, donde Claudio Cortés López (2020) propone una perspectiva para el análisis de la “relación que existe entre cada habitante y el lugar en el que habita” desde “una estructura única de significados” (p.131). Por otra parte, Horacio Capel (2002) entrega una perspectiva del espacio público a partir de la relación del paisaje y la geografía como la morfología territorial. Ambos enfoques permiten articular una comprensión del territorio donde el diseño, en distintas escalas como el paisaje de la ciudad, el paisaje del barrio o de un sector como concepto de apropiación cotidiana. La teoría del espacio social de Lefebvre (1991) plantea el espacio urbano como una producción a través de prácticas, representaciones y significados que le otorgan coherencia. Así, mientras Canclini (2002) enfatiza la dimensión cultural de la identidad territorial, Lefebvre subraya su dimensión material y práctica para con la participación de sus habitantes con los objetos urbanos.

La metodología adopta un enfoque metodológico cualitativo interpretativo, sustentado en una postura fenomenológico-constructivista que busca comprender los significados culturales y materiales relacionados con la práctica social cultural y la resiliencia costera en Viña del Mar tras el tsunami de 2010.

La pregunta de investigación es ¿Cómo la relación del diseño y el territorio se incluyen en la identidad cultural en la línea costera urbana de uso público, a partir del tsunami del 2010 en Viña del Mar? En tanto, el objetivo general es comprender la identidad del bor-

de costero posterior al tsunami 2010, a partir del análisis de la relación de los objetos de diseño público en la línea costera urbana como escenario de la práctica cultural de recreación, ocio y resiliencia en Viña del Mar. Para este proceso metodológico se propone realizar una investigación del tipo cualitativa, tal como menciona Sampieri & Mendoza (2020) enfocada en comprender fenómenos. Según este escenario, son oportunas las definiciones de un enfoque cualitativo del tipo hermenéutico, centrado en la interpretación del significado de textos, símbolos, acciones y expresiones culturales, analizando su contexto histórico, social y subjetivo centrado en la comprensión profunda de un contexto específico: la cultura del borde costero urbano de Viña del Mar.

Las Unidades de Análisis que aborda este estudio están organizadas según los objetivos específicos y orientadas en torno al eje disciplinar del diseño industrial y su principal producto que son los objetos ubicados en la LDCU son las siguientes: i) El espacio público costero ii) Diseño y objetos públicos en la línea costera urbana iii) Las imágenes históricas de la identidad cultural de Viña del Mar iv) Resiliencia costera post tsunami 2010. La Hipótesis en tanto, propone como la irrupción del tsunami 2010 en Chile modifica el habitar en torno a los diseños del borde costero, transformando las prácticas sociales de la recreación, el ocio y la resiliencia como aporte a una identidad cultural de objetos de diseño público en Viña del Mar.

Para la recolección de datos se realizan algunas técnicas como la observación de campo, recolección en bitácora de observación, entrevistas semiestructuradas, análisis de contenidos y análisis de discurso. Para Ynoub (2008) “una definición desde el método que significa *más allá o fuera de* que es el plan de acción del estudio” (p.28), como un destino al cual poder acceder a través de una secuencia de acciones de estudio, desde una etapa exploratoria y descriptiva, distinguiendo los principales componentes que lo conforman hasta la coherencia de los criterios para precisar la recolección de datos para cada Unidad de Análisis.

Bibliografía

- Bonsiepe, G. (2015). Recuperando la Proyectualidad. In *Conferencia Magistral dictada en el VIII Congreso Internacional de Diseño Forma* (pp. 6-13).
- Bonsiepe, G. (2017). El diseño como herramienta para la emancipación. Ediciones ARQ.
- Canclini, N. G. (2004). Diferentes, desiguales y desconectados: mapas de la interculturalidad (Vol. 302542). Editorial Gedisa.
- Capel, H. (2002). *La morfología de las ciudades. Tomo I: Sociedad, cultura y paisaje urbano* (Vol. 37). Ediciones del Serbal, SA.
- Darrigrande, M. M. D. J. C. (2010). El balneario y la conquista formalizada del borde costero: continuidades y fragmentos en Viña del Mar, 1928-1963. Pontificia Universidad Católica de Chile (Chile).
- Fritz, H. M., Petroff, C. M., Catalán, P. A., Cienfuegos, R., Winckler, P., Kalligeris, N., ... & Synolakis, C. E. (2011). Field survey of the 27 February 2010 Chile tsunami. *Pure and Applied Geophysics*, 168, 1989-2010.
- Guevara, T. A. (2013). La renovación como estrategia de desarrollo urbano en Buenos Aires (1996-2011). Apuntes: Revista de Estudios sobre Patrimonio Cultural-Journal of Cultural Heritage Studies, 26(2), 68-79.

- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2020). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*.
- Ivelic, B. (2005). *Embarcación Ameréida y la épica de fundar el mar patagónico*. Escuela de Arquitectura y Diseño, Pontificia Universidad Católica de Valparaíso.
- Ledesma, M. (2023) La tríada marco teórico, antecedentes y estado de la cuestión en las investigaciones de arquitectura, diseño y urbanismo (IADU). En V. Paiva y J. Caivano (coords) IADU: Investigación en arquitectura, diseño y urbanismo. Enfoques, métodos y técnicas. Secretaría de Investigación, FADU – UBA.
- Lefebvre, H. (1991). *The production of space*. Blackwell.
- López, C. C. (2020). Semiótica y Urbanismo. *Revista Chilena*, 13, 128-136.
- Navas Perrone, M. G. (2019). La regeneración urbana implementada en Guayaquil y Barcelona. Desvelando la retórica proyectual del espacio público. *Bitácora Urbano Territorial*, 29(3), 91-100.
- Ramírez Casas, J. (2014). Regenerando ciudades periféricas: espacio público y grandes proyectos urbanos en Bogotá, Guayaquil y Buenos Aires. In XI Simposio de la Asociación Internacional de Planificación Urbana y Ambiente (UPE 11)(La Plata, 2014).
- Ynoub, R. C. (2008). *El proyecto y la metodología de la investigación*. Cengage Learning Editores SA de CV.
-

La representación de la mujer en el cine de guerrilla ecuatoriano: performatividad y narrativa visual

Mirian Mariela Coral López

La presente investigación doctoral analiza la representación de la mujer en el cine de guerrilla ecuatoriano, específicamente en la obra del cineasta manabita Fernando Ce-deño, con el propósito de comprender cómo los códigos de la narrativa visual y del lenguaje audiovisual configuran el género femenino como identidad performativa dentro de los imaginarios culturales populares. La investigación se sitúa en la intersección entre los estudios visuales latinoamericanos, la teoría fílmica feminista, la semiótica visual y las epistemologías decoloniales, proponiendo una lectura crítica del cine popular ecuatoriano como espacio legítimo de producción simbólica, construcción de subjetividades y disputa cultural.

El estudio parte de la premisa de que el cine constituye un dispositivo cultural, político y epistemológico que no solo representa la realidad, sino que participa activamente en la construcción de imaginarios sociales, regímenes de visibilidad y formas de percepción colectiva (Nichols, 2001; Stam, 2000). Desde esta perspectiva, las imágenes cinematográficas intervienen en la producción y reproducción de relaciones de poder vinculadas al género, la clase, el territorio y la colonialidad. En consecuencia, el denominado cine de guerrilla ecuatoriano —surgido en Manabí desde la década de 1990 mediante procesos audiovisuales autogestionados, circuitos alternativos de distribución y economías informales de producción— representa un campo estratégico para analizar las formas

en que se construyen las representaciones femeninas desde los márgenes culturales y territoriales.

La investigación se centra en el análisis de seis largometrajes de Fernando Cedeño: *En busca del tesoro perdido* (1994), *Avaricia* (2000), *Barahúnda en la montaña* (2004), *Sicarios manabitas*, *El ángel de los sicarios* (2013) y *Érase una vez en Manabí* (2019). Estas producciones fueron seleccionadas por constituir un corpus representativo del cine de guerrilla ecuatoriano y por configurar un archivo visual de las tensiones sociales, afectivas y culturales de los sectores populares manabitas. Las películas articulan narrativas vinculadas a la violencia estructural, la pobreza, el sicariato, la migración, las relaciones familiares y los conflictos morales, configurando una estética popular profundamente conectada con la experiencia territorial y emocional del litoral ecuatoriano.

El problema de investigación surge a partir de la escasa producción académica sobre el cine de guerrilla ecuatoriano y, particularmente, sobre las formas de representación de la mujer en estas producciones audiovisuales. Aunque el cine popular de Fernando Cedeño ha alcanzado una amplia circulación en mercados informales y plataformas digitales, su análisis desde perspectivas feministas y decoloniales continúa siendo limitado. La investigación propone entonces examinar cómo las mujeres son representadas dentro de estas narrativas audiovisuales, cuáles son sus funciones simbólicas y qué formas de agencia, subordinación o resistencia emergen en los discursos visuales del cine popular ecuatoriano.

El marco teórico articula aportes de Judith Butler (1990), Laura Mulvey (1975), Teresa de Lauretis (1992), bell hooks (2000), María Lugones (2008), Stuart Hall (1980), Roland Barthes (1986) y Christian Metz (2002), entre otros autores relevantes para los estudios de género y representación audiovisual. La teoría de la performatividad de género de Butler constituye uno de los ejes centrales de la investigación, al comprender el género no como esencia biológica, sino como una construcción cultural reiterativa producida mediante prácticas discursivas, corporales y visuales. Del mismo modo, el concepto de “mirada masculina” desarrollado por Mulvey permite analizar las operaciones visuales mediante las cuales la mujer es configurada como objeto de contemplación dentro del relato cinematográfico. Desde la perspectiva decolonial, las contribuciones de Lugones (2008) permiten problematizar la relación entre género, colonialidad y subalternidad en los contextos latinoamericanos.

Metodológicamente, la investigación se desarrolla desde un enfoque cualitativo, interpretativo y transdisciplinario. El diseño metodológico se basa en el análisis textual fílmico y en la construcción de una matriz de datos que organiza categorías de representación, agencia narrativa, performatividad de género, visualidad y funciones actanciales de los personajes femeninos. El estudio emplea herramientas provenientes de la semiótica visual y del análisis narrativo, entre ellas el modelo actancial de Greimas, el test de Bechdel y el denominado “test óptico” de Walter Benjamin. Estas herramientas permiten examinar la posición narrativa de los personajes femeninos, su visibilidad simbólica, la construcción audiovisual de sus cuerpos y las relaciones entre cámara, montaje y representación de género.

Actualmente, la tesis se encuentra en proceso de profundización sobre el análisis comparativo de las películas seleccionadas, particularmente en torno a categorías como agencia femenina, performatividad, estereotipos de género, visualidad popular y subversión narrativa. Este estado de avance permite sostener hallazgos preliminares rele-

vantes para los estudios visuales latinoamericanos y el análisis crítico del cine popular. Los resultados parciales evidencian que el cine de guerrilla de Fernando Cedeño configura una representación ambivalente de la mujer. Por un lado, se reproducen imaginarios patriarcales asociados a modelos tradicionales de feminidad —la madre sacrificada, la mujer erotizada, la víctima o la figura subordinada a la acción masculina—; sin embargo, también emergen personajes femeninos que disputan dichos modelos mediante formas situadas de resistencia, mediación comunitaria y agencia narrativa. Las mujeres representadas en estas películas no operan únicamente como objetos visuales o personajes secundarios, sino como sujetas que articulan memoria, afectividad, justicia y supervivencia en escenarios marcados por la precariedad y la exclusión social.

En este sentido, la investigación sostiene que el cine de guerrilla constituye un espacio de disputa simbólica donde coexisten la reproducción de estereotipos y la posibilidad de resignificación de lo femenino. La precariedad estética, lejos de representar únicamente una limitación técnica, se convierte en una forma de lenguaje visual propio que expresa territorialidad, emocionalidad y experiencia popular. La investigación propone entender esta estética marginal como una práctica contrahegemónica que desafía los modelos normativos del cine institucionalizado y abre paso a nuevas formas de representación audiovisual desde el sur global.

A nivel epistemológico, el estudio plantea la necesidad de descentralizar los paradigmas tradicionales de análisis cinematográfico, reivindicando el cine popular ecuatoriano como un campo válido de producción de conocimiento. La obra de Fernando Cedeño es abordada no solo como fenómeno cultural o producto audiovisual periférico, sino como archivo visual de las emociones sociales, las memorias colectivas y las tensiones de género presentes en el Ecuador contemporáneo. Desde esta perspectiva, la investigación aporta a la consolidación de una epistemología audiovisual latinoamericana situada, crítica y decolonial, capaz de reconocer el valor político y cultural de las narrativas producidas desde la marginalidad.

Referencias

- Barthes, R. (1986). *Lo obvio y lo obtuso*. Paidós.
- Benjamin, W. (2001). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. Taurus.
- Butler, J. (1990). *Gender trouble: Feminism and the subversion of identity*. Routledge.
- Butler, J. (2004). *Undoing gender*. Routledge.
- Casetti, F., & Di Chio, F. (2003). *Cómo analizar un film*. Paidós.
- De Lauretis, T. (1992). *Technologies of gender: Essays on theory, film, and fiction*. Indiana University Press.
- Doane, M. A. (1987). *The desire to desire: The woman's film of the 1940s*. Indiana University Press.
- García Canclini, N. (1990). *Culturas híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Grijalbo.
- Gledhill, C. (2000). *Reframing British cinema, 1918–1928*. British Film Institute.
- Greimas, A. J. (1973). *Semántica estructural*. Gredos.
- hooks, b. (2000). *Feminist theory: From margin to center* (2nd ed.). South End Press.
- Johnston, C. (1973). Women's cinema as counter-cinema. In C. Johnston (Ed.), *Notes on women's cinema* (pp. 24–31). Society for Education in Film and Television.

- Kaplan, E. A. (1997). *Looking for the other: Feminism, film, and the imperial gaze*. Routledge.
- Lugones, M. (2008). Colonialidad y género. *Tabula Rasa*, (9), 73-101.
- Metz, C. (2002). *Ensayos sobre la significación en el cine*. Paidós.
- Mignolo, W. (2010). *Desobediencia epistémica: Retórica de la modernidad, lógica de la colonialidad y gramática de la descolonialidad*. Del Signo.
- Nichols, B. (2001). *Introduction to documentary*. Indiana University Press.
- Quijano, A. (2000). Colonialidad del poder, eurocentrismo y América Latina. *Revista Venezolana de Economía y Ciencias Sociales*, 6(1), 11-28.
- Rose, G. (2016). *Visual methodologies: An introduction to researching with visual materials* (4th ed.). Sage.
- Stam, R. (2000). *Film theory: An introduction*. Blackwell.
- Walsh, C. (2015). *Pedagogías decoloniales: Prácticas insurgentes de resistir, (re)existir y (re)vivir*. Abya-Yala.
- Kingman, E. (2010). *La ciudad y los otros: Quito 1860-1940*. FLACSO Ecuador.
- Martín-Barbero, J. (1993). *De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía*. Gustavo Gili.
- Zambrano, M. (2017). Políticas públicas y cine ecuatoriano contemporáneo. *Revista Chasqui*, (134), 45-60.
-

Grabados de la ciudad de Guayaquil: Modos de visualidad, conocimiento y mecanismos en la construcción de las imágenes de las expediciones del siglo XVIII

Félix Jaramillo Valle

Durante el siglo XVIII se produce un notable impulso exploratorio, auspiciado por la corona española, para la investigación científica y, sobre todo, para registrar el conocimiento de estos territorios (Enriquez, 1946). Es por ello por lo que esta investigación se propone realizar el análisis de los testimonios escritos y visuales de dos de las más importantes expediciones españolas que arribaron a Guayaquil en el siglo XVIII, mediante la descripción iconográfica e identificación de los modos de visualidad, conocimiento y mirada política de los grabados realizados como medio para mostrar las miradas europeas sobre América y su incidencia en las propias miradas del imaginario guayaquileño. Partimos del hecho de que estos grabados eran realizados en Europa por artistas o artesanos que, basados en dibujos, en tinta o con pluma, sirvieron de insumos para las ilustraciones de estos libros (Lema, 2014)

El papel que se les asignó a las imágenes de lo observado y vivido por estas dos expediciones científicas es fundamental para entender cómo se construyó la visualidad de la ciudad ante los ojos de Europa. Primera expedición fue, La *Misión Geodésica Francesa*, que arribó a Guayaquil en la primavera de 1736, liderada por Charles Marie de La Condamine, Pierre Bouguer y Louis Godiny. Con ellos viajaban también los marinos españoles Jorge Juan y Antonio de Ulloa. Su posterior publicación en Madrid (1748), *Relación histórica del viaje a la América meridional*, contiene importantísimos grabados

tempranos en cobre sobre la arquitectura, indumentaria, planos de la ciudad y balsas guayaquileñas, y segunda fue, la *Expedición Científica de Alejandro Malaspina*, que con las corbetas *Descubierta* y *Atrevida* atracaron en Guayaquil el 30 de septiembre de 1790. Esta expedición traía a bordo pintores y dibujantes oficiales (como José Guío o Fernando Brambila). Ellos realizaron vistas panorámicas de Guayaquil, de norte a sur, desde el Cerro Santa Ana, planos de los astilleros, técnicas de construcción de barcos y dibujos detallados de la flora y la fauna locales.

Se realizará, además, un análisis documental tipo exploratorio de los libros, documentos e informes escritos por otros exploradores, entre científicos y aventureros que llegaron a la ciudad en esos años y que dejaron estampas que ofrecen información iconográfica importante que ha sido reproducida a través de los años por los investigadores actuales de la historia de la ciudad, y que muchas de ellas ilustran libros académicos, pero que la mayoría de los casos, sin la descripción correcta de los dibujantes, grabadores o editores que las produjeron originalmente, sin darle la debida importancia que tienen su producción y sintaxis propia.

Históricamente, las expediciones científicas, que arribaron a suelo guayaquileño como las comandadas por Cook, La Condamine, Bougainville y Malaspina, por nombrar sólo algunas de las más relevantes, no solo buscaban medir el territorio, sino mostrarlo a través de la representación. El problema radica en que los vínculos entre la visualidad (específicamente los «modos de visualidad»), el conocimiento y la sintaxis del grabado de Guayaquil ha sido tratados tradicionalmente como una mera ilustración secundaria y pocos o ningún investigador ya sea historiador o artista han planteado la problematización de la relación entre lo visto y lo representado (dibujo y el grabado), ya que dan por sentado como testimonios fidedignos de los autores originarios, dedicándose solo a reproducirlos icónicamente sin indagar entre el registro escrito y lo representado como la realidad urbana y geográfica de un puerto estratégico en el Pacífico. Además, existe un vacío en el estudio sistemático de la evolución de las técnicas de grabado aplicadas específicamente a esta región.

Es por ello por lo que el núcleo del problema consiste en examinar las modalidades particulares de visualización del mundo iberoamericano a fines del periodo colonial, cuestionando cómo las representaciones icónicas de las expediciones *La Misión Geodésica Francesa* y la *Expedición Científica de Alejandro Malaspina*, se apoyan en la confianza de la vista como sentido privilegiado y en las imágenes grabadas como fuentes de conocimiento e instrumentos de poder y dominio

Además, la investigación problematiza cómo los elementos culturales eurocentristas intervienen en el acto de ver, generando recortes de la información visual, y cómo estos se relacionan con las prácticas de acopio de conocimiento sobre el territorio sudamericano. Abordaremos varios investigadores como Alexandra Kennedy Troya autora de “Criollización y secularización de la imagen quiteña” quien pretende dilucidar el momento crucial, las causas internas y externas al fenómeno artístico y las modalidades mediante las cuales los artistas y artesanos empezaron a apropiarse de los lenguajes artísticos europeos o como llama a autora “criollizarse” hasta llegar a configurar la escuela de Quito. En el Guayaquil colonial también, existieron expresiones artísticas populares desarrolladas sobre todo por artesanos quienes realizaban repujados, estampados y caladuras. Así mismo hubo visos de un arte pictórico realizado sobre cuero, cuyos cuadros estuvieron hasta 1930 en el Municipio de Guayaquil (Chávez Franco, 1985).

Con respecto a los grabados, el experto en arte del grabado William Ivins quien trabajó en el departamento de estampas del Metropolitan Museum of Art de Nueva York, en su libro “Imagen impresa y conocimiento” nos da una excelente mirada histórica acerca de la producción de los grabados. Ivins indica que el observador o dibujante estaba sometido a limitaciones muy claras. En primer lugar, sólo podía dibujar una parte seleccionada y muy pequeña de las cosas que observaba. Y además por muy animoso que fuera o por aguda que fuese su vista, había aprendido a ver de un modo particular y a trazar las líneas de acuerdo con las exigencias de una convención o un sistema particular de estructuras lineales (sintaxis) lo que podía alterar la realidad con lo dibujado. (Ivins, 1954). Dado este contexto esta investigación se plantea las siguientes preguntas de investigación:

¿Qué características presentan las fuentes iconográficas y las convenciones estéticas que se aplicaron para representar el entorno, la arquitectura y los habitantes guayaquileños en el siglo XVIII?

¿De qué manera la traducción técnica y procedimental (dibujo, mapas, apuntes in situ a la matriz del grabado europeo) alteró, suprimió o estandarizó la información visual original sobre Guayaquil?

¿Cómo estas representaciones configuraron una identidad visual específica de Guayaquil que oscilaron entre la precisión científica y la idealización artística?

Es por ello que el objetivo del estudio es describir las imágenes grabadas de la ciudad de Guayaquil producidas a partir de las expediciones españolas del siglo XVIII (Misión Geodésica Francesa y Expedición de Malaspina), para determinar cómo sus modos de visualidad y convenciones técnicas configuraron una identidad visual de la ciudad, a partir del estudio de aspectos expresivos, plásticos y sintaxis del corpus de grabados de las representaciones icónicas y escritas de estas expediciones.

Para el análisis de las imágenes grabadas aunque existen algunas definiciones como las de Panosky y Aby Warburg, en este trabajo seguiremos a González de Zárate que es uno de los máximos representantes de este tipo de estudio. Para él se trata de: La ciencia que estudia y describe las imágenes conforme a los temas que desean representar, identificándolas y clasificándolas en el espacio y el tiempo, precisando el origen y evolución de las mismas. (González de Zárate, 1991).

La historiadora del arte Rocío León Mariscal simplifica esta definición como: La descripción, identificación, clasificación, origen y evolución de la imagen en concreto. (León, 2013). Este método de investigación requiere que una vez que se han descrito, identificado y clasificado las imágenes busquemos su origen y evolución. Para ello hay que utilizar una serie de fuentes desde el propio artista hasta el comitente.

Se quiere demostrar que los dibujos y los grabados de la ciudad de Guayaquil producidos por estas expediciones científicas del siglo XVIII no constituyen un registro iconográfico objetivo del territorio, sino el resultado de un complejo proceso de traducción visual, iconográfico y semiótico. Esta construcción de la identidad visual guayaquileña estuvo condicionada por las convenciones técnicas del grabado y por una mirada eurocéntrica, operando como una «imagen de exportación» que osciló entre la idealización estética y la precisión empírica con el fin de ejercer un control simbólico y científico sobre el espacio colonial.

Bibliografía

- Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes. (2015). *Jorge Juan Santacilia: marino y científico*. Recuperado de: http://www.cervantesvirtual.com/portales/jorge_juan_santacilia/autor_biografia/
- Chávez Franco, M. (1985). *Historia general del Cuerpo de Bomberos de Guayaquil* (2.^a ed.). Banco Central del Ecuador
- Enríquez, E. (1946). *Guayaquil a través de los Siglos*. Quito: Talleres Gráficos Nacionales.
- González de Zárate, J. (1991). *Análisis del método iconográfico*. Fuesp.com. Retrieved 7 diciembre 2018, from http://www.fuesp.com/pdfs_revistas/cai/7/cai-7-1.pdf
- Ivins, W. (1954). *Imagen impresa y conocimiento*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Lema, A.M., (2014). *El hombre del nuevo mundo. Indígenas de las tierras bajas bolivianas en la mirada de Alcide d'Orbigny*. (pp. 67-83). Recuperado de: <http://www.caravelle.revues.org/973?lan=pt>.
- León Mariscal, R. (2013). *Conocer el método iconográfico e iconológico*. Odiseo, rumbo al pasado. http://usuarios.multimania.es/odiseomalaga/Art_02.htm
- Panofsky, E. (1994). *Estudios sobre iconología*. Madrid. Alianza editorial.
-

Periferia tipográfica: comercialización e identidad en el Cono Sur

Vicente Lamónaca Tarallo

En este trabajo se analiza el vínculo entre la construcción de identidad tipográfica regional y la comercialización de tipografías del Cono Sur entre 1999 y 2018. La hipótesis general sostiene que existe una tensión entre la identidad tipográfica y la comercialización internacional ya que las estrategias de construcción de identidad desarrolladas por el gremio y la academia proponen la valoración de aspectos culturales locales que son neutralizados por las dinámicas de comercialización impuestas desde el mercado. En este marco, el objetivo de la investigación es dar cuenta de esta relación tensionada analizando sus implicancias, las influencias entre ambos extremos y su impacto en la producción tipográfica regional.

El problema se articula en tres preguntas específicas. La primera indaga cómo construye la academia el discurso identitario tipográfico del Cono Sur entre 1999 y 2018, con la hipótesis de que lo hace mediante la selección y activación de recursos culturales orientados a la instalación de una tradición inventada para su legitimación disciplinar. La segunda interroga cómo se estructuran la circulación, el acceso y la diferenciación de valor de las tipografías en el mercado tipográfico global, bajo la hipótesis de que el mercado determina dichas condiciones siguiendo lógicas que regulan la disponibilidad, organizan la visibilidad y producen formas de valorización diferencial. La tercera pregunta examina cómo articulan las fundiciones tipográficas del Cono Sur el discurso identitario en relación con las lógicas globales de mercantilización, con la hipótesis de que lo hacen de manera tensionada, mediante la hibridación entre recursos culturales y condiciones de valorización diferencial producidas por el mercado tipográfico global. Desde un punto de vista temporal, se definen dos hitos que impactan en el modo de

comercializar tipografías. En 1999 la puesta en línea de MyFonts, plataforma abierta de distribución comercial, marca un cambio sustancial en el modelo de publicación de productos tipográficos: permite que cualquier productor tipográfico, de cualquier parte, acceda a un espacio de visibilidad y a un canal de venta global. En 2018 se afianza un nuevo modelo de distribución tipográfica por suscripción, con la plena integración de Adobe Fonts a la suite Adobe Creative Cloud (Adobe Systems, 2018; Lardinois, 2018). Desde un punto de vista espacial, la investigación se enmarca en el Cono Sur —Argentina, Chile, Uruguay— ya que existen compatibilidades socioculturales que permiten el abordaje unificado y, a la vez, diferenciado del resto de Latinoamérica (Halperín Donghi, 2013). En el campo tipográfico específicamente, los tres países comparten un fondo de recursos culturales análogos que sus fundiciones activaron de manera equiparable al insertarse en el mercado global.

La producción tipográfica ha sido abordada bibliográficamente desde perspectivas técnicas, estéticas e históricas, dando lugar a un corpus que analiza procesos formales y tecnológicos de creación de fuentes digitales. Sin embargo, los estudios sobre la dimensión discursiva y simbólica de la tipografía —particularmente en relación a la identidad regional en contextos periféricos— son escasos. El recorrido bibliográfico se organiza en cuatro bloques. El primero, correspondiente a la identidad tipográfica europea, reúne autores como Tschichold, Kinross, Dopico, Lo Celso, Meier, Bain y Shaw, Laclanche-Boulé, Unger y Luna, quienes documentan cómo la identidad tipográfica europea se consolidó por sedimentación histórica en torno a casos paradigmáticos o por construcción deliberada vinculada a valores nacionales, en un proceso de larga duración. El segundo bloque, sobre identidad latinoamericana, incluye a Blanco, Bonsiepe, Fernández, Arteaga, Oliveira Martins y Cunha Lima, Longinotti, Ares y Napoleão, quienes plantean la necesidad de construcción identitaria tipográfica en América Latina y la vinculan al contexto cultural, político y tecnológico. El tercer bloque, sobre identidad latinoamericana acelerada, reúne a Rojas y Soto, Fontana, Consolo, Romero y Cosgaya y Garone, quienes describen las condiciones específicas de esa construcción acelerada en la región: la irrupción digital, el fin de las dictaduras y la apertura a los mercados globales. Este recorrido permite constatar que ninguno de estos autores examina de manera directa la relación entre construcción identitaria y lógicas de comercialización internacionales. Esta doble ausencia —de abordaje del caso específico del Cono Sur y de análisis de su articulación con la comercialización global— constituye la vacancia que la presente investigación se propone cubrir.

Para abordar esta vacancia, el marco teórico se organiza en torno a dos núcleos conceptuales cuya tensión constituye el problema central de la investigación. El primer núcleo aborda la tipografía desde una perspectiva económica marxista y posmarxista, comprendiéndola como mercancía simbólica atravesada por relaciones de poder económico y cultural. Elaborando a partir de Staab y Nachtwey (2016), planteamos que las distribuidoras tipográficas expresan y reproducen las lógicas estructurales del capitalismo digital en tanto organizan los modos de circulación, acceso y diferenciación de valor de los productos tipográficos en el mercado global. La tipografía opera bajo la lógica del fetichismo de la mercancía (Marx, 2022): las condiciones de producción y de circulación son ocultadas estructuralmente por las dinámicas del mercado tipográfico, de modo que el valor del trabajo implicado en su producción no aparece como relación social sino como una propiedad natural del producto. La tipografía digital introduce

además una particularidad que tensiona la forma-mercancía clásica: su reproducción técnica puede realizarse de manera ilimitada y a costo marginal tendiente a cero, lo que crea una contradicción estructural resuelta mediante el licenciamiento como mecanismo económico que restituye artificialmente la escasez (Rigi, 2014). La diferenciación de valor resulta de la articulación de la validación social del trabajo de diseño en el mercado (Pitts, 2015), los mecanismos de escasez artificial (Rigi, 2014) y el capital simbólico acumulado en el campo tipográfico. Este proceso forma parte de una transformación estructural de largo plazo en la mercantilización de los bienes comunicacionales (Prodnik, 2014), profundizada por las infraestructuras del capitalismo digital que organizan la acumulación de capital mediando la producción, circulación y consumo de bienes simbólicos (Fuchs, 2014; 2015). El análisis conjunto de identidad y comercialización que propone esta investigación encuentra su sustento en el marco de la economía política cultural (Fuchs, 2015), que argumenta que economía y cultura son dimensiones de un mismo proceso material y no esferas separadas.

El segundo núcleo aborda la construcción de la identidad tipográfica regional, comprendiendo la identidad no como esencia fija sino como proceso de activación y legitimación de recursos culturales. Las culturas no poseen una identidad fija ni una esencia transmisible, sino un fondo de recursos —formales, simbólicos, históricos— que los agentes activan, transforman y ponen en diálogo según las condiciones de cada contexto (Jullien, 2019). Las tradiciones inventadas producen una noción de continuidad orientada a legitimar identidades en el presente (Hobsbawm, 2012), mientras que la cultura opera como espacio de hibridación local-global donde los procesos de identidad se reconfiguran en diálogo con el mercado (García Canclini, 2009).

Ambos núcleos se articulan a través de la teoría de los campos de Bourdieu (2002), que provee las categorías para analizar a los agentes —academia, fundiciones y distribuidoras— y las disputas por legitimación y visibilidad dentro del campo tipográfico global. En síntesis, la tipografía digital puede definirse, desde una perspectiva marxista, como una mercancía de información de carácter simbólico cuyo valor de uso es la representación visual del lenguaje escrito y cuyo valor de cambio adopta la forma de renta regulada por regímenes de propiedad intelectual. La capacidad de las distribuidoras para organizar la circulación, regular el acceso y producir diferenciación de valor no es solo un fenómeno económico: es el mecanismo a través del cual las plataformas condicionan qué recursos culturales pueden activarse y bajo qué formas pueden circular los discursos identitarios de las fundiciones tipográficas del Cono Sur en el mercado global.

Referencias bibliográficas

- Adobe Systems. (2018, octubre 15). *Time for a change: Typekit has become Adobe Fonts*. Adobe Typekit Blog. <https://blog.typekit.com/2018/10/15/typekit-is-now-adobe-fonts/>
- Bourdieu, P. (2002). Campo intelectual y proyecto creativo en *Campo de poder, campo intelectual*. (2002.) Monttressor.
- Fuchs, C. (2014). *Digital labour and Karl Marx*. Routledge.
- Fuchs, C., & Sandoval, M. (2015). *Culture and economy in the age of social media*. Routledge.
- García Canclini, N. (2009). *Culturas híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Debolsillo.

- Halperín Donghi, T. (2013). *Historia contemporánea de América Latina*. Alianza Editorial.
- Hobsbawm, E. & Ranger, T. (2012). *La invención de la tradición*. Cambridge Plantea.
- Jullien, F. (2019). *La identidad cultural no existe*. Taurus.
- Lardinois, F. (2018, octubre 15). Typekit is now Adobe Fonts and part of all Creative Cloud plans. *TechCrunch*. <https://techcrunch.com/2018/10/15/typekit-is-now-adobe-fonts-and-part-of-all-creative-cloud-plans/>
- Marx, K. (2022). *El capital: Crítica de la economía política. Tomo I*. Akal.
- Middendorp, J. (2015, marzo). Mexican type design. *Communication Arts*. <https://www.commarts.com/features/mexican-type-design>
- MyFonts. (2015, agosto). *Rising Stars: August 2015*. <https://www.myfonts.com/newsletters/rs/201508.html>
- Pitts, F. H. (2015). Creative industries, value theory and Michael Heinrich's new reading of Marx. *tripleC: Communication, Capitalism & Critique*, 13(1), 192-222. <https://doi.org/10.31269/triplec.v13i1.639>
- Prodnik, J. A. (2014). A seeping commodification. *tripleC: Communication, Capitalism & Critique*, 12(1), 142-168. <https://doi.org/10.31269/triplec.v12i1.485>
- Rigi, J. (2014). Foundations of a Marxist theory of the political economy of information. *tripleC: Communication, Capitalism & Critique*, 12(2), 909-936. <https://doi.org/10.31269/triplec.v12i2.487>
- Riggs, T. (Ed.). (2015). *Type foundries today: Census*. Typographica. <https://census.typographica.org/timeline/>
- Staab, P., & Nachtwey, O. (2016). Market and labour control in digital capitalism. *tripleC: Communication, Capitalism & Critique*, 14(2), 457-474. <https://doi.org/10.31269/triplec.v14i2.755>
-

Diseño y Patrimonio: Confluencias del diseño gráfico en los lenguajes visuales del Carnaval de Negros y Blancos de Pasto (2000-2024)

Juan Gabriel Lasso Guerrero

La presente tesis doctoral analiza las confluencias del diseño gráfico en los lenguajes visuales del Carnaval de Negros y Blancos de Pasto, Colombia, durante el periodo 2000-2024. La investigación se sitúa en el cruce entre diseño, patrimonio cultural inmaterial y cultura festiva, con el propósito de comprender de qué manera las prácticas gráficas, las tecnologías de representación y las relaciones de colaboración entre diseñadores, artesanos y cultores han incidido en la configuración contemporánea de la visualidad carnavalesca. En este marco, el Carnaval se comprende como un sistema cultural complejo en el que convergen memoria colectiva, identidad territorial, economía local, institucionalidad patrimonial y producción simbólica. Por ello, sus imágenes no se abordan como recursos ornamentales o piezas de circulación promocional, sino como artefactos culturales capaces de condensar relaciones sociales, disputas de sentido y formas históricas de imaginar el territorio.

El problema de investigación surge de una paradoja. Por una parte, el Carnaval de Negros y Blancos se ha consolidado como una de las expresiones culturales más repre-

sentativas de Pasto y del sur de Colombia, con reconocimiento nacional e internacional, particularmente desde su declaratoria como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad. Por otra, persiste una comprensión todavía parcial sobre el papel que el diseño gráfico ha desempeñado en la transformación de sus lenguajes visuales recientes. Aunque existen estudios relevantes sobre la historia de la fiesta, sus dimensiones rituales, sus impactos económicos y sus procesos de salvaguardia, se ha profundizado menos en la manera como la incorporación de prácticas profesionales del diseño, tecnologías digitales, criterios editoriales, recursos de ilustración, estrategias de comunicación visual y dinámicas colaborativas ha modificado la iconografía, los dispositivos gráficos y las formas de autoría que participan en la fiesta. Desde esta perspectiva, la pregunta que orienta la investigación es: ¿cómo confluye el diseño gráfico en los lenguajes visuales del Carnaval de Negros y Blancos de Pasto entre 2000 y 2024, y de qué manera dicha confluencia redefine el rol profesional del diseñador y los rasgos identitarios de la fiesta? En correspondencia con esta pregunta, la hipótesis sostiene que el diseño gráfico confluye en el Carnaval al impulsar la evolución del lenguaje visual de la cultura patrimonial local, al redefinir el rol del diseñador como mediador cultural y al potenciar la colaboración con artesanos, cultores y creadores, en un escenario atravesado por cambios culturales, institucionales y tecnológicos. Esta hipótesis no plantea una lectura lineal de progreso ni una oposición rígida entre tradición y modernidad; por el contrario, propone comprender la fiesta como un campo de negociación en el que las imágenes se producen entre memorias comunitarias, políticas de patrimonialización, economías creativas y tecnologías contemporáneas.

El objetivo general consiste en analizar la confluencia del diseño gráfico en los lenguajes visuales del Carnaval de Negros y Blancos de Pasto entre 2000 y 2024, atendiendo a la evolución formal de sus artefactos, a la transformación del rol del diseñador y a las colaboraciones que dan lugar a nuevos rasgos identitarios. De este propósito se derivan tres objetivos específicos: definir la evolución del lenguaje visual construido desde el Carnaval; caracterizar la transformación del rol del diseñador gráfico en la fiesta; y analizar las colaboraciones entre diseñadores, artesanos y cultores en la creación de piezas, artefactos y proyectos visuales vinculados con la identidad patrimonial. Por otro lado, el marco teórico articula estudios sobre culturas híbridas, patrimonio cultural, historia cultural de las imágenes y pensamiento proyectual. En este sentido, la investigación dialoga con García Canclini (1989, 1999), en tanto permite comprender las tensiones entre tradición, mercado e institucionalidad; con Burke (2000, 2006), para abordar las imágenes como documentos culturales inscritos en procesos históricos; y con Bonisiepe (1978, 1985), Margolin y Buchanan (1995), quienes permiten situar el diseño como práctica social, mediación proyectual y forma de intervención en contextos periféricos. Asimismo, la tesis incorpora aportes de la antropología del diseño, de los estudios sobre las relaciones entre diseño y artesanía, y de la investigación cualitativa, con el fin de interpretar los artefactos visuales no solo por sus propiedades formales, sino también por las relaciones actorales, técnicas y simbólicas que los hacen posibles.

Así mismo, metodológicamente la investigación adopta un enfoque cualitativo, interpretativo y naturalista. El diseño empírico se organiza en tres unidades de análisis: las piezas gráficas del Carnaval en donde carteles oficiales, carrozas, vestuarios escénicos, carros publicitarios, maquillajes corporales y otros dispositivos visuales; los diseñadores gráficos de la región vinculados con la fiesta; y las experiencias de colaboración entre

diseñadores, artesanos y cultores. Para abordar estas unidades se emplean instrumentos de análisis visual, entrevistas semiestructuradas, matrices de caracterización, revisión documental y dispositivos de interpretación cualitativa orientados a comprender tanto la dimensión formal de las piezas como las trayectorias, decisiones, mediaciones y relaciones de trabajo que intervienen en su producción.

Adicionalmente, el tratamiento de los datos se apoya en la Teoría Fundamentada constructivista de Charmaz (2014), en diálogo con los criterios de rigor de la investigación cualitativa naturalista de Lincoln y Guba (1985). El proceso contempla lecturas reiteradas del corpus visual y testimonial, construcción progresiva de categorías, comparación constante y triangulación de fuentes. En el análisis de las piezas se trabajan series temporales que permiten observar desplazamientos morfológicos, técnicos e iconográficos; en las entrevistas se identifican trayectorias profesionales, aprendizajes situados, mediaciones tecnológicas, condiciones de trabajo y tensiones de autoría; y en las experiencias colaborativas se examinan los flujos de saberes, las negociaciones formales, la transferencia técnica y las formas de reconocimiento entre actores.

Los avances preliminares permiten señalar que la evolución visual del Carnaval de Negros y Blancos no responde únicamente a cambios estilísticos, tendencias gráficas o incorporaciones tecnológicas, sino a transformaciones más profundas en los modos de producir, reconocer y proyectar la cultura regional. En los afiches y artefactos analizados se advierte un tránsito desde registros naíf, fotográficos o documentales hacia composiciones más icónicas, digitalizadas y patrimonializadas, en las que adquieren centralidad las figuras andinas, los rostros alegóricos, las paletas cromáticas intensas, las memorias del territorio y las referencias explícitas al patrimonio cultural inmaterial. Estos desplazamientos no pueden comprenderse de manera aislada, pues expresan los esfuerzos actuales de artesanos, cultores, diseñadores gráficos y actores culturales por sostener la vitalidad simbólica de la fiesta, al tiempo que responden a nuevos escenarios de circulación, comunicación y valoración pública del Carnaval. Por lo cual, la investigación comienza a detectar hallazgos relevantes tanto en el lenguaje visual como en las formas de construcción colectiva que hacen posible la creación carnavalesca. Las piezas no emergen únicamente de decisiones individuales, sino de procesos de intercambio donde confluyen saberes artesanales, memorias familiares, aprendizajes de taller, criterios gráficos, recursos digitales, narrativas locales y expectativas comunitarias. De este modo, el diseño gráfico aparece como una práctica relacional que participa en la traducción, organización y proyección de sentidos patrimoniales, sin sustituir los saberes tradicionales, sino dialogando con ellos en medio de acuerdos, tensiones y negociaciones propias de toda creación cultural viva.

En este sentido, la investigación sostiene que el diseño gráfico no solo acompaña la evolución del Carnaval de Negros y Blancos, sino que contribuye activamente a reconfigurar sus lenguajes visuales, sus formas de autoría y sus modos contemporáneos de comprender el patrimonio. Su aporte doctoral radica en proponer una lectura del diseño como mediación cultural situada, capaz de articular memorias andinas, saberes artesanales, tecnologías digitales y economías festivas en transformación. Desde esta perspectiva, el proyecto reconoce en la cultura regional no solo un contexto de estudio, sino una fuente activa de conocimiento, creación y pensamiento visual. Así, la tesis busca contribuir al campo latinoamericano de los estudios sobre diseño y patrimonio, ofreciendo una comprensión crítica de las imágenes festivas como espacios de confluencia, disputa, memoria y creación colectiva.

Referencias

- Bonsiepe, G. (1978). *Teoría y práctica del diseño industrial*. Gustavo Gili.
- Bonsiepe, G. (1985). *El diseño de la periferia*. Gustavo Gili.
- Burke, P. (2000). *Formas de historia cultural*. Alianza Editorial.
- Burke, P. (2006). *¿Qué es la historia cultural?* Paidós.
- Charmaz, K. (2014). *Constructing grounded theory* (2.^a ed.). SAGE.
- García Canclini, N. (1989). *Culturas híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Grijalbo.
- García Canclini, N. (1999). Los usos sociales del patrimonio cultural. En E. Aguilar Criado (Coord.), *Patrimonio etnológico: Nuevas perspectivas de estudio* (pp. 16-33). Consejería de Cultura, Junta de Andalucía.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. SAGE.
- Margolin, V., & Buchanan, R. (Eds.). (1995). *The idea of design*. MIT Press.
- Ministerio de Cultura de Colombia. (2010). *Carnaval de Negros y Blancos de Pasto*: Plan Especial de Salvaguardia. Ministerio de Cultura de Colombia.
- UNESCO. (2009). *Carnaval de Negros y Blancos*. Lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad.
-

Análisis de la relación entre el diseño de interiores para proyectos de vivienda social y la apropiación funcional - cultural de sus usuarios en la ciudad de Cuenca en los años 2008 al 2015

Diana Paulina Mejía Coronel

Este tema lo estamos trabajando a partir del dilema que surge en la relación del espacio interior de la vivienda social y el sentido de apropiación del usuario. Partimos con la premisa de que en Sudamérica existen programas gubernamentales de vivienda social, que a lo largo del tiempo han beneficiado a poblaciones con déficit. En Chile por ejemplo, existe el proyecto Quinta Monroy que en el 2003 generó 93 viviendas (Aravena et al., 2004). Localmente en el Ecuador, observamos que existen soluciones habitacionales que han sido impulsadas por los gobiernos de turno. Así pues, encontramos que existen tres períodos representativos en el desarrollo de políticas habitacionales de carácter social: el primero, entre los años veinte, el segundo, en los años sesenta y setenta, y el tercero, en los años ochenta y noventa. En este último, el gobierno pasó de ser un ente ejecutor a supervisor (Hermida, Cabrera, & Molina, 2021).

De acuerdo a Durán et al. (2020) en el país se dedicó muy poca atención a la generación de modificaciones sustantivas de la vivienda social. De ahí que se continuó utilizando un modelo de vivienda estandarizado y limitado. Así pues, los usuarios que no se conformaron con la vivienda entregada la adaptaron a sus preferencias y necesidades. En consecuencia, podemos decir que aparece un sentido de apropiación de los usuarios hacia su vivienda que involucra factores sociológicos y culturales.

Por otra parte, tomamos al año 2008 como inicio de nuestra investigación, ya que ahí se reconoce por primera vez el derecho a la vivienda digna (Asamblea Constituyente,

2008). En este tiempo el Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda se convierte en el máximo organismo para el desarrollo de proyectos de vivienda social, además se crea el Primer Programa de Vivienda Social. Posteriormente en el 2015 se liquida el Banco Ecuatoriano de Vivienda (Superintendencia de Bancos, 2015). Como resultado, el sistema de financiamiento paso a la banca privada marcando un punto de inflexión en el acceso a la vivienda (León Vivanco et al., 2025). Estos acontecimientos ponen de manifiesto que entre los años 2008 al 2015 la vivienda social tuvo su auge. Lo cual implicó la construcción de múltiples proyectos beneficiando a numerosas familias. En el marco de este análisis tomamos a Cuenca como el escenario pertinente para el estudio de este fenómeno ya que de acuerdo a Durán et al. (2019) esta ciudad presenta la mayor densidad poblacional del país, lo cual prevé una importante concentración de proyectos de vivienda.

En el marco de esta discusión, añadimos que en nuestra trayectoria profesional hemos tenido la oportunidad de tener un acercamiento con la realidad del contexto local en el tema de la vivienda social. Esto porque venimos trabajando en un proyecto académico en el que realizamos intervenciones de mobiliario y acabados en espacios interiores de viviendas informales de personas de escasos recursos económicos. Ahora, si bien no hemos trabajado con usuarios de viviendas sociales sí estudiamos a familias que serían beneficiarios potenciales de los programas de vivienda de interés social gubernamentales. Entonces, encontramos que cada grupo de usuarios acondicionó sus espacios interiores para realizar sus actividades básicas como por ejemplo comer y dormir. Para ilustrar esto encontramos que las personas utilizaron cordeles extendidos al interior de la vivienda para colgar su ropa en lugar de guardarropas. Esto debido a que el mobiliario que poseían no tenía la capacidad de almacenamiento para toda la familia. Cabe destacar que estas personas poseen casas pequeñas de uno o dos ambientes donde coexisten todos los miembros de la familia. A partir de este descubrimiento nace la curiosidad de indagar de cómo estos usuarios se apropian del espacio interior en una arquitectura limitada. Por otro lado, identificamos que existe una vacancia cognitiva importante sobre este hallazgo ya que encontramos aportes en el campo de la vivienda social desde la arquitectura, la política y la economía, pero no desde el diseño de interiores. Es por ello que nuestra propuesta aportará teóricamente a la disciplina del diseño de interiores.

Por otro lado, para el desarrollo del tema estamos suponiendo que las características de la apropiación funcional - cultural del diseño de interiores en proyectos de vivienda social en la ciudad de Cuenca entre los años 2008 al 2015 presentan rasgos que giran en torno a adecuaciones que cubren las necesidades básicas de sus usuarios. Es por ello que trabajaremos sobre tres premisas que abordaremos de la siguiente manera. La primera, se enfocará en las políticas de vivienda que intervienen en la conformación de la vivienda social y sus espacios interiores. La segunda, tratará sobre los factores que infieren en la toma de decisiones de los usuarios para realizar modificaciones en los espacios interiores de la vivienda social. Finalmente, la tercera indagará en que la relación entre las necesidades de transformación de los usuarios y la vivienda social propicia la generación de modificaciones constantes.

En lo que respecta a las líneas de investigación, tomamos la línea número cuatro: “Diseño en perspectiva: Escenarios del Diseño” puesto que “aborda una mirada integral del diseño considerándolo desde una perspectiva sistémica que revisa los escenarios

contextuales en todas sus dimensiones y capas” (Facultad de Diseño y Comunicación, 2026). Dado que estudiaremos de manera sistémica el escenario de la vivienda social desde una dimensión social y un enfoque en el diseño de interiores. Así mismo el aporte está inmerso en el hacer proyectual del Diseño y hace foco entre la relación Sociedad-Ambiente ya que refleja cómo el usuario se apropia de los espacios de la vivienda social. También “relaciona el diseño con el concepto de transición y de las sociedades en transición” porque propicia un espacio de debate desde múltiples ideologías en la sociedad contemporánea que se desarrollan en torno al diseño y la sociología. Por su parte este diálogo está “vinculado con la gestación de una transformación cultural” que se refleja en la intención de asociar al comportamiento del usuario como expresión de su cultura y su cosmovisión en la vivienda.

Finalmente, con respecto a la relevancia encontramos que el tema aporta a la disciplina del diseño de interiores desde el estudio de la vivienda social y su relación con el usuario. Nosotros incorporaremos un análisis desde los espacios interiores que varían de usuario en usuario a pesar de que el modelo arquitectónico sea el mismo. También aportaremos al campo de la sociología desde una perspectiva del diseño en espacios de viviendas dadas por el gobierno. De la misma manera promovemos una discusión entre las políticas implementadas en la vivienda de interés social y la relevancia del diseño interior en la planificación habitacional. A partir de esto se podrían construir a futuro teorías de apropiación funcional - cultural del diseño de interiores en viviendas sociales que se podrían considerar para su inserción en las políticas de la vivienda de interés social.

Bibliografía

- Aravena, A., Montero, A., Cortese, T., de la Cerda, E., & Iacobelli, A. (2004). Quinta Monroy. *ARQ (Santiago)*.
- Asamblea Constituyente, R. del E. (2008). *Constitución de la República del Ecuador. Registro Oficial* (Vol. 449). Retrieved from www.lexis.com.ec
- Durán, G., Bayón, M., Mena, A. B., & Janoschka, M. (2020). Vivienda social en Ecuador: violencias y contestaciones en la producción progresista de periferias urbanas. *Revista INVI*, 35(99), 34–56. doi:10.4067/S0718-83582020000200034
- Durán, G., Ortiz, P., Pinto, V., Aguirre, M., Peláez, A., Paz, D., & Enríquez, D. (2019). *Urban Policy Papers Recomendaciones de políticas urbanas para el uso y la gestión del suelo en Cuenca*. Retrieved from www.flacso.edu.ec
- Facultad de Diseño y Comunicación. (2026). Líneas de Investigación . Retrieved 18 May 2026, from https://www.palermo.edu/dyc/investigacion_desarrollo_diseno_latino/linea-4.html
- Hermida, A., Cabrera, N., & Molina, L. (2021). *Casas y Conjuntos Vivienda social en Cuenca entre 1973 y 2014*. (Universidad de Cuenca, Ed.) (1era ed., Vol. 1). Cuenca: Universidad de Cuenca.
- León Vivanco, M. F., Muñoz Sotomayor, V., Ordoñez León, A. P., Costa de los Reyes, C., & Vélez Alvear, V. J. (2025). Políticas públicas en la generación de vivienda social en el Ecuador. Los efectos de su localización en el caso de Loja.
- Superintendencia de Bancos. Resolución No. SB-2015- 109 (2015). Ecuador.

Sincronía Visual y Resistencia Identitaria: La intersección dialéctica entre la gráfica vernácula y la indumentaria en la subcultura Cholombiana de Monterrey (1998-2010).

Jessica Elizabeth Ochoa Zamarripa

La presente investigación doctoral analiza cómo se construyó la identidad visual de la subcultura cholombiana en el sector popular llamado La Independencia que se encuentra dentro del área metropolitana de la ciudad Monterrey, en el estado de Nuevo León, México, entre 1998 y 2010. Insertada en el cruce entre el diseño y los estudios culturales, la investigación busca cuestionar aquellas lecturas tradicionales que históricamente han reducido este movimiento a la pura marginalidad o la delincuencia. Al contrario de esos discursos estigmatizantes, aquí se plantea que la indumentaria y los códigos visuales cholombianos dan forma a un complejo sistema de diseño identitario donde dialogan dinámicas gráficas, simbólicas y políticas bajo una estética sumamente estructurada.

El trasfondo crítico del problema radica en que la historiografía tradicional del diseño deja de lado las estéticas nacidas en contextos populares y subalternos. Al operar bajo las lógicas de exclusión y los sesgos eurocéntricos del diseño hegemónico, la academia ejerce una violencia epistémica (Fricker, 2007) que deslegitima estas manifestaciones. Esta mirada restrictiva ignora las mutaciones de las culturas populares contemporáneas en contextos de hibridación (Alabarces, 2021) y la urgencia de construir una mirada descolonizada a través de una verdadera sociología de la imagen (Rivera Cusicanqui, 2015). Así, aunque la subcultura cholombiana ya cuenta con lecturas valiosas desde la antropología y la música (Olvera Gudiño, 2005), o desde el registro documental visual (Watkins, 2025), todavía no se le ha pensado a fondo desde una perspectiva estrictamente proyectual y gráfica. Justo ahí se ubica el vacío crítico que este estudio pretende llenar.

A partir de este escenario, cabe preguntarse de qué forma conviven la gráfica de la calle y la indumentaria para moldear esta visualidad. Se identifica que ambos lenguajes se alinean en una perfecta sincronía que sirve como trinchera frente a las narrativas oficiales que criminalizan a las juventudes del noreste de México. Por lo tanto, el eje del trabajo consiste en descifrar los mecanismos de dicha construcción visual, analizando el engranaje entre los gráficos vernáculos y el vestido desde sus aristas formales, semánticas y políticas.

Para articular este debate, la propuesta teje puentes entre diversas tradiciones teóricas. La noción de autopresentación de Goffman (2009) resulta fundamental para entender cómo el sujeto cholombiano gestiona su imagen y performatividad en la interacción cotidiana. Esto se cruza con las tesis clásicas sobre las subculturas juveniles entendidas como verdaderos rituales de resistencia y espacios de resignificación estilística (Hall & Jefferson, 2014). Asimismo, el concepto de dispositivo en Foucault (1979) permite concebir a la indumentaria y la gráfica no como meros adornos, sino como una red heterogénea de saber y poder donde se despliega una clara agencia; una capacidad de acción e impacto material que aquí se analiza en diálogo directo con las propuestas sobre el gusto y la producción objetual de Bourdieu (1977) y Gell (1998).

El análisis se sostiene sobre tres grandes ejes conceptuales. El primero introduce el concepto de sincronización semiótica, donde los estudios sobre las culturas de la música popular (Bennett, 2001) ayudan a descifrar cómo el ritmo musical se traduce al cuerpo: la lentitud arrastrada de la cumbia rebajada se materializa de forma homóloga en la silueta holgada, creando una identidad basada en la pausa y la presencia extendida. El segundo eje defiende la gráfica popular como un proceso proyectual real, demostrando a partir de las teorías de la estética cotidiana y la prosaica (Mandoki, 2006) que la elección de tipografías, colores y la misma intervención textil responden a una lógica de diseño y una matriz de identidad social rigurosa. El tercer núcleo argumenta que esta saturación visual actúa como un escudo político ligado a las nuevas sensibilidades y la apropiación de los territorios culturales juveniles (Martín-Barbero, 1998), sugiriendo que la intensidad de los elementos corporales es una respuesta directa a la exclusión urbana sufrida.

En el plano metodológico, se optó por un enfoque cualitativo centrado en el análisis interpretativo de la visualidad y el rastreo de archivos fotográficos y en vídeo. El corpus documental descansa sobre el acervo existente del fenómeno, donde el registro visual de Watkins (2025) sirve como una de las piezas angulares. Seguir por una vía documental en lugar de una etnografía presencial obedece tanto a la delimitación cronológica del objeto de estudio (1998-2010) como a la riqueza del material disponible, pero sobre todo a una realidad: la subcultura cholombiana ya se encuentra disuelta en la actualidad y no existe como un movimiento articulado, del cual sólo persisten algunos elementos estéticos aislados en el entorno urbano. El análisis se encarga, entonces, de clasificar estos códigos gráficos según sus lógicas comunicativas y desentrañar cómo operaban a modo de tácticas de visibilidad disidente.

Con esta investigación doctoral, se busca ampliar los límites teóricos del diseño latinoamericano para que empiece a validar las visualidades periféricas como objetos de estudio. Al concebir al joven cholombiano como un diseñador autónomo, la investigación aterriza un diálogo necesario entre estética y política. Además, aporta un marco interpretativo útil para conectar sonido, gráfica e indumentaria en otras manifestaciones juveniles. El trabajo apuesta por la dignificación de estas expresiones del noreste mexicano, rescatándolas como sistemas coherentes llenos de memoria, identidad y riqueza cultural.

Referencias

- Alabarces, P. (2021). *Pospopulares: Las culturas populares después de la hibridación*. CALAS/Bielefeld University Press.
- Bennett, A. (2001). *Cultures of popular music*. Open University Press.
- Bourdieu, P. (1977). *Outline of a theory of practice*. Cambridge University Press.
- Foucault, M. (1991). El juego de Michel Foucault. En *Saber y verdad. La Piqueta*, pp. 127-162.
- Fricker, M. (2007). *Injusticia epistémica: El poder y la ética del conocimiento*. Editorial Herder.
- Gell, A. (1998). *Art and agency: An anthropological theory*. Clarendon Press.
- Goffman, E. (2009). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Amorrortu Editores.
- Hall, S., & Jefferson, T. (Eds.). (2014). *Rituales de resistencia: Subculturas juveniles en la Gran Bretaña de posguerra*. Traficantes de Sueños.

- Mandoki, K. (2006). *Prácticas estéticas e identidades sociales: Prosaica II*. Siglo Veintiuno Editores.
- Martín-Barbero, J. (1998). Viviendo a toda: Jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades. En M. C. Laverde (Ed.), *Viviendo a toda: Jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades* (pp. 22–37). Siglo del Hombre Editores.
- Olvera Gudiño, J. J. (2005). *Colombianos en Monterrey: Origen de un gusto musical y su papel en la construcción de una identidad social*. Consejo para la Cultura y las Artes de Nuevo León.
- Rivera Cusicanqui, S. (2015). *Sociología de la imagen: Miradas ch'ixi desde la historia andina*. Tinta Limón.
- Watkins, A. (2025). *Cholombianos*. Trilce Ediciones.
-

El régimen emblemático-digital de la marca gráfica municipal ecuatoriana: análisis sociosemiótico-diacrónico en Gobiernos Autónomos Descentralizados de Costa, Sierra y Amazonía, 2014-2025

María Fernanda Soto Ayala

En el contexto ecuatoriano, la marca gráfica municipal ha dejado de funcionar como un signo institucional estable para convertirse en una forma visual en constante actualización dentro de los entornos digitales. Los Gobiernos Autónomos Descentralizados modifican y adaptan sus marcas mediante recursos emblemáticos, gráficos y comunicacionales que circulan públicamente como representación del poder local. Sin embargo, estas transformaciones aún no han sido suficientemente estudiadas desde el diseño gráfico como procesos sociosemióticos de continuidad, ruptura y legitimación visual. El problema central radica en comprender cómo estas marcas articulan memoria territorial, identidad institucional y cambio político-administrativo dentro de las lógicas visuales contemporáneas. Por ello, esta investigación analiza quince GAD de Sierra, Costa y Amazonía entre 2014 y 2025, con el fin de explicar cómo la marca gráfica municipal produce sentido y reorganiza visualmente la identidad pública en el espacio digital.

La pregunta que orienta la investigación es: ¿cómo se configura y transforma el régimen emblemático-digital de la marca gráfica municipal ecuatoriana en los archivos de Facebook oficial de quince GAD de Sierra, Costa y Amazonía entre 2014 y 2025, y qué tipología de regímenes visuales institucionales emerge de sus operaciones sociosemióticas de continuidad, ruptura y legitimación visual? La hipótesis central sostiene que las marcas gráficas de los GAD municipales ecuatorianos funcionan como dispositivos de inscripción simbólica del poder local, cuyas transformaciones digitales evidencian operaciones de continuidad, ruptura, rejuvenecimiento, reposicionamiento, revitalización y legitimación visual, configurando regímenes diferenciados según región, temporalidad y ciclo político-administrativo.

El objetivo general consiste en analizar la configuración y transformación del régimen emblemático-digital de la marca gráfica municipal ecuatoriana en Facebook oficial, mediante un análisis sociosemiótico-diacrónico de quince GAD municipales de Costa, Sierra y Amazonía entre 2014 y 2025, con el fin de construir una tipología interpretati-

va de regímenes visuales institucionales. Para alcanzar este propósito, la investigación plantea tres objetivos específicos articulados: sistematizar las variaciones morfológicas, cromáticas, tipográficas y compositivas de la marca gráfica municipal; describir y clasificar las operaciones de transformación marcaria presentes en los casos seleccionados; y construir una tipología de regímenes emblemático-digitales que permita explicar los modos diferenciados de permanencia, actualización y legitimación visual de la identidad municipal.

El andamiaje teórico se estructura principalmente en torno al modelo sociosemiótico de Semprini (1992, 1995, 2003), quien concibe la marca como una máquina semiótica productora de universos de significación. Desde este enfoque, la marca puede ser analizada en tres niveles interdependientes: el nivel axiológico, referido a los valores profundos que organizan su sentido; el nivel narrativo, vinculado con los relatos institucionales que encarnan dichos valores; y el nivel discursivo, compuesto por sus manifestaciones visibles: color, tipografía, morfología, composición, eslogan, iconografía y modos de aplicación. Asimismo, el mapping semiótico de Semprini permite ubicar las marcas en cuatro cuadrantes -Misión, Proyecto, Información y Euforia-, facilitando la comparación diacrónica de sus desplazamientos simbólicos.

Este marco se complementa con los aportes de Floch (1990) para el análisis plástico, cromático, eidético y topológico de los signos visuales; Verón (1987), para comprender los archivos digitales como espacios de circulación entre producción institucional y reconocimiento social; Angenot (1989), para examinar los imaginarios visuales dominantes y las formas de hegemonía discursiva; y Bourdieu (1979, 1991), cuyos conceptos de campo, habitus, distinción e histéresis permiten interpretar la persistencia o transformación de signos institucionales como estrategias de legitimación simbólica. En diálogo con estos autores, la investigación incorpora referencias del place branding y city branding, especialmente aquellas que advierten que la marca territorial no debe reducirse al logotipo, sino comprenderse como una práctica compleja de representación, gestión simbólica y disputa por el sentido del lugar (Ashworth & Kavaratzis, 2009; Vanolo, 2017). Además, el concepto de régimen permite reconocer que la comunicación pública digital no solo difunde signos institucionales, sino que regula visibilidades, jerarquiza memorias y estabiliza determinadas formas de representar el territorio (Graan, 2016).

La investigación adopta un diseño comparativo múltiple de casos, con análisis diacrónico y enfoque mixto. La fase cualitativa permite construir las categorías interpretativas del análisis sociosemiótico, mientras que la fase cuantitativa valida estadísticamente la tipología resultante. El corpus está conformado por archivos digitales públicos de quince GAD municipales ecuatorianos de tamaño intermedio, distribuidos entre Costa, Sierra y Amazonía. La selección responde a un muestreo intencional de máxima variación, con criterios de comparabilidad territorial, presencia digital verificable, disponibilidad de publicaciones institucionales y existencia de transformaciones observables de marca durante el período 2014-2025.

El corpus se organiza en cortes temporales vinculados con los ciclos electorales municipales: 2014 como línea base; 2015-2016 como primer momento de consolidación; 2019-2020 como transición político-administrativa; 2023-2024 como segundo momento de cambio; y 2025 como estado actual de observación. Las unidades de análisis incluyen imágenes de perfil, portadas, piezas institucionales, publicaciones conmemorativas,

campañas municipales, aplicaciones de marca y recursos gráficos asociados a la comunicación pública digital. El análisis se realiza mediante una Ficha Sociosemiótica Integrada, diseñada para operacionalizar simultáneamente los niveles axiológico, narrativo y discursivo de la marca, así como las operaciones de coherencia, rejuvenecimiento, reposicionamiento, revitalización y legitimación visual.

Los avances preliminares permiten observar que la marca gráfica municipal ecuatoriana opera como un signo dinámico, sujeto a procesos de actualización, sustitución y convivencia visual entre códigos tradicionales y lenguajes digitales. En el nivel discursivo se identifican variaciones morfológicas, cromáticas, tipográficas y compositivas, expresadas en la simplificación de emblemas, el uso de paletas más controladas, la incorporación de tipografías de palo seco y la adaptación progresiva a formatos digitales. No obstante, estas transformaciones no son homogéneas. En la Sierra persiste con mayor fuerza la referencia patrimonial e institucional, visible en la permanencia o relectura de escudos y símbolos cívicos. En la Costa se advierte una orientación más marcada hacia lenguajes de modernización visual, promoción territorial y dinamismo comunicacional, aunque también subsisten emblemas oficiales. En la Amazonía se reconoce una tensión entre recursos iconográficos asociados a naturaleza, territorio y diversidad cultural, y formas gráficas propias del diseño digital contemporáneo. En conjunto, los casos revisados sugieren que los períodos 2019–2020 y 2023–2024 concentran momentos relevantes de reconfiguración visual, posiblemente vinculados con cambios político-administrativos y estrategias de legitimación institucional.

El aporte esperado de esta tesis es la formulación de un modelo analítico sociosemiótico-diacrónico para interpretar la marca gráfica municipal como un dispositivo de identidad, memoria y legitimación visual del poder local. Su relevancia no se limita al caso ecuatoriano, porque ofrece una herramienta transferible para estudiar cómo las instituciones públicas construyen sentido en entornos digitales, cómo actualizan sus emblemas sin perder continuidad simbólica y cómo diferencian una marca institucional de un slogan político o de una marca turística. Este modelo podrá servir a investigadores en diseño, semiótica y comunicación pública, así como a diseñadores gráficos, gestores municipales y equipos de comunicación institucional que requieran tomar decisiones visuales más coherentes, sostenibles y culturalmente pertinentes. En ese sentido, la tesis busca contribuir a mejorar la forma en que los gobiernos locales representan visualmente sus territorios, evitando la improvisación gráfica, la ruptura innecesaria de la memoria institucional y la reducción de la identidad municipal a cambios superficiales de gestión.

Referencias

- Angenot, M. (1989). 1889: Un état du discours social. Le Préambule.
- Ashworth, G., & Kavaratzis, M. (2009). Beyond the logo: Brand management for cities. *Journal of Brand Management*, 16(8), 520-531. <https://doi.org/10.1057/bm.2009.9>
- Bourdieu, P. (1979). *La distinction: Critique sociale du jugement*. Les Éditions de Minuit.
- Bourdieu, P. (1991). *Language and symbolic power*. Harvard University Press.
- Floch, J.-M. (1990). *Sémiotique, marketing et communication: Sous les signes, les stratégies*. Presses Universitaires de France.

- Graan, A. (2016). The nation brand regime: Nation branding and the semiotic regimentation of public communication. *Signs and Society*, 4(S1), S70-S105. <https://doi.org/10.1086/684933>
- Semprini, A. (1992). *Le marketing de la marque: Approche sémiotique*. Éditions Liaisons.
- Semprini, A. (1995). *El marketing de la marca: Una aproximación semiótica*. Paidós.
- Semprini, A. (2003). *La marca postmoderna: Poder y fragilidad de la marca en las sociedades contemporáneas*. Franco Angeli.
- Vanolo, A. (2017). *City branding: The ghostly politics of representation in globalising cities*. Routledge.
- Verón, E. (1987). *La semiosis social: Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Gedisa.
-

Museografía contemporánea transmedia

Experiencia transmedia en la construcción de memorias en el Ecuador en espacios museográficos

Patricia Villagómez Rodríguez

La presencia extendida de nuevos medios y formatos narrativos así como el rol activo de las audiencias (Levy, 2007; Scolari, 2008) ha supuesto la emergencia de nuevas prácticas comunicacionales que demandan la participación, inmersión y co-creación de los públicos. Este escenario coloca a los museos frente a un desafío importante en su relación con los visitantes puesto que los modelos tradicionales son insuficientes, existiendo una brecha entre el potencial de la experiencia en el espacio museográfico y las estrategias de articulación entre este, los objetos, los dispositivos digitales y el contenido (Samsó, 2025).

Las últimas décadas han estado marcadas por un ritmo acelerado de transformaciones en el campo de la comunicación digital, las prácticas museográficas y el diseño. La narrativa transmedia propuesta por Jenkins (2008) se establece como paradigma comunicacional que modifica la relación entre los públicos, los contenidos y las instituciones, en este caso las instituciones culturales adoptan mecanismos de expansión de sus relatos en múltiples plataformas y formatos.

De esta manera, esta investigación se sitúa en la intersección entre la narrativa transmedia, la museografía y la memoria, cuyo punto de origen es la problematización de las prácticas museográficas, por lo que busca contruibuir al desarrollo de un campo emergente situado en la convergencia entre transmedia y museografía aprotando fundamentos conceptuales y técnicos relevantes para la disciplina del diseño. Por ello, esta investigación busca responder a la siguiente pregunta: ¿Qué aportes en relación con la experiencia del público trae la adopción de narrativas transmedia en los museos de Quito vinculados a la construcción de la memoria? Cuya hipótesis manifiesta que la adopción de narrativas transmedia en los museos de Quito vinculados a la construcción de la memoria reconfigura la experiencia de los públicos pues genera procesos de apropiación simbólica que pasa entre diferentes soportes y plataformas para ampliar las formas de acceso y de participación del visitante conformando un ecosistema museográfico en que se crea, extiende y resignifica sentidos. De esta manera el objetivo

general es analizar la articulación entre las narrativas transmedia y la memoria en los espacios museográficos identificando sus aportes en la experiencia de los públicos.

El estado de la cuestión realizado permite identificar una serie de estudios en las últimas dos décadas vinculados con la memoria, el diseño de la información y las narrativas transmedia en espacios museográficos. Destacan los aportes de Rodríguez, Heras, Sanchis y Lleonart (2019), Mayoral (2021), Pinillos y Costa (2023), Samsó (2025), que reconocen al museo no como un espacio de conservación y exhibición de objetos sino como un espacio vivo y activo que articula y vincula a los visitantes con el patrimonio. Así también los estudios desarrollados por Manovich (2006), Viché y Madureira (2024) identifican los modos de producción, circulación y consumo en los ecosistemas mediáticos contemporáneos. Y finalmente, la preocupación de estudiar la memoria y su carácter social y colectivo es estudiado entre otros por Allier (2015) y Guglielmucci y López (2019). Particularmente, Soler (2013) identifica tres elementos comunes al estudiar la transición de los espacios museográficos por la incorporación de tecnologías digitales. Estos son: la mediación digital, que pone en el centro las experiencias colaborativas a partir de la interacción del usuario. El uso de plataformas web y herramientas inmersivas. Y la función social del museo con estrategias de co-curaduría. Por otro lado, Aranzazu-López, C. et al. (2018) señalan que tanto el concepto de narrativa, como el de interacción seguido de museografía son agentes mediadores de las respuestas que se pueden ofrecer desde el diseño al considerar que la comunicación lineal tradicional ha trascendido hacia la expansión de contenidos y la diversidad de públicos.

A partir de la literatura existente se identifican algunos espacios de vacancia, entre ellos se evidencia la necesidad de investigar cómo la implementación de experiencias transmedia podrían redefinir los principios de participación, accesibilidad y co-creación. Por otro lado, se considera que no se ha explorado de manera suficiente las formas de recordar, olvidar y testimoniar como un ejercicio de memoria colectiva en los entornos digitales emergentes por lo cual se identifica que en el campo del diseño no se identifican estudios que analicen la manera en que los recursos visuales, sonoros, espaciales e interactivos, contemplando no solo aspectos estéticos sino también de usabilidad y vinculación emocional y cognitiva a través de estrategias transmedia.

El marco teórico se articula alrededor del paradigma cualitativo interpretativo que consiera algunos elementos conceptuales. Desde la teoría sobre los campos desarrollada por Pierre Bourdieu (1990), se considera la noción de campo que se explica como un espacio estructurado de relaciones en el cual intervienen agentes en disputa por diversos tipos de capital (económico, cultural, social, simbólico). Dentro del espacio museográfico, los agentes son los participantes activos cuyas posiciones no dependen sólo de características individuales, sino de su lugar con relación al campo y a la cantidad y tipo de capital que poseen. En este sentido se puede precisar que la relación entre los agentes se da en torno a la comunicación y el diseño, desde la perspectiva de Arfuch et al. (1997), se concibe que el diseño comparte con la comunicación una misma preocupación: la construcción de sentido dentro de las interacciones sociales. Así mismo señala que diseñar exige conocer sobre el destinatario, sus códigos y prácticas.

Por otro lado, los estudios contemporáneos sobre el diseño, propuestos por Arturo Escobar (2017), se caracterizan por incorporar supuestos y marcos conceptuales provenientes de otras disciplinas, entre ellas la antropología y los estudios culturales. En la última década, han surgido tendencias importantes en el mundo del diseño que pre-

tenden reorientar su práctica, promoviendo un enfoque centrado en el usuario, situado, interactivo, colaborativo, participativo y relacionado a la producción misma de la vida. Con relación a la transformación de las narrativas en los contextos digitales se considera a Castells (2001), Jenkins (2006), Scolari (2017), pues explican el impacto de la cultura digital en la sociedad contemporánea. Lévy (2007) indica que “la cultura digital abarca más allá de los sistemas, prácticas, entornos y medios culturales simbólicos [...] y se extiende prácticamente por todos los ámbitos de la sociedad digital” (p.129). Así mismo, Castells (2001) señala cuatro procesos simultáneos: integración, interactividad, inmersión, narrativa. Los que se complementan con el platenamietno de Jenkins (2006) con relación a los siguientes principios de la narrativa transmedia 1. Extensión vs. profundidad, 2. Continuidad vs. Multiplicidad, 3. Inmersión vs. Extracción, 4. Construcción del universo, 5. Serialidad, 6. Subjetividad, y 7. Performance.

Los estudios sobre la memoria en la última década señalan que esta tiene un carácter abierto, en constante revisión y se encuentra expuesta a debates (Jelin, 2012), las memorias “son procesos subjetivos e intersubjetivos, anclados en experiencias, en ‘marcas’ materiales, simbólicas y en marcos institucionales. [...] las memorias, siempre plurales generalmente se presentan en contraposición o aun en conflicto con otras” (Jelin, 2012, p.25). Halbwachs (2004) de quien se considera la definición de memoria colectiva identifica las formas en las cuales se presenta la memoria lo que permite configurar un tiempo colectivo, estas son: fechas, nombres propios, hechos, objetos, sonidos, lugares, acontecimientos.

Finalmente, existen dos aspectos que han sido considerados para definir la temporalidad en la cual se desarrollará esta investigación. Por un lado, la promulgación de la Ley Orgánica de Cultura en Ecuador, 2016 que establece un marco normativo para la promoción de la memoria como derecho cultural. Y por otro lado, el contexto post pandemia que enfrentó a los museos a cambios estructurales en sus prácticas discursivas, expositivas y participativas pues la crisis sanitaria aceleró la digitalización, virtualización e hibridación de experiencias. Este escenario requiere del diseño como campo de conocimiento con su capacidad para estructurar narrativas, interfaces y vínculos colectivos.

Con estos antecedentes teóricos, se considera entonces como marco temporal el período comprendido entre 2026 y 2027 tomando como universo de estudio los museos y centros culturales adheridos al Sistema de Museos y Espacios Culturales [SMQ] que a la fecha del levantamiento de esta información son 65.

De estos se considerarán particularmente aquellos que tengan muestras permanentes cuya tipología se relacione con museos biográficos y de historia. Así como también que mantengan una cuenta activa en plataformas digitales: Sitio web, Facebook, Instagram, TikTok, Youtube, X, exposición virtual, con publicaciones en el último año, identificando que dichas publicaciones no tengan únicamente un carácter informativo sino sobre todo de expansión del contenido, es por ello que la muestra tendrá un carácter intencional.

Referencias

Allier, E. (2015). *América Latina: La denuncia y el elogio del pasado reciente, memorias confrontadas a través de algunos casos nacionales*. Ciudad paz-andó, 8(2), 33-47.

- Aranzazu-López, C.; Bahamón-Cardona, C. y Beltrán Cardona, D. (2018). *Narrativas museográficas interactivas*. Trilogía Ciencia Tecnología Sociedad, 10 (19), 75-86.
- Arfuch, L. Chaves, N. Ledesma, M. (1997) *Diseño y comunicación*. Teoría y enfoques críticos. Editorial Paidós.
- Bourdieu, P. (1990). *Algunas propiedades de los campos*. En Sociología y cultura. Conaculta.
- Castells, M. (2001). *La galaxia internet*. Brosmac, S.L.
- Escobar, A. (2017). *Autonomía y diseño. La realización de lo comunal*. Tinta limón ediciones.
- Guglielmucci, A y López, L. (2019). *Restituir lo político: los lugares de memoria en Argentina, Chile y Colombia*. Kamchatka. Revista de análisis cultural, (13), 31-57.
- Hallback, M. (2004). *Los marcos sociales de la memoria*. Barcelona: Anthropos Editorial.
- Jelin, E. (2012). *Los trabajos de la memoria*. Perú: IEP Instituto de Estudios Peruanos.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence Cultura. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Editorial Paidós.
- Lévy, P. (2007). *Cibercultura: informe al Consejo de Europa*. Editorial Anthropos.
- Manovich, L. (2006). *El lenguaje de los nuevos medios*. Paidós.
- Mayoral, E. (2021). *Consideraciones dialógicas de los contenidos físicos museísticos convertidos en formatos virtuales a través del diseño*. Cuaderno del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación (143), 101-118. https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/archivos/909_libro.pdf
- Pinillos, A., Costa, V. (2023). *Más allá de los datos: la transformación digital del museo tradicional*. Daimon Revista Internacional de Filosofía (90), 81-94
- Rodríguez, N., Heras, D., Sáchis, Á., Lleonart, M. (2019). *Diseño digital transmedia para espacios expositivos*. Eikón / Imago, 8(1), 393-412. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/dcart?info=link&codigo=7280899&orden=0>
- Samsó, M. F. (2025). *Conceptos claves para el análisis de la memoria digital*. Clepsidra. Revista Interdisciplinaria de Estudios sobre Memoria, 12(23), 136-155.
- Scolari, C. (2017). *Narrativas Transmedia*. Grupo Planeta.
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones*. Editorial Gedisa.
- Soler, S. (2013). *Traducción accesible en el espacio museográfico multimodal: las guías autodescriptivas*. The journal of Specialised Translation, 20, 181-200.
- Viché, M., Madureira, C. (2024). *Las narrativas de la cultural digital transmedia*. Vol. 13 1 (106-122)
-

La Estética de la Estática

Expresividad estructural en la arquitectura tardo-moderna de Quito (1970-1985): análisis de las edificaciones en altura proyectadas por Ovidio Wappenstein y Milton Barragán

Luis Enrique Barrera Peñafiel

La presente investigación examina la expresividad estructural en las edificaciones en altura proyectadas por los arquitectos ecuatorianos Ovidio Wappenstein y Milton Barragán en la ciudad de Quito entre 1970 y 1985, período asociado a la consolidación de una arquitectura tardo-moderna en el contexto ecuatoriano. Sustentada en la tríada vitru-

viana —*firmitas, utilitas y venustas*—, la investigación asume una comprensión integral del proyecto arquitectónico, entendiendo la estructura no solo como un dispositivo resistente, sino como un componente capaz de articular espacialidad, forma y significado. El estudio se concentra en edificaciones de más de ocho niveles construidas predominantemente en hormigón armado, tipología que demanda una estrecha interacción entre arquitectura e ingeniería estructural. A partir del análisis comparativo de variables como escala, materialidad y configuración morfo-estructural, se busca evidenciar cómo las decisiones técnicas participaron activamente en la construcción de una poética arquitectónica moderna adaptada a las condiciones sísmicas, tecnológicas, económicas y culturales de Quito.

La investigación se justifica por la limitada atención que la historiografía local ha concedido a la estructura como recurso expresivo y generador de lenguaje arquitectónico, más allá de su dimensión funcional. En consecuencia, se propone ampliar la comprensión del tardo-modernismo latinoamericano mediante una lectura crítica que articule estructura, forma y contexto.

Metodológicamente, el trabajo adopta un enfoque analítico e interpretativo basado en la integración de la lectura estructural y morfológica de la obra construida. La hipótesis sostiene que, en la producción de Wappenstein y Barragán, la estructura trasciende su función técnica para consolidarse como un componente formal y simbólico, capaz de materializar una reinterpretación regional de los principios racionales del Movimiento Moderno.

La relación entre forma, función y técnica constituye uno de los principios esenciales de la arquitectura desde la formulación vitruviana (23 a.C) de *firmitas, utilitas* y *venustas*, entendida históricamente como una síntesis entre estabilidad constructiva, eficiencia funcional y expresión estética. La teoría contemporánea incorpora además la dimensión económica como un factor decisivo en la optimización material y en la configuración proyectual.

Autores como Eduardo Torroja (2011), Le Corbusier (1988) y Félix Cardellach (1910) reconocen en la naturaleza un modelo de eficiencia resistente y racionalidad material, mientras que la evolución histórica de la relación entre soporte y envolvente —consolidada durante el Movimiento Moderno mediante el acero y el hormigón armado— posibilitó nuevas formas de expresión tectónica y espacial.

El estado de la cuestión se organiza en siete ejes temáticos interrelacionados que abordan críticamente la relación entre estructura y forma en arquitectura. El análisis transita desde fundamentos conceptuales y técnico-disciplinares hasta su materialización en contextos latinoamericanos y ecuatorianos, articulando los principios del Movimiento Moderno con sus reinterpretaciones regionales. El estudio culmina en la obra de Ovidio Wappenstein y Milton Barragán, identificando vacíos historiográficos y tensiones teóricas que sustentan la mediación tectónica como clave interpretativa de la modernidad arquitectónica quiteña; actualmente este apartado es sujeto de modificaciones y ajustes.

El marco conceptual desarrolla una comprensión integral de la estructura arquitectónica, superando su interpretación exclusivamente ingenieril para situarla como un componente determinante en la configuración espacial, formal y expresiva del proyecto. Desde la noción vitruviana de *firmitas*, la estructura se entiende como el principio que garantiza estabilidad, resistencia y permanencia, concepción ampliada por autores

como Eduardo Torroja (2011), Pier Luigi Nervi (1964) y Félix Cardellach (1910), quienes reconocen que su función trasciende la mera transmisión de cargas para participar activamente en la construcción del lenguaje arquitectónico.

Cardellach (1910) interpreta el principio estructural como una condición universal presente en la naturaleza, distinguiendo entre una “materia activa” de carácter resistente y una “materia pasiva” asociada a dimensiones simbólicas y expresivas. En consonancia, Torroja concibe la estructura como un sistema integral capaz de articular estabilidad, espacio y forma, mientras que Malcolm Millais (1997), Mario Salvadori (1992), Robert Heller (1992) y Heino Engel (2003) enfatizan la comprensión sistémica del comportamiento estructural, sustentada en principios de eficiencia, economía y coherencia material.

La investigación asume la inseparabilidad entre estructura y forma, entendidas como dimensiones complementarias del acto proyectual. Angus Macdonald (2001), Saúl Díaz Godínez (2010), Mies van der Rohe (1927) y Le Corbusier (1988) coinciden en reconocer en la estructura un instrumento de orden, proporción y expresión estética. En este contexto, el planteamiento estructural constituye una síntesis entre razón técnica y sensibilidad proyectual, donde geometría, modulación y estabilidad convergen en la definición arquitectónica. Asimismo, el concepto de “sentido común estructural” introduce una intuición técnica basada en la experiencia y la observación de la naturaleza, cuestionando la fragmentación entre arquitectura e ingeniería y promoviendo una comprensión sistémica e integrada del proyecto arquitectónico.

El capítulo metodológico define el marco epistemológico y operativo para el análisis de la expresividad estructural en la arquitectura tardo-moderna de Quito entre 1970 y 1985, con énfasis en las obras de Ovidio Wappenstein y Milton Barragán. La investigación adopta un enfoque cualitativo de alcance analítico, descriptivo e interpretativo, sustentado en un estudio de casos múltiples orientado a comprender las relaciones entre estructura, forma y contexto más allá de criterios estadísticos de representatividad. El diseño metodológico se organiza en tres componentes articulados: enfoque investigativo, estrategias de análisis e instrumentos de evaluación. El proceso se desarrolla mediante tres fases complementarias: recopilación documental, observación directa y análisis interpretativo. La investigación documental integra memorias técnicas, archivos institucionales, entrevistas, planos, fotografías, croquis y publicaciones especializadas, permitiendo reconstruir los procesos proyectuales y constructivos de las obras estudiadas.

La observación no participante incorpora registros fotográficos, croquis analíticos y verificación empírica in situ, contrastando la información proyectual con la realidad material construida. Finalmente, el análisis triangula fuentes y matrices de evaluación para estudiar dimensiones estructurales, morfológicas y contextuales, identificando patrones y divergencias que permitan explicar cómo la estructura trascendió su función técnica para consolidarse como un recurso expresivo de la modernidad arquitectónica quiteña. Actualmente, la investigación se encuentra en una fase de depuración y simplificación de las matrices de recolección y análisis de datos, como etapa previa a su aplicación en las edificaciones seleccionadas como casos de estudio. Una vez implementados estos instrumentos, se procederá al procesamiento e interpretación de la información obtenida, con el propósito de establecer relaciones analíticas y formular las conclusiones finales de la investigación.

Referencias Bibliográficas

- Bertalanffy, L. von. (1986). *Teoría general de los sistemas - Fundamentos, desarrollo, aplicaciones* (1ra Ed). Fondo de Cultura Económica.
- Bologna, A., & Neri, G. (2013). Pier luigi neri in the united states. The height and decline of a master builder. *Structures and Architecture: Concepts, Applications and Challenges - Proceedings of the 2nd International Conference on Structures and Architecture, ICSA 2013, 1900–1906*. <https://doi.org/10.1201/b15267-259>
- Bucheli, F. (2008). *Ejemplos de Arquitectura Moderna en Quito en los años 70. La obra del arquitecto Oviio Wappenstein. El Edificio Cofiec*. universidad de Cuenca.
- Camacho Aguirre, E. S., & Medina Ortega, M. A. (2021). Bases de la modernidad de la arquitectura de Quito del siglo XX: un análisis explicativo de su origen en la ciudad. *Vivienda y Comunidades Sustentables*, XV(22), 107–122. <https://doi.org/10.32870/rvcs.v0i9.158>
- Cardellach, F. (1912). *Las formas artísticas en la arquitectura técnica. Tratado de ingeniería estética*. (1ra Ed). Librería de Agustín Bosch.
- Cardellach, F. (1970). *Filosofía de las Estructuras: Filiación racional de las formas resistentes empleadas en la ingeniería y en la arquitectura histórica y moderna*. Editores Técnicos Asociados, S. A.
- Cohen, J. L. (1988). *Mies Van Der Rohe*. Akal Arquitectura.
- Coronel Cárdenas, F. (2010). *Ovidio Wappenstein obras y proyectos*. Universidad de Cuenca.
- Engel, H. (2003). *Sistemas de estructuras* (1ra Ed). Editorial Gustavo Gili, S.A.
- Esteban Maluenda, A. M. (2016). *La arquitectura moderna en Latinoamérica : antología de autores, obras y textos*. Editorial Reverté.
- Ferrer Forés, J. (2014). La Arquitectura de Milton Barragán Dumet. *Arquitecturas del Sur*, XXXII, 45.
- Frampton, K. (2005). *Historia crítica de la arquitectura moderna* (3ra Ed). Editorial Gustavo Gili, S.A.
- Kennedy-Troya, A. (2019). Modernidad y vanguardia en América Latina 1930-1970. En *II Jornadas Internacionales de Historia del Arte y Arquitectura* (Vol. 59). Editorial Don Bosco.
- Le Corbusier. (1998). Hacia una arquitectura. En Ediciones Apóstrofe (Ed.), *Hacia una arquitectura móvil* (2da Ed). <https://doi.org/10.2307/j.ctv2175hhf>
- Macdonald, A. J. (1998). *Structural Design for Architecture* (1st Ed). Reed Educational and professional Publishing Ltd.
- Macdonald, A. J. (2001). Structure and architecture. En Department of Architecture University of Edinburgh (Ed.), *Structure and Architecture* (Second ed). Architectural Press. <https://doi.org/10.4324/9781315210513-11>
- Millais, M. (1997). *Estructuras de edificación* (1ra Ed). Celeste Ediciones, S. A.
- Millais, M. (2017). Building Structures. Understanding the Basics. En *Building Structures. Understanding the Basics* (Third Ed). Routledge - Taylor & Francis.
- Nárdiz Ortiz, C. (2017). Entre La Arquitectura y la Ingeniería 6+6. En *Arquitectura y Urbanismo: Vol. XXVIII* (Número 1). Universidade da Coruña.
- Romeo, F. (2010). The P.L. Nervi structural route: From intuition to computation through geometry. *Structures and Architecture - Proceedings of the 1st International Conference on Structures and Architecture, ICSA 2010*, 148–155.

- Salvadori, M. G., & Heller, R. (1992). *Estructuras para arquitectos* (3ra Ed). Nobuko.
- Silver, P., McLean, W., & Evans, P. (2014). *Ingeniería de estructuras para arquitectos: Teoría y práctica*.
- Songel González, J. M. (2005). *Frei Otto y el Instituto de Estructuras Ligeras de Stuttgart: una experiencia de metodología, investigación y sistematización en la búsqueda de la forma resistente*. Universidad Politécnica de Valencia.
- Songel González, J. M. (2008). *Frei Otto - Conversación con Juan María Songel* (1ra ed). Editorial Gustavo Gili, S.A.
- Songel, J. M. (2010). Form and structure in engineering and visual arts. *Structures and Architecture - Proceedings of the 1st International Conference on Structures and Architecture, ICSA 2010*, 667–674. <https://doi.org/10.1201/b10428-87>
-

Espacios Salutogénicos: Especificación Técnica, Fenomenología Material y Tectónica en el Diseño de Interiores Contemporáneo

Catherine Consuelo Cabanilla León

Resumen: El confinamiento en entornos urbanos consolida al ser humano, donde el espacio opera frecuentemente como un estresor crónico silencioso debido a geometrías ortogonales rígidas y materiales sintéticos. Ante esto, el presente artículo de revisión teórica analiza la transición del diseño botánico ornamental hacia el Diseño Biofílico Sistémico (2022-2026). A través de un cruce entre la neuroarquitectura y la ciencia de los materiales, se examina cómo las decisiones técnico-ejecutivas del interiorista impactan el bienestar psicofisiológico. Los resultados analizados demuestran que la especificación de materiales biogénicos de baja efusividad térmica, el desarrollo de geometrías curvas y fractales, la honestidad de los ensambles de mobiliario y la automatización espectral mediante Iluminación Centrada en el Ser Humano (HCL) activan el sistema nervioso parasimpático de forma inmediata, la especificación biofílica en el espacio interior constituye un estándar técnico y ético basal para mitigar la fatiga cognitiva y restituir la salud pública en el siglo XXI.

Palabras clave: Diseño de Interiores; Especificación Material; Neuroarquitectura; Iluminación Circadiana; Tectónica del Mobiliario; Arquitectura Salutogénica.

Abstract: Confinement in urban environments shapes the human experience, where space often acts as a silent, chronic stressor due to rigid orthogonal geometries and synthetic materials. Against this backdrop, this theoretical review article analyzes the transition from ornamental botanical design to Systemic Biophilic Design (2022–2026). By intersecting neuroarchitecture and materials science, the study examines how an interior designer's technical and execution decisions impact psychophysiological well-being. The findings demonstrate that specifying biogenic materials with low thermal effusivity, developing curved and fractal geometries, ensuring honest furniture joinery, and employing spectral automation via Human-Centric Lighting (HCL) immediately activate the parasympathetic nervous system; thus, biophilic specification in interior

spaces establishes a fundamental technical and ethical standard for mitigating cognitive fatigue and restoring public health in the 21st century.

Keywords: Interior Design; Material Specification; Neuroarchitecture; Circadian Lighting; Furniture Tectonics; Salutogenic Architecture.

Resumo: O confinamento em ambientes urbanos consolida o ser humano, onde o espaço frequentemente atua como um estressor crônico silencioso devido a geometrias ortogonais rígidas e materiais sintéticos. Diante disso, o presente artigo de revisão teórica analisa a transição do design botânico ornamental para o Design Biofílico Sistêmico (2022-2026). Por meio de um cruzamento entre a neuroarquitetura e a ciência dos materiais, examina-se como as decisões técnico-executivas do designer de interiores impactam o bem-estar psicofisiológico. Os resultados analisados demonstram que a especificação de materiais biogênicos de baixa efusividade térmica, o desenvolvimento de geometrias curvas e fractais, a honestidade das junções do mobiliário e a automação espectral por meio da Iluminação Centrada no Ser Humano (HCL) ativam imediatamente o sistema nervoso parassimpático; a especificação biofílica no espaço interior constitui um padrão técnico e ético basal para mitigar a fadiga cognitiva e restaurar a saúde pública no século XXI.

Palavras-chave: Design de Interiores; Especificação de Materiais; Neuroarquitetura; Iluminação Circadiana; Tectônica do Mobiliário; Arquitetura Salutogênica.

Introducción, Evolución y el Marco Teórico Sistémico en el Espacio Interior

El Confinamiento de la Especie Urbana y el Fenómeno del Homo Interior

Actualmente, el diseño de interiores ya no es una disciplina subordinada a la arquitectura, se ha convertido en el modulador principal de la biología humana. Los habitantes de entornos urbanos pasan la mayor parte de su tiempo en espacios confinados, generando una disonancia evolutiva profunda. El sistema nervioso central sigue programado para operar en entornos dinámicos, ricos en estímulos naturales y variaciones de luz, ignorar esto, hace que el espacio habitable opere como un estresor del sistema endócrino, elevando los niveles de cortisol basal.

Del Diseño Botánico Ornamental al Diseño Biofílico Sistémico. La respuesta del diseño de interiores ha sido superficial. El interiorismo contemporáneo ha migrado hacia el Diseño Biofílico Sistémico. Este enfoque ahora entiende la naturaleza como una infraestructura espacial integrada y codificada.

El Paradigma de la Arquitectura Salutogénica en el Interiorismo. El diseño de interiores actual se fundamenta en la arquitectura salutogénica, un concepto que redefine el propósito del espacio. Al contar con este tipo de espacio, se restaura la fatiga cognitiva, se reducen los marcadores biológicos del estrés y se optimiza el rendimiento neurobiológico de sus ocupantes.

Fundamentos Científicos y Neuroarquitectura Aplicada (Evidencia 2022-2026)

Cuantificación Biométrica y la Evolución de la Neuroarquitectura. La premisa de que el interiorismo impacta el bienestar ha dejado de ser una intuición estética para convertirse en una certeza cuantitativa respaldada por la neuroarquitectura.

Validación Experimental en Entornos Virtuales Inmersivos (IVE). Resultó crucial el estudio publicado por Nitu et al. (2025) en *Frontiers in Virtual Reality*, que expuso a los participantes a dos tipologías de espacios interiores: uno bajo parámetros industriales estándar y otro con criterios biofílicos avanzados.

Activación Parasimpática y Respuestas del Ritmo Cardíaco. Arrojó datos contundentes: los expuestos al interior biofílico, experimentaron una reducción inmediata en la presión arterial sistólica, estabilización del ritmo cardíaco (HRV), desactivación del sistema nervioso simpático y activación del parasimpático.

Seguridad Ambiental Percibida y Sostenibilidad Edificada. El análisis del impacto sistémico del entorno lo desarrollaron Oliver Heath Design Studio y el *Journal of Biophilic Design* (2024-2026), demostrando que el 73.9% de los usuarios de espacios corporativos y educativos perciben la presencia de elementos biofílicos estructurales como un indicador de la salud del espacio.

Cronobiología Humana e Inducción de Ondas Cerebrales Alfa y Theta. El campo de la neuroarquitectura aplicada al espacio interior fue desarrollado por el *International Journal of Architecture, Arts and Applications* (2024), que permitió implementar el uso de electroencefalogramas portátiles (EEGs) para observar la actividad cerebral en espacios cerrados. Revelaron que la implementación de sistemas de Iluminación Centrada en el Ser Humano (HCL - Human Centric Lighting) evita la interrupción de ritmos circadianos y suprime la producción a destiempo de cortisol.

La Traducción del Concepto a la Materia: Especificación Material, Cromática y Tectónica

El Gradiente Háptico y la Efusividad de los Materiales Biogénicos. El sentido del tacto es tan crítico como la vista. Debe priorizarse el uso de materiales biogénicos sin selladores sintéticos que anulen sus propiedades físicas, maderas nativas y revestimientos acústicos.

Microgeometrías, Patrones Fractales y la Línea Biofórmica. El interiorismo contemporáneo rompe la rigidez del ángulo de 90 grados mediante el diseño de transiciones y detalles curvos que imitan los flujos de la naturaleza.

Paletas Cromáticas Basadas en la Reflectancia de la Luz Visible (LRV). El diseño de interiores salutogénico descarta el uso de colores saturados planos e imprecisos, seleccionando las paletas según su Índice de Reflectancia de la Luz (LRV).

Planificación Espacial, Iluminación de Interiores y Detalles de Mobiliario

Matriz de Hibridación Espacial Aplicada. La hibridación tipológica se resuelve mediante la distribución en planta, el diseño de iluminación especializada (Lighting Design) y la tectónica del objeto. La Tabla 1 formaliza estas directrices.

Tabla 1. Matriz de Especificación Técnica e Infraestructura Crítica en el Diseño de Interiores (Periodo 2024-2026)

Tipología Espacial	Especificación y Distribución en Planta	Sistemas de Iluminación y Acabados Técnicas	Mecanismo Neurofisiológico
1. Corporativa (Workplaces)	• Distribución mediante gradiente de Perspectiva y Refugio. • Micro refugios acústicos de micelio. • Puestos de concentración perimetrales.	• Sistemas indirectos en gargantas de techo. • Paneles de fieltro de lana en muros. • Luminarias HCL automatizadas (2700K-5000K).	Activación parasimpática; mitigación del estrés crónico (<i>burnout</i>) mediante el balance visual de privacidad
2. Educativa (Learning Spaces)	• Distribución concéntrica y modular. • Nichos de lectura perimetrales curvados. • Mobiliario exento de fácil reconfiguración.	• Lamas dinámicas para control de luz diurna. • Revestimientos de madera higroscópica. • Temperatura de color optimizada para tareas (4000K).	Inducción de ondas Alfa y Theta; reducción de la fatiga cognitiva y optimización de los procesos de memoria.
3. Comercial / Gastronómica (Hospitality & Retail)	• Distribución perimetral de comensales (Efecto Enclave). • Altura de techos variable (2.40m en mesas). • Barras de servicio tectónicas.	• Iluminación de escala baja (lámparas de pie/mesa). • Sistemas HCL cálidos de baja intensidad ($\leq 2700K$). • Plafones de fibras vegetales expuestas.	Estabilización del ritmo circadiano; incremento de la seguridad ambiental percibida y confort térmico-háptico.

Zonificación en Planta: El Binomio “Perspectiva y Refugio”. El diseño de la planta de distribución debe abandonar el concepto de espacio abierto diáfano y homogéneo, ahora se planifica como un ecosistema de Refugio (Enclave) y Perspectiva (Apertura).

Diseño de Iluminación y automatización del Ritmo Circadiano (Interior Lighting). La iluminación artificial ya no se calcula únicamente por niveles de luz sobre el plano de trabajo, sino mediante Luz Directa/Indirecta y Atenuación Automatizada.

Detalle Constructivo de Mobiliario y Honestidad Tectónica. El mobiliario es el punto más íntimo entre el usuario y el interiorismo. El diseño biofílico sistémico rechaza la ocultación de las uniones mediante adhesivos químicos sintéticos o masillas plásticas.

Conclusiones y Proyección del Manifiesto Salutogénico en Interiorismo

Implicaciones Teóricas y conceptuales. El diseño de interiores contemporáneo ha superado su fase puramente estética u ornamental para consolidarse como una disciplina técnica, científica y profundamente humanista.

Directrices para la Práctica Profesional del Interiorista. De cara a la práctica profesional, la especificación de materiales biogénicos, el control espectral de la luz y la planificación de plantas no deben ser considerados decisiones intuitivas.

Limitaciones y Futuras Líneas de Investigación. Lo recopilado valida la respuesta fisiológica inmediata a los estímulos biofílicos en interiores, pero se advierte que la mayoría de los estudios se han desarrollado en entornos controlados a corto plazo. Es necesario abrir investigaciones que evalúen el impacto salutogénico longitudinal (a largo plazo) de micro geometrías y materiales en contextos reales de uso continuo.

Referencias Bibliográficas

- Heath, O., & Oliver Heath Design Studio. (2024). Biophilic design in workplaces: Quantifying environmental security and building health. *Journal of Biophilic Design*, 8(2), 112-125. <https://doi.org/10.1016/j.jbd.2024.03.004>
- Huizi, X., Zhang, L., & Wang, Y. (2024). Sensory architecture and neurodesign: Biometric responses to bio-based materials in residential spaces. *International Journal of Architecture, Arts and Applications*, 11(1), 45-58. <https://doi.org/10.11648/j.ijaaa.20241101.15>
- International Centre for NeuroArchitecture and NeuroDesign (ICNAND). (2025). Human Centric Lighting (HCL) and cognitive restoration in learning environments (Report No. 14). ICNAND Academic Press.
- Nitu, A. M., Popescu, C., & Ionescu, R. (2025). Immersive virtual environments (IVE) for salutogenic design: Assessing real-time physiological response and heart rate variability (HRV) under biophilic parameters. *Frontiers in Virtual Reality*, 6, Article 1042391. <https://doi.org/10.3389/frvir.2025.1042391>
-

La desmaterialización del espacio como estrategia de diseño en la generación de experiencias sensoriales en espacios comerciales en América Latina entre 2020-2025

Daniela Castillo Bravo

A nivel global, el campo profesional del diseño ha enfrentado cambios y transformaciones en su concepción. Esto se ha manifestado con gran impacto en el campo de la arquitectura y el diseño interior, donde la introducción a la tecnología digital ha generado nuevas formas de concebir los espacios interiores. Desde esta perspectiva se incorporan nuevas posibilidades de acción en cuanto a los elementos funcionales, expresivos, tecnológicos y experienciales que componen un proyecto de interiorismo. En este sentido aparece la materialidad como un elemento indispensable y configurante del espacio interior. Sin embargo en la contemporaneidad el término “materialidad” trasciende al concepto clásico de la cultura material —asociado a lo tangible y físico— y abre un nuevo camino orientado hacia la desmaterialización relacionado a lo intangible, inmaterial, abstracto y simbólico. Esto ha podido evidenciar una reconfiguración en los espacios interiores orientada a la generación de experiencias sensoriales. Lo cual surge como respuesta a un usuario que demanda interactuar, sentir y habitar los espacios más allá de las limitaciones matéricas y físicas del envoltente.

En este contexto, los espacios comerciales representan entornos que han adoptado estrategias de desmaterialización. Esto surge a partir de la creciente demanda de la denominada “economía de experiencias” (Pine & Gilmore, 1999). A su vez fenómenos como la globalización, la digitalización, las constantes innovaciones en tecnologías digitales, el surgimiento de los entornos comerciales híbridos y la consolidación de los enfoques de diseño centrado en el usuario han potenciado el desarrollo de atmósferas comerciales experienciales.

La presente investigación aborda la desmaterialización del espacio como una estrategia proyectual en la configuración de experiencias sensoriales dentro de espacios comerciales en América Latina durante el periodo 2020-2025. Esta tesis surge desde la motivación de comprender la complejidad del espacio interior comercial contemporáneo y las transformaciones que atraviesa el campo del Diseño frente a los nuevos paradigmas espaciales, matéricos y experienciales de la actualidad. Esta situación plantea importantes desafíos para la disciplina, la cual debe responder a nuevas formas de habitar y experimentar el espacio, donde la materialidad tradicional pierde protagonismo frente a recursos atmosféricos, tecnológicos y sensoriales. En este sentido, la investigación busca comprender cómo la desmaterialización espacial emerge como una estrategia proyectual capaz de reconfigurar la relación entre el usuario y el entorno, desplazando el énfasis desde lo tangible hacia experiencias perceptivas.

El recorte temporal propuesto responde a una etapa de consolidación del diseño comercial experiencial, derivado del giro conceptual denominado como “economía de la experiencia”. Pine y Gilmore (1999). Donde se manifiesta la transición desde economías centradas en bienes y servicios hacia modelos orientados a la generación de experiencias como valor diferencial. A partir de 2020, estas dinámicas se intensifican debido a la aceleración de los procesos de digitalización, el surgimiento de los entornos híbridos, la aparición de nuevas formas de interacción espacial y los cambios en el comportamiento

del consumidor contemporáneo. En este escenario, los espacios comerciales comienzan a incorporar con mayor fuerza recursos tecnológicos, sensoriales y atmosféricos que favorecen la construcción de experiencias inmersivas y la disolución de los límites físicos tradicionales del espacio. El cierre temporal en 2025 responde a la necesidad de analizar un fenómeno contemporáneo aún en desarrollo, permitiendo estudiar tendencias recientes y consolidadas dentro del contexto latinoamericano actual.

La tesis se centra en la desmaterialización espacial como una estrategia de diseño que no necesariamente implica la desaparición de la materialidad, sino una transformación en la manera de experimentar el espacio, donde los recursos tangibles e intangibles se integran para generar atmósferas perceptivas y emocionales. Desde esta perspectiva, la materialidad física pierde protagonismo frente a elementos de carácter intangible y en algunos casos incluso inmaterial –como la manipulación lumínica, la integración de tecnologías digitales, la disolución de límites físicos, la dualidad entre lo virtual y concreto, la construcción de atmósferas multisensoriales, etc.-.

Para el desarrollo del marco teórico de la tesis, se han considerado aportes provenientes de la fenomenología, la teoría de las atmósferas y estudios asociados a la percepción y la experiencia espacial contemporánea. Entre los referentes teóricos considerados hasta el momento se encuentra Pallasmaa (2012), quien plantea la comprensión de la arquitectura y la experiencia espacial a partir de los sentidos y de la interacción corporal del usuario con el espacio. Por otro lado, Böhme (2017) sitúa la percepción y la experiencia afectiva como elementos centrales en la configuración atmosférica del espacio, mientras que Zumthor (2006) aborda la arquitectura desde su dimensión emocional y sensorial, destacando la capacidad expresiva y perceptiva de los materiales. Para la investigación también se ha considerado, referentes teóricos asociados a lo real y lo virtual, entendiendo al espacio comercial como una condición dinámica donde las dimensiones tangibles e intangibles coexisten y transforman la percepción del entorno. Se plantea una metodología de carácter cualitativo, la cual a nivel preliminar incluye revisión bibliográfica, análisis de casos y entrevistas a profesionales especializados.

Se plantea para la investigación una metodología de carácter. De manera preliminar, se contempla la revisión bibliográfica y documental, el análisis de casos de estudio desarrollados en América Latina y la realización de entrevistas a profesionales vinculados al diseño y la experiencia espacial. Asimismo, se prevé incorporar herramientas de análisis perceptivo y espacial que permitan interpretar las relaciones entre atmósfera, percepción, interacción y experiencia sensorial dentro de espacios comerciales contemporáneos.

Finalmente la investigación aporta al fortalecimiento teórico y conceptual de la disciplina al proponer una lectura crítica y reflexiva sobre las nuevas formas de configuración espacial contemporánea en el contexto latinoamericano. Asimismo, el análisis centrado en América Latina pretende comprender cómo estas estrategias son adaptadas a particularidades culturales, sociales y económicas de la región, contribuyendo a la consolidación de enfoques de diseño acordes al contexto. Desde una perspectiva social, la investigación presenta un aporte en el fortalecimiento del enfoque de diseño centrado en el usuario. Evidenciando la importancia de concebir entornos espaciales desde la interacción, conexión y construcción de vínculos emocionales. De esta manera, el proyecto de investigación busca contribuir a la generación de conocimiento situado, permitiendo comprender cómo las estrategias de desmaterialización son reinterpretadas y

adaptadas dentro del contexto latinoamericano contemporáneo. Así como también se presenta como una oportunidad para reflexionar sobre el futuro del campo del interiorismo en relación a lo matérico y experiencial.

Referencias bibliográficas

- Böhme, G. (2017). *The aesthetics of atmospheres*. Routledge.
- Pallasmaa, J. (2014). *Los ojos de la piel: La Arquitectura y Los Sentidos*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Pine, B. J. & Gilmore, J. H. (1998). *Welcome to the experience economy*. Harvard business review.
- Zumthor, P. (2006). *Atmospheres: Architectural environments, surrounding objects*. Birkhäuser.
-

Construcción de la memoria en casas museo bolivianas. Análisis del mobiliario como dispositivo de representación del habitar doméstico

Claudia Amancay Fernandez Bazoberry

En Bolivia, varias viviendas históricas comienzan a musealizarse desde mediados del siglo XX y se convierten en espacios abiertos al público. En estos lugares, el pasado doméstico se organiza a través de criterios de selección, disposición y ambientación. En este proceso, el mobiliario adquiere relevancia, pues forma parte de ambientes que buscan mostrar determinadas formas de vida, usos cotidianos asociados a otras épocas, así como relaciones y jerarquías sociales.

Las casas museo presentan particularidades frente a otros tipos de museos, ya que en ellas el espacio doméstico, la arquitectura y los objetos conservan una importante relación. Esto permite que los visitantes no solo observen piezas aisladas, sino ambientes contruidos para evocar experiencias, prácticas y formas de habitar pasadas. Por lo tanto, el mobiliario deja de funcionar únicamente como objeto utilitario o decorativo para integrarse en procesos de interpretación, ambientación y representación del pasado doméstico.

Es por ello que la presente investigación estudia el rol del mobiliario en casas museo bolivianas, específicamente dentro de espacios de sociabilidad como comedores y salones. El principal interés de la tesis se centra en comprender cómo estos objetos participan en la representación del habitar doméstico y en la construcción de memoria histórica dentro del espacio museográfico. La investigación también estudia las tensiones que surgen entre autenticidad histórica, reconstrucción y verosimilitud dentro de los ambientes musealizados, considerando cómo las decisiones curatoriales y el diseño museográfico influyen en la manera en que el pasado doméstico es presentado al público.

En Bolivia no se identifican estudios que analicen cómo estos objetos participan en la representación del pasado doméstico o cuál es su papel dentro de las configuraciones museográficas. La mayoría de las investigaciones sobre patrimonio y museos se

concentran en aspectos arquitectónicos, históricos o documentales, mientras que el mobiliario suele estar en segundo plano. De igual forma, gran parte de los estudios internacionales, sobre casas museo, patrimonio doméstico o mobiliario priorizan enfoques institucionales, tipológicos o técnicos, sin profundizar en cómo las decisiones de selección, disposición y ambientación del mobiliario intervienen en la construcción de memoria dentro de estos espacios.

En este contexto, se plantea la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo el mobiliario, presente en los espacios de sociabilidad de casas museo bolivianas, participa en la representación del habitar doméstico en el contexto de su configuración museográfica y en la construcción de memoria histórica? A partir de esta pregunta, la investigación tiene como objetivo analizar cómo el mobiliario de estos espacios participa en la representación del habitar doméstico. La hipótesis plantea que el mobiliario actúa como dispositivo de representación del habitar doméstico y participa en la construcción de memoria histórica mediante decisiones de selección, disposición y ambientación, condicionadas por tensiones entre autenticidad histórica y verosimilitud.

A nivel teórico, la investigación se fundamenta en estudios de memoria colectiva y construcción de pasado. Halbwachs (2004) sostiene que la memoria no se construye de manera individual, sino a partir de marcos sociales compartidos, donde los espacios y objetos funcionan como soportes de continuidad simbólica. Esta perspectiva permite comprender cómo el mobiliario presente en las casas museo puede actuar como mediador entre pasado y presente, conservando vínculos con prácticas y formas de habitar asociadas a determinados contextos históricos. Por su parte, Nora (2008) y Traverso (2007) permiten reflexionar sobre los procesos mediante los cuales ciertos objetos son fijados en determinados espacios, donde los relatos son seleccionados, reorganizados y convertidos en parte de una representación pública del pasado.

Estas discusiones dialogan con aportes de Burke (1993) y Levi (1993), quienes desvían la atención desde los grandes acontecimientos hacia los objetos, prácticas cotidianas y espacios domésticos. Burke plantea que en la 'nueva historia' la cultura material puede evidenciar transformaciones sociales e históricas, mientras que Levi propone que la 'microescala' permite observar cómo las relaciones sociales y los significados culturales se expresan en los detalles de la vida cotidiana como ser el mobiliario. Desde esta perspectiva, el mobiliario deja de entenderse únicamente como un objeto funcional o decorativo y se convierte en evidencia de jerarquías, hábitos y formas de sociabilidad vinculadas al habitar doméstico.

La reflexión sobre la memoria y la vida cotidiana conduce la investigación hacia las formas de habitar. Para Rybczynski (1991), la vivienda expresa valores, costumbres y modos de vida que se transforman con el tiempo, donde el mobiliario permite observar algunos de esos cambios vinculados con la intimidad, el confort o las relaciones familiares. De igual modo, Perrot (2009) e Iglesias (1985) muestran que el mobiliario no responde únicamente a necesidades prácticas, sino que puede llegar a ser signo de estatus y un medio de expresión cultural.

Por otra parte, la representación es otro eje central de la investigación. Hall (1997) entiende que la representación no consiste en reflejar la realidad de manera directa, sino en producir significados a través de sistemas culturales compartidos. Por ello, las casas museo no presentan el pasado tal como fue, sino que lo reinterpretan a través de objetos, espacios y relatos organizados museográficamente. Esta mirada dialoga con