Número 15, Año 5, Julio-Octubre, 2025
ISSN 2992-7552

REVISTA DE ESTUDIOS INTERDISCIPLINARIOS DEL ARTE, DISEÑO Y LA CULTURA

INVESTIGACIONES EMERGENTES EN EL DISEÑO

Universidad Nacional Autónoma de México
UNAM CUAUTITLÁN
SIAyD Seminario Interdisciplinario de Arte y Diseño
Revista de Estudios Interdisciplinarios del Arte, Diseño y la Cultura
latindex
OPEN ACCESS

REVISTA DE ESTUDIOS INTERDISCIPLINARIOS DEL ARTE, DISEÑO Y LA CULTURA

ISSN 2992-7552

OBRA FOTOGRÁFICA:
José Eduardo Hernández García
Título de la Serie: "México *Express*"
Año: 2024

Número 15
Julio-Octubre, 2025

Diseño Editorial:
Alma Elisa Delgado Coellar

Revista de Estudios Interdisciplinarios del Arte, Diseño y la Cultura, Número 15, Año 5, Julio-Octubre de 2025, es una publicación cuatrimestral editada por la Universidad Nacional Autónoma de México, Ciudad Universitaria, Alcaldía Coyoacán, C.P. 04510, Ciudad de México, a través de la Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán, ubicada en km. 2.5 carretera Cuautitlán Teoloyucan, San Sebastián Xhala, Cuautitlán Izcalli, Estado de México. C.P. 54714. Tel. 5558173478.
https://masam.cuautitlan.unam.mx/seminarioarteydiseno/revista/index.php, seminario.arteydiseno@gmail.com. Editora responsable: Dra. Alma Elisa Delgado Coellar. Certificado de Reserva de Derechos al Uso Exclusivo número 04-2022-031613532400-102; ISSN 2992-7552, ambos otorgados por el Instituto Nacional del Derecho de Autor. Responsable de la última actualización de este número a cargo de la Dra. Alma Elisa Delgado Coellar, Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán, carretera Cuautitlán-Teoloyucan Km 2.5, San Sebastián Xhala, Cuautitlán Izcalli, C.P. 54714, Estado de México. Fecha de última actualización: 27 de abril, 2025.

El contenido de los artículos es responsabilidad de los autores y no refleja necesariamente el punto de vista de los árbitros ni del Editor o de la UNAM.

Se autoriza la reproducción total o parcial de los textos no así de las imágenes aquí publicados, siempre y cuando se cite la fuente completa y la dirección electrónica de la publicación.

Atribución-NoComercial-SinDerivadas
Permite a otros solo descargar la obra y compartirla con otros siempre y cuando se otorgue el crédito del autor correspondiente y de la publicación; no se permite cambiarlo de forma alguna ni usarlo comercialmente.

REVISTA DE ESTUDIOS INTERDISCIPLINARIOS DEL ARTE, DISEÑO Y LA CULTURA

ISSN 2992-7552

Número 15

Julio-Octubre, 2025

Los artículos publicados en la ***Revista de Estudios Interdisciplinarios del Arte, Diseño y la Cultura*** pasan por un proceso de dictamen realizado por especialistas en investigación de artes, diseño y cultura. De acuerdo con las políticas establecidas por el Comité Editorial de la revista, para salvaguardar la confidencialidad tanto del autor como del dictaminador de los documentos, así como para garantizar la imparcialidad de los dictámenes, éstos se realizan con el **sistema doble ciego (*double-blind*)** y los resultados obtenidos se conservan bajo el resguardo del editor responsable.

La publicación tiene una **política de acceso abierto** y se encuentra disponible en:
https://masam.cuautitlan.unam.mx/seminarioarteydiseno/revista/

Versión del sitio

Universidad Nacional Autónoma de México

UNAM CUAUTITLÁN

SIAyD Seminario Interdisciplinario de Arte y Diseño

Revista de Estudios Interdisciplinarios del Arte, Diseño y la Cultura

OPEN ACCESS

latindex

Directorio UNAM
Rectoría

Dr. Leonardo Lomelí Vanegas
Rector

Dra. Patricia Dolores Dávila Aranda
Secretaria General
Mtro. Hugo Concha Cantú
Abogado General
Mtro. Tomás Humberto Rubio Pérez
Secretario Administrativo
Dra. Diana Tamara Martínez Ruiz
Secretaria de Desarrollo Institucional
Lic. Raúl Arcenio Aguilar Tamayo
Secretario de Prevención, Atención y Seguridad Universitaria
Dra. María Soledad Funes Argüello
Coordinadora de la Investigación Científica
Dr. Miguel Armando López Leyva
Coordinador de Humanidades
Dra. Norma Blazquez Graf
Coordinadora para la Igualdad de Género
Dra. Rosa Beltrán Álvarez
Coordinador de Difusión Cultural
Mtro. Néstor Martínez Cristo
Director General de Comunicación Social

.....

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLÁN

Dr. David Quintanar Guerrero
Director

Dra. Guadalupe Calderón
Secretaria General
I. A. Laura Margarita Cortazar Figueroa
Secretaria de Evaluación y Desarrollo de Estudios Profesionales
Dra. Susana Elisa Mendoza Elvira
Secretaria de Posgrado e Investigación
I. A. Alfredo Alvarez Cárdenas
Secretario de Planeación y Vinculación Institucional
Lic. Claudia Vanessa Joachín Bolaños
Coordinadora de Comunicación y Extensión Universitaria

Investigaciones
Emergentes en el Diseño

REVISTA DE ESTUDIOS INTERDISCIPLINARIOS DEL ARTE, DISEÑO Y LA CULTURA

ÍNDICE

La representación de personajes con ideologías *queer* en proyectos audiovisuales contemporáneos en México como referente para las identidades LGBTIQ+ jóvenes
Carlos Daniel García Campos..... p. 13

Resignificación de los símbolos religiosos del arte sacro: una visión desde la moda y el fenómeno *catholic mexican core*
Claudia Inés Delgado Baeza.....p. 41

La imagen militar de SEDENA: La fotografía en redes sociales como herramienta de identidad y su impacto en la percepción pública
Desireé Castro Vázquez.....p. 76

Diseño de Portadas: Un Enfoque Hermenéutico en los manuales de jugador de Calabozos y Dragones
Rebeca Morales Martínez.....p. 113

La proyección tridimensional como elemento central en el proceso proyectual de la resolución de problemas de diseño tridimensional: Caso de *stand* UNAM para la FIL Guadalajara 2024
Catherin Nataly Arias Chavez.....p. 154

REVISTA DE ESTUDIOS INTERDISCIPLINARIOS DEL ARTE, DISEÑO Y LA CULTURA

ÍNDICE

Iluminación y color en el cine contemporáneo del director Wong Kar-wai, un acercamiento a la película *Chungking Express* (1994)
José Eduardo Hernández García..... p. 185

Exvotos mexicanos: Análisis iconográfico e importancia de su preservación en la memoria cultural
Araceli Herrera Cruz.....p. 217

Problemáticas contemporáneas de la inteligencia artificial generativa: análisis del impacto de la innovación tecnológica en el diseño y la comunicación visual
Bryan Velazquez Quijada.....p. 249

El papel del diseño como elemento clave en la creación de una experiencia inmersiva en el videojuego *Left 4 Dead 2*
Enrique Tapia Cabral.....p. 302

Práctica interdisciplinaria entre el diseño y la educación para el diseño de material didáctico destinado a alumnos de educación secundaria
Andrea Guadalupe Barrios Alvarado.....p. 348

REVISTA DE ESTUDIOS INTERDISCIPLINARIOS DEL ARTE, DISEÑO Y LA CULTURA

ÍNDICE

El papel del diseño y la comunicación visual en la producción de obras de gran formato
Caín Damián Navarrete Villalba.....p. 373

Reflexiones sobre la conducta ética del diseñador visual y enfoques sustentables en la industria del envase en México
Silvia Susana Torres Bedolla.....p. 403

Sticker art como medio de expresión, en la apropiación del espacio público y la influencia en la creación de contenidos gráficos
María del Rocio Franco Alba.....p. 445

Cambio climático y la expresión de ideas en redes sociales: Caso de estudio sobre el análisis de videos con etiquetas relacionadas a problemas ambientales en TikTok y Youtube
Oscar Antonio Manzanares Betancourt, Roman Anselmo Mora Gutiérrez, Yadira Alatriste Martínez, Gilberto Sinuhe Torres Crokell, Pedro Jonathan Mendoza Luciano.....p. 495

REVISTA DE ESTUDIOS INTERDISCIPLINARIOS DEL ARTE, DISEÑO Y LA CULTURA

ÍNDICE

Metodología Proyectual y sus Implicaciones en el Diseño y Comunicación Visual como Influencia de Control y Poder Simbólico de la Sociedad
María Magdalena Sarraute Requesens.....p. 515

Investigaciones
Emergentes en el Diseño

José Eduardo Hernández García
Título de la Serie: “México *Express*”
Año: 2024

La representación de personajes con ideologías *queer* en proyectos audiovisuales contemporáneos en México como referente para las identidades LGBTIQ+ jóvenes

The representation of characters with queer ideologies in contemporary audiovisual projects in Mexico as a reference for young LGBTIQ+ identities

Carlos Daniel García Campos*

Resumen

La representación de personajes con ideologías queer en los proyectos audiovisuales contemporáneos en México juega un papel clave en la construcción de identidades de jóvenes LGBTIQ+. Esta investigación aborda cómo el diseño y la comunicación visual pueden influir en la percepción y representación de estas identidades, promoviendo una sociedad más incluyente y consciente. Se establecen tres ejes de estudio: identidad, ideología queer y hábitos, con el fin de analizar la percepción cultural de la comunidad LGBTIQ+ en México, las dificultades que enfrenta y su tratamiento en la narrativa audiovisual. A través de un enfoque cualitativo basado en la metodología de Victor Papanek, se realizaron entrevistas semiestructuradas a jóvenes queer y se analizaron representaciones específicas

*Egresado de la Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual, Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán, Universidad Nacional Autónoma de México. Mail: ***garciacarlos2604@gmail.com***

Fecha de recepción: enero, 2025
Fecha de aceptación: marzo, 2025
Versión final: marzo, 2025
Fecha de publicación: abril, 2025

en producciones mexicanas contemporáneas. Los resultados indican que, aunque las nuevas generaciones encuentran más espacios de expresión, la representación queer sigue limitada a estereotipos que afectan la percepción social de esta comunidad. Se concluye que el diseño y la producción audiovisual tienen la capacidad de transformar la visión colectiva y generar espacios más seguros e inclusivos en la industria creativa mexicana.

Palabras clave: Representación queer, Identidad LGBTIQ+, Proyectos audiovisuales, Diseño y comunicación visual, Percepción cultural LGBTIQ+, Estereotipos en medios, Producción audiovisual mexicana, Inclusión y diversidad, Ideología queer, Narrativa audiovisual.

Abstract

The representation of characters with queer ideologies in contemporary audiovisual projects in Mexico plays a key role in the identity formation of young LGBTIQ+ individuals. This research explores how design and visual communication can influence the perception and representation of these identities, fostering a more inclusive and aware society. Three central themes guide the study: identity, queer ideology, and habits, analyzing cultural perceptions of the LGBTIQ+ community in Mexico, the challenges faced, and their portrayal in audiovisual narratives. Using a qualitative approach based on Victor Papanek's methodology, semi-structured interviews with queer youth and case studies of contemporary Mexican productions were conducted. The findings suggest that, despite increased spaces for queer expression, representation remains constrained by stereotypes that impact social perception. The study concludes that design and audiovisual production hold the potential to reshape collective perspectives and create safer, more inclusive spaces within Mexico's creative industry.

Keywords: Queer representation; LGBTIQ+ identity; Audiovisual projects; Design and visual communication; Cultural perception; Stereotypes in media; Mexican audiovisual production; Inclusion and diversity; Queer ideology; Audiovisual narrative

Introducción

Es importante que exista representación en todos los aspectos para todas las personas, comunidades, razas y grupos, ya que es la manera en la que una persona joven puede comenzar a encontrar una figura o comunidad a la cual ser afín por su carácter, personalidad, sentido de la estética u otros, y sentirse perteneciente a ello. Sobre todo, cuando se trata de sectores de la población que son discriminados, marginados y segmentados por sus gustos, sus características físicas, su manera de pensar, de relacionarse y su orientación sexual.

El abordar este tema mediante el diseño es relevante, habida cuenta de que los creadores visuales (como los directores, actores, productores, etc.) y sus productos audiovisuales en cine, radio o televisión tienen una labor muy importante al ser los narradores de diversos hechos sociales por medio de lenguajes visuales. Tal trabajo es de mucha ayuda para aquellos sectores de la población joven que buscan pertenecer a un grupo social en la exploración de una identidad personal bajo la representación de su forma de ser, expresarse y verse en medios visuales, como videos, series, exposiciones, fotografías, publicidad o cortometrajes y largometrajes.

La recopilación y análisis de material audiovisual con carácter LGBTIQ+ ayudará a conocer cómo influye la mirada de una cámara en la construcción de una identidad diversa y por qué es importante como fenómeno social para las comunidades marginadas.

Esta investigación es notable para el diseño, especialmente en el área multimedia, pues al ser creadores y partícipes de diversos proyectos a lo largo de esta profesión, buscar crear personajes y situaciones que hagan sentir pertenecientes de un espacio y momento significativos en cada historia a personas reales de comunidades socialmente discriminadas, como lo es la comunidad queer, debe ser una responsabilidad a considerar. Está al alcance la posibilidad de generar un cambio en la forma de pensamiento colectivo y la oportunidad de crear un espacio seguro para las personas que tengan una historia similar y, de este modo, generar más empatía para con la sociedad y las situaciones que son ajenas para muchas otras personas.

1. Identidad, ideología *queer* y hábitos

Hablar de identidad es importante en el medio de la creación audiovisual, suele considerarse que no es un concepto del cual se tenga mucho conocimiento a la hora de crear algún medio visual; no obstante, es sustancial a la hora de darle características psicológicas a un personaje real o ficticio. Teniendo esto por entendido, se comenzará a hablar desde el concepto para conducirlo hasta el tema de investigación en particular.

Cada individuo es totalmente independiente el uno del otro, tiene sentimientos y emociones que lo hacen único entre sí; más allá de sus características físicas como el color de piel, la altura o el peso, que son igual de importantes para formar una identidad, cuenta con características psicológicas que comienzan a crecer en él desde pequeño. Patrones, conductas, hábitos y tradiciones que se forjan socialmente y se resguardan en la mente se reflejan en la manera de hablar, de vestir, de ser, de amar, de ver el mundo y de elegir a qué lugar pertenecer. Entendido lo anterior y en palabras más simples, la identidad es creada a partir de la interacción de una persona con su entorno social.

> La identidad es una construcción constante e inconsciente que depende de las huellas que dejó el pasado en la biografía, de las condiciones socioculturales e históricas del presente y de la idealización de un proyecto de vida a futuro. Ese flujo entre lo que fue, lo que es y lo que puede ser hace de la identidad un proceso que mantiene en formación y transformación la percepción que todo individuo tiene de sí mismo. (Ortega, 2024, p.43)

Con esto, se puede entender a grandes rasgos lo que el concepto de identidad refiere; sin embargo, no es suficiente para comprender el significado de una identidad *queer.* Se suele pensar que la palabra queer y las siglas LGBTIQ+ son sinónimos; esta confusión deriva de que en el presente ambos movimientos están directamente relacionados.

En los años ochenta, el término *queer* se usaba de manera despectiva hacia las personas que eran diferentes, raras y excéntricas. Una década después la palabra se incluyó en debates sobre la identidad de estas personas y la liberación sexual, cuyas características principales son garantizar como un derecho humano la diferencia de opciones sexuales en las perso-

nas sin importar su género, cuestionar el dogma binaria (hombre – mujer) y entablar conversaciones sobre la construcción de nuevas identidades de género y sexualidades.

> El término *queer* hace referencia a todas aquellas personas que sienten, viven y se identifican no por su género o su orientación sexual. Como movimiento teórico y político, promueve vernos y relacionarnos como personas y no sólo bajo las categorías de varón, mujer, heterosexual, homosexual, transgénero y bisexual, entre otras, que de alguna manera limitan la expresión de la diversidad sexual. En este sentido, lo *queer* plantea el derecho de todas las personas a la autodeterminación de sus propias vidas y a ser felices. (Secretaría de Derechos Humanos Argentina, 2017)

Con lo anterior, se abordará la identidad LGBTIQ+/*queer* en el ámbito social. De modo general, son personas que viven su día a día en una sociedad marcada por las reglas binarias, y que buscan un espacio seguro, que los acepte con sus ideales, su manera de ser, de amar, de relacionarse románticamente con los demás y sobre todo de pensar, así como transformar la mirada discriminatoria en una fuente de empatía y entendimiento mutuo.

Resulta un reto para el individuo *queer* formar una identidad que no esté arraigada a las tradiciones y hábitos sociales que le son impuestos desde pequeño; como se señaló anteriormente, su contexto social es relevante a la hora de formar ideas y conceptos propios. Cambiar los hábitos sociales es una de las tareas más difíciles, una de las principales consecuencias es que ocasiona conflictos en el círculo social más cercano y muchas veces no se está preparado para afrontarlos.

Individualmente, el cambio de hábitos supone un cuestionamiento interno sobre sus ideales, es un giro en la manera de ver el mundo y trae como consecuencia la ruptura de muchos conceptos que fueron parte de su crecimiento individual. La búsqueda de pertenecer a un grupo cultural que los entienda, los comprenda y ayude en la recopilación de información para su identidad es primordial, ya que el grupo funge de guía por vías alternas de información y permite que, con el diálogo y las experiencias que se comparten, sus miembros comprendan mejor las inquietudes y desafíos que enfrentan con una identidad queer propia.

Esta búsqueda no es algo reciente, filósofos como Michael Foucault encuentran una relación muy estrecha entre la sexualidad contemporánea y el poder.

> Las dos relaciones trabajadas en su obra La microfísica del poder son, por una parte, la de contrato-opresión, y por otra la de dominación-represión. Debemos mantener esta idea presente a la hora de abordar el fenómeno queer, pues se verá la estrecha interrelación entre los términos de poder, verdad, construcción, sujeto y discurso. (Zambrano, 2010)

Esto puede ser comprendido como la percepción misma del individuo como un ser oprimido por la sociedad (poder) a raíz de su ideología, sexualidad y forma de expresión ante ella. Foucault ha referido, en su publicación *Historias sobre la sexualidad,* que constructos como "homosexual" han sido creados por institutos de poder (sociedad) como un discurso repetitivo a lo largo del tiempo y ha ocasionado que las ideologías de poder lo retomen como un término para señalar las diferencias de quienes no se ajustan a su ideología.

2. La percepción cultural LGBT+ / *Queer* en México

¿Cómo se percibe a sí misma una comunidad discriminada y cómo se le percibe fuera de sí? Ésta es la pregunta más importante para las personas LGBTIQ+ que luchan para que la sociedad los haga visibles, pertenecientes de un espacio y lugar como cualquier otra persona, que se les dignifique por quienes son y no por a quién aman, cómo se expresan o con qué se identifican.

Específicamente en México, la comunidad LGBTIQ+ lleva muchas batallas victoriosas en búsqueda de nuevas reformas y leyes que los proteja de violencia y abusos de cualquier tipo, bastante comunes en la antigüedad. En el contexto político y cultural de hace 45 años, cuando se originó la primera marcha de la diversidad LGBTIQ+ en la Ciudad de México, César Torres (2022), investigador en el Centro de Investigaciones y Estudios de Género (CIEG) de la UNAM, menciona que se pidió el cese a las redadas, a la discriminación y al acoso. Conforme han pasado los años, hay un poco más de reconocimiento social respecto a ciertas identidades como las lesbianas, homosexuales y bisexuales.

Claro que aún queda mucho por hacer, tanto dentro como fuera de la comunidad todavía suceden actos violentos que conflictúan la tranquilidad y seguridad de una persona que busca ser parte de ella. Incluso sus seres queridos tienden a pensar que ser parte de un grupo cultural de ideales distintos a los tradicionales es un acto de rebeldía y peligro.

Es por esto que aún se tiene muy arraigado en familiares de personas LGBTIQ+ el pensamiento de que es sólo una etapa en donde se pone la vida del individuo en peligro; no únicamente por los riesgos que tiene ser diferente de la norma social, sino porque las personas diversas han pasado una innumerable cantidad de retos sobre los estereotipos acerca de enfermedades de transmisión sexual y lo que ser una persona joven en una comunidad tan libre y con nuevas formas de vida supone para los demás.

Una persona joven que está en la búsqueda de sí mismo llega, en algún punto de su adolescencia, a enfrentarse con el término *queer* y LGBTIQ+, ya sea porque buscan pertenecer o tienen directa relación en su ámbito social con personas que ya son parte de ella; sobre todo en al ámbito académico, que es donde suelen convivir más diversamente las juventudes y sus ideales. Vivir en la sociedad actual con una identidad *queer* supone por sí mismo no ser aceptado o normalizado como un miembro más de ella.

> Adoptan el término que los discrimina para visibilizar la riqueza de las diferencias, y reivindican a toda la gente que es rechazada por la sociedad: los locos y las locas, las mujeres y hombres transexuales, las personas intergénero y transgénero, las hermafroditas, los bisexuales, las travestis, las prostitutas y prostitutos de la calle, los curas *gays*, las lesbianas rurales, las bolleras urbanas, los marimachos, las maripilis, las transmaricabolleras, las inmigrantes, los activistas políticos, los asexuales y las viciosas, las minorías étnicas o religiosas, la población presidiaria. (Herrera, 2016, p.60)

Percibir por la pantalla toda la riqueza de la diversidad social, a la vez que hay un sentimiento de ser rechazado, vulnerado y discriminado en cualquier sector durante años, es muy importante para las personas que están siendo integradas en esta comunidad, ya que les permite reflejar sus vivencias, comportamientos y actitudes. Les demuestra que no están solos en la búsqueda de sí mismos y que son tan merecedores de ser parte de la sociedad actual como lo sería cualquier otro individuo.

Entender que a las personas les resulta rara su forma de vestir, sus comportamientos cotidianos, la forma de expresarse al hablar, inclusive de moverse y relacionarse con su entorno causa una serie de controversias sociales en el círculo más cercano, sobre todo en familias de costumbres tradicionales que esperan que las juventudes sigan una norma preestablecida para su género.

La gente suele concebir el mundo de una manera más simple, ya que se tiene el pensamiento colectivo de que así la vida es más sencilla. Entre menos se cuestione el porqué de las cosas y se viva en la ignorancia es más fácil seguir con su día a día; se incentiva tener una mentalidad rígida en donde todo sólo sea blanco o negro (nuevamente remitiendo a la ideología binaria) y no un abanico de opciones y escalas de grises en donde puedan encajar más personas, debido a la creciente necesidad de nuevos modos de vida e información.

Cambiar este modo de pensar ha sido una lucha social constante en la última década, sobre todo apoyada por los diversos movimientos y conversaciones que han surgido con la creciente necesidad de darle una voz y un espacio a cada persona que lo requiera. Tener referentes de personajes con identidades de ideología queer hace que este proceso sea aún más efectivo; presentar vidas y experiencias cercanas a la realidad que sirvan de ejemplo para las personas amplía la conversación en diversas plataformas.

Partiendo de esto, todo creador visual (en torno a contenido *queer*) debería considerar como un valor social de relevancia el contextualizar su producto en la generalidad social actual y reevaluar cómo puede influir para mejorar la situación de una comunidad vulnerada que sigue en búsqueda de sus derechos; junto con revisar qué es lo que puede ser relevante para una persona que puede (o no) buscar un referente en su producto que lo ayude a entender a su sociedad y su papel en ella.

> En lugar de mostrarnos la diversidad de formas de quererse y de convivir que existen, nuestros cuentos siempre repiten el mismo esquema narrativo: en casi todas las historias de las novelas, el cine, el teatro, la ópera, las series de televisión, hay un chico que sale a correr aventuras y de paso salvar a la Humanidad, y una chica que espera a ser rescatada. El final feliz consiste en que el chico cumple su objetivo de salvar a la Humanidad y salvar a la chica, que es el premio por haber sido tan valiente y sacrificado. Se casan y son felices, y colorín colorado, este cuento se ha acabado. (Herrera, 2016, p.65)

Evaluar lo anterior sirve para entender que hace falta mostrar diversidad a la hora de evidenciar modelos de vida diferentes en cualquier aspecto. Visibilizar esto es de ayuda para luchar contra la imposición de la ideología binaria de vida que contrasta con las diversidades e invisibiliza otras formas de relacionarse entre individuos en cualquier aspecto.

3. Referentes en los proyectos audiovisuales mexicanos

Los espacios que tienen las personas con identidades *queer* en México son muy pocos comparados con los que tiene cualquier otra, ya sea por la diferencia de opiniones o por los prejuicios que tienen sobre éstas. En el medio audiovisual, las oportunidades de representar algún personaje *queer* real o ficticio para personas con una identidad diversa son aún menores. Esto trae consigo una consecuencia positiva, en la medida en que se hace más fuerte la búsqueda de roles y producciones de este tipo y trae consigo una revolución que hace cuestionar ¿cómo son los referentes queer en las producciones audiovisuales? y ¿cuál es el impacto de estos personajes en la sociedad?

Palomino & Vázquez (2022) en su estudio sobre los modelos de representación de personajes señalan que "los personajes desarrollan gran parte de su personalidad a partir del entorno en el que se les coloca, lo que puede influir en la manera en que se desarrollan y, por ende, así son percibidos por los consumidores" (p.188). Esto es algo a considerar a la hora de construir un personaje queer, ya que parte de lo que se quede en la audiencia de él, será en favor del contexto político, social e inclusive emocional en el que se le coloque. Es por esto principalmente que los personajes con identidades *queer* pueden ser percibidos de muchas maneras, incluso dependiendo del tipo de contenido, ya sea serie, película, documental, programa de realidad u otro en donde se maneje.

En la historia de los primeros referentes *queer* en la televisión mexicana se suele ver que a los personajes se les trata de colocar en un entorno hostil, en donde son víctimas de diversas circunstancias discriminatorias, desde palabras, señas en doble sentido, ofensas sobre su aspecto físico, su expresión, manera de hablar, manerismos y un sinfín de aspectos que se han utilizado como estereotipo para encapsular la representación de una persona perteneciente de una identidad *queer*.

Todas estas características y estereotipos de los viejos programas han formado un pensamiento colectivo en la sociedad mexicana, del cual en la última década ha tratado de desapegarse la comunidad LGBTIQ+. Ha luchado porque se les considere de manera digna y no se les juzgue bajo la misma línea a todos.

> Suele pensarse que el espectador es un ente pasivo al observar un producto audiovisual, en realidad no lo es, sino que el observador interpretaría los múltiples signos que se le presentan, al grado de volverse un "traductor", un "intermediario" entre su universo semántico y los significados que transcurren ante su mirada. (Iván & Calderón, 2020, p.73)

La sociedad mexicana ha traducido la representación de personajes *queer* en el país como un acto de homofobia. En sectores específicos de la comunidad, como las personas homosexuales, se ha incluido a todos en un concepto, dicho por la comunidad homosexual, "de pluma"; lo cual significa mantener estereotipadas a estas personas, desde el rechazo a lo tradicional o la profesión que ejercen hasta el cómo llevan su vida amorosa y sexual, las relaciones con su familia y con el resto de personas.

Es importante considerar que el modo en el que las historias y las personas con identidades diferentes son representadas en la pantalla varía mucho en la actualidad por la diversidad de plataformas y proyectos dirigidos por diferentes personas. Esto supone algo positivo, ya que mientras la televisión tradicional intenta ir a pasos más pequeños con la inclusión de narrativas nuevas y frescas para la sociedad joven de hoy en día, plataformas de *streaming* con los recursos y los discursos más abiertos a la libertad de expresión optan por tener contenido con carácter LGBTIQ+ que incluya la visión queer no sólo en personajes secundarios, sino también en narrativas completas que giren en torno a la exploración y el descubrimiento de un individuo y su identidad.

Aquí lo relevante es conocer cómo lo están haciendo y cuáles son las diferencias respecto a los referentes anteriores. Camargo (2021) sugiere que "una manera de mejorar la situación es por medio de representaciones culturales más diversas y profundas, es decir, que trasciendan los estereotipos. Afortunadamente poco a poco van sucediendo" (p. 94).

Durante la última década, directores y productores mexicanos se han visto más preocupados en involucrar líneas de vida *queer* y personajes

con ideologías distintas a las tradicionales en sus proyectos. Netflix, la primera plataforma de *streaming* que llegó a México, ha apostado por crear producciones con personajes abiertamente *queer*, tal es el caso de series como *Desenfrenadas* (2020), *La casa de las flores* (2018), *Monarca* (2019) y el caso del especial de comedia *Zona Rosa* (2019), todas producidas en México.

El caso del cine *queer* mexicano no es tan afortunado, los largometrajes que relatan exclusivamente historias queer no reciben el mismo apoyo de parte de la audiencia. Esto puede ser una consecuencia directa de la baja promoción que tienen los proyectos, la inclusión de nuevos actores emergentes con roles distintos a los tradicionales o de la reducida oportunidad de proyección que cuentan este tipo de historias.

> En los últimos cinco años se estrenaron en salas de cine comerciales solamente 16 largometrajes producidos que incluyen temáticas *queer*, lo que tan solo representa el 4% del total de películas mexicanas producidas en este periodo. Principalmente, estos proyectos tocan temas como la legislación sobre derechos de la población LGBTTTIQ+, violencia, activismo, conservadurismo, identidad de género y relaciones de pareja. No obstante, muchas de estas películas no pudieron llegar a salas de exhibición nacional o solamente tuvieron una gira en festivales limitada. (Castellón, 2022, párr.5)

El cine en México ha tenido una constante transformación a lo largo de los años. Destacan momentos de relevancia histórica, como el cine de oro mexicano en los años cuarenta; dado que fue el auge de la cinematografía en el país, comenzaron a contarse historias más versátiles, alejadas de las narrativas bélicas que tenían en tendencia países extranjeros, y aparecieron en pantalla personas comunes y corrientes representadas por actores reconocidos de la época.

El cine de ficheras transformó completamente la cinematografía mexicana al retratar historias de mujeres que vendían su compañía por dinero en los setenta. Temas tabúes en México, como el sexo, el erotismo y la feminidad, fueron explorados y representados, cuestionando la sociedad mexicana de esa década y poniendo sobre la mesa la interrogante de cuáles serían las próximas propuestas para las nuevas generaciones.

El denominado “nuevo cine mexicano” de hoy en día ofrece narrativas contemporáneas, explorando los ideales *queer* que rompen con lo tradicio-

nal, el feminismo, la lucha contra la hegemonía y el constante existencialismo joven. Es importante hacer conciencia de que ésta podría ser una nueva transformación para la historia del cine en México, que busca abordar el deseo, identidad y sentido de pertenencia joven actual, mismo objetivo que se buscó en las épocas cinematográficas del pasado.

Otra de las crecientes problemáticas del cine de diversidades en México es que la mayoría de estas historias son creadas para representar historias de hombres homosexuales. No es algo negativo, si bien ayuda a que se hable cada día más de ello, no se tiene en cuenta que hay historias dentro del espectro de las identidades queer que aún no se tocan con tanta facilidad, pero debería haber más visibilidad en torno a ello.

> Buena parte de las películas se centran en la figura del varón homosexual que reproduce, en cierta medida, esa sexualidad hegemónica, y también porque históricamente han sido hombres quienes producen, dirigen y encuentran en la cuestión gay un espacio de experimentación y crítica ante una cultura fundamentada en el machismo. No obstante, cada vez aparecen más películas donde las mujeres y el deseo lesbiano ponen en la mirada de la sociedad mexicana su existencia y resistencia ante esta hegemonía masculina. (García, 2022, pp. 225-226)

Según datos del Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE), del año 2017 al 2021 únicamente existieron 16 largometrajes estrenados con temáticas LGBTTTIQ+, esto no representó ni cerca del 10 % de los estrenos totales durante esos 4 años. Esta es una cifra preocupante; aunque ahora las juventudes tienen más acceso a niveles de representación en plataformas, en el caso del cine es mucho menor debido a las dificultades ya mencionadas. Lo que trae consigo que este contenido no llegue a tantas personas, considerando que muchos de estos estrenos son de fácil acceso mediante su proyección en sitios de acceso a bajo costo o gratuito.

Metodología

Para fines de investigación, se decidió utilizar la metodología de Victor Papanek, que propone construir un proceso con base en la manera como el diseño cumple su propósito, transforma el ambiente y al hombre mismo. Para esto existen tres fases muy importantes. La primera es la descripción

de la necesidad para resolver un problema, remite a cuál fue la necesidad de la investigación y cómo se identificó.

Esta investigación en particular surge a partir de la creciente inquietud de los jóvenes mexicanos por la búsqueda de su identidad (específicamente jóvenes con identidades *queer*) y de cómo esta indagación está relacionada con los referentes que encuentran en los proyectos audiovisuales mexicanos contemporáneos, ya que es importante observar y analizar el modo en el cual estos personajes son representados para el consumo del público joven y cómo es percibido por la misma audiencia.

Lo anterior surgió a partir de la observación cotidiana como estudiante a lo largo de la licenciatura, esto me permitió tener conservaciones[1] de análisis sobre el tema con otros jóvenes de entre 18 a 25 años y encontrar esta problemática de origen social.

La segunda fase, definición de este aspecto del comportamiento de resolver problemas (creativo), refiere a cómo se recolectó la información, las distintas técnicas que se emplearon y las características que esto requería. En este sentido, se realizó un análisis de dos cosas: la percepción joven sobre los referentes *queer* en proyectos mexicanos y la representación de éstos mismos en obras contemporáneas mexicanas, como el modo en el que se presenta el personaje o el rol que desempeña en el proyecto. Lo anterior, mediante dos métodos de recolección y análisis de información.

El primero, enfocado a la percepción joven sobre los referentes *queer* en proyectos mexicanos. Se realizó una serie de entrevistas semiestructuradas a jóvenes de entre 18 y 25 años, que se autodenominan como personas con una identidad *queer*/LGBT+.

Esto permitió conocer su percepción en tres aspectos de la entrevista; el primero, enfocado en la relación y conocimiento del entrevistado con diversos términos importantes para los siguientes dos aspectos de la entrevista. El segundo estuvo dirigido a señalar los referentes que tiene el usuario con personas *queer* en producciones audiovisuales contemporáneas. Y el tercero estuvo centrado en construcción de personajes populares específicos en diversas tramas mexicanas actuales que pueda analizar el usuario y dar su opinión. Este último apartado de la entrevista es el más relevante, puesto que está directamente relacionado con la experiencia visual, en la que se muestra una escena al entrevistado y a partir de ella, se conoce su opinión.

El segundo método de recolección partió del análisis de algunos personajes construidos con identidades queer que son parte de producciones actuales —mismas que fueron presentadas en algunas escenas claves en las entrevistas— y los cuales son referentes directos para los jóvenes por el alcance que tienen los proyectos (plataformas de *streaming*, TV abierta, creadores de contenido de entretenimiento).

Particularmente, se analizaron aspectos relacionados con ¿cómo es la participación de este personaje con la trama?, ¿cómo se representan los personajes (bajo qué narrativa)? y ¿por qué este personaje es relevante en la historia o el/la protagonista(s)? Lo anterior, con el objetivo de tener un contexto superficial y breve del nivel de representación y compararlo con las respuestas de los entrevistados.

Finalmente, la tercera fase de la metodología, sugerencias de algunos métodos que permitan la resolución de problemas, consiste en triangular la información de los anteriores métodos de recolección de información. La finalidad es obtener resultados que confirmen o no el objetivo de la investigación. Se tomó en cuenta la saturación de respuestas similares en las entrevistas para considerar la información más interesante de cada pregunta.

Esta última fase es de mucha importancia, ya que permitió discutir a profundidad muchos aspectos básicos para la investigación, a partir de las respuestas de los entrevistados. Conocer su opinión y percepción de cada una de las preguntas se relaciona directamente con lo previamente abordado en esta investigación en cuestiones de identidad, pertenencia, representación y sentido cultural en México.

Resultados

Debido a que el carácter de la investigación tiene un enfoque totalmente cualitativo, los resultados obtenidos tienden a formar parte de un análisis exhaustivo y una presentación de los mismos en función de que puedan interpretarse correctamente y puedan ser consultados con facilidad. Para comenzar, hay que aclarar que la investigación tuvo dos análisis importantes, el primero hace énfasis en encontrar particularidades superficiales en algunos personajes respecto a su nivel de representación, que son tomados en cuenta para la segunda parte del análisis. Se analizaron específicamente tres representaciones en productos audiovisuales.

El personaje de Manuel en la serie *El secreto del río* de Netflix, dirigida por Ernesto Contreras, Alba Gil y Alejandro Zuño. Es una propuesta audiovisual diferente, que aborda la historia de Manuel, un niño de entre 11 y 13 años que comienza a notar que es diferente a todos los niños a su alrededor por sus gustos, formas de hablar, vestir, etc., suele tener contacto con las muxes en un pueblo de Oaxaca, al que es enviado con su abuela por algunos problemas familiares. Ahí, emprende un viaje lleno de dificultades hacia la búsqueda de su propia identidad, como una infancia queer.

Manuel, dentro de la historia, se declara como una persona con una identidad *queer,* con el paso del tiempo, él cuenta que se identifica como una mujer trans de nombre Sícaru. Mientras es abordada la infancia de Manuel, se presenta su contexto sociocultural, el cual está rodeado de gente que lo discrimina, lo juzga por con quien se alía y lo relega de sus contemporáneos al ser visto como una "mala influencia". Al mismo tiempo, su abuela y las muxes del pueblo, quienes lo ven como un niño indefenso y confundido sobre sí mismo, lo orientan a ser quien es, sin miedo a que los demás traten de cambiarlo y hacerle daño.

Él se percibe a sí mismo como una persona valiente, que sigue sus ideales y busca perseguir sus sueños y encontrarse en el camino de la vida sin importar quién lo apoye y cómo lo haga. Funge como el protagonista de la historia, que más tarde se convertirá en una chica trans y transforma la manera de ver de un pueblo después de varias dificultades que ponen en riesgo su vida.

Los entrevistados observaron una escena donde Manuel y su amigo Erik establecen un diálogo sobre cómo se siente Manuel; él manifiesta tener miedo al confesarle a Erik que se siente distinto, diferente a todos en muchos aspectos. Los entrevistados en sus respuestas afirmaron que la escena está contada de manera genuina, ya que en la infancia, no se entiende por qué una persona tiende a sentirse diferente a los demás en aspectos más complicados de los que puede manejar un niño a esa edad. Cosa que refiere textualmente Manuel en la escena.

Otro aspecto a resaltar es que los entrevistados consideran que esta escena sugiere un punto de reflexión muy importante en la trama, por cómo se aborda la escena y los personajes que la integran. Además de ser un "ejemplo de información para las nuevas generaciones", dicho textualmente por uno de los entrevistados.

Por otro lado, la segunda representación es sobre el personaje de Alex, en la serie *Nadie nos va a extrañar,* dirigida por Catalina Aguilar Mastretta y Samuel Kishi Leopo en Amazon Prime. Es un joven que está cursando el último año de secundaria y que, de la mano de su grupo de amigos, se involucra en una serie de problemas típicos de una secundaria mexicana en los años ochenta. Esto sin mencionar que, mientras trabaja, conoce a un chico, quien por primera vez le hace sentir cosas que él no termina de comprender, busca estar más tiempo con él sin saber porqué, y al mismo tiempo resolver los problemas que él y sus amigos enfrentan en la escuela.

Alex dentro de la serie, nunca se llega a declarar abiertamente con una identidad *queer;* debido a su edad y su corta familiaridad con el tema, la serie no termina de aclarar cómo se define a sí mismo. Sin embargo, algunas escenas de la producción dejan ver esta serie de conflictos con los ideales tradicionales ya establecidos en el personaje, los cuales quiere romper para buscar una respuesta a sus sentimientos por esta nueva persona.

A lo largo de la historia, se da a conocer un poco de la historia de Alex, un chico muy allegado a su familia hasta la pérdida de su madre; lo cual lo convierte en una persona que replantea sus valores y se vuelve algo solitario y reservado para compartir sus sentimientos. A su corta edad, trabaja junto con su hermana menor en el negocio familiar, un videocentro en donde conoce a Rafa, un joven unos años más grande que él, quien con su hospitalidad en el trabajo lo comienza a confundir sobre quién es y por qué siente algo nuevo hacia él.

Con su familia y amigos, a lo largo de este proceso se siente seguro, sus amigos lo apoyan y en la escuela, aunque suele tener problemas, es la persona que logra una negociación justa para sus amigos en contra de quien quiere abusar de ellos. Su hermana no es tan cercana a él; sin embargo, se preocupan el uno por el otro y es una pieza clave para que Alex pueda abrirse a sentir algo nuevo.

Se percibe a sí mismo como una persona muy valiente, sabe que ha perdido mucho a su corta edad y quiere mantener a sus amigos y su familia unidos y cerca de él; son su mayor círculo de apoyo y busca protegerlos a toda costa. En la trama es un coprotagonista que asume el rol de resolver los problemas con otras personas en la escuela para su grupo de amigos, los mantiene a salvo y es más cercano al protagonista después de ayudarlo en una pelea escolar.

Para la investigación, los entrevistados observaron una escena en donde Alex, al final de la trama, logra presentar a Rafa con sus amigos y le da un beso, comenzando a aclarar sus sentimientos hacia él después de una serie de eventos adolescentes. Los entrevistados consideraron en su totalidad que la representación durante la escena es muy natural, nada estereotipada y muy cercana a la realidad, tan cercana incluso que no se siente que sea algo totalmente destacado para la trama de la historia, como lo sería en otras series o películas.

Manifestaron sentir mucha felicidad al observar la escena, debido a que el personaje de Alex logró aclarar sus sentimientos y sentirse seguro en un espacio para hacerlo. Esta idea se veía reforzada con la inclusión de algunos ejemplos personales en las respuestas, en donde mencionan haber pasado por alguna situación similar.

También añaden que esta escena en particular les parece muy relevante de mostrar al público, porque afirman que ésta es la manera en la que deberían ser tomadas las situaciones parecidas en la vida real. Algunos entrevistados afirman que "una serie para adolescentes y adultos jóvenes como ésta influye significativamente en la búsqueda de quienes somos".

La tercera representación analizada presenta a Patricio "Pato", en la serie *La casa de las flores*, en su tercera entrega, dirigida por Manolo Caro en la plataforma Netflix. Patricio es un adulto joven de aproximadamente unos 20 a 22 años de edad, que en los años setenta forma parte de un grupo de amigos jóvenes adinerados de la Ciudad de México. Juntos enfrentan una serie de disputas amorosas y familiares bastante complicadas debido a los prejuicios y reglas sociales de esa época.

En esta entrega, Patricio es un personaje del pasado de la historia central, quien tiene las respuestas a algunas problemáticas que repercuten en la actualidad de la trama. Él está enamorado de un chico de su misma edad llamado Agustín, quien está obligado a casarse con una de sus mejores amigas, en un trato previamente arreglado por sus familias; sin embargo, ambos saben que se aman y quieren estar juntos, aunque sus familias no lo sepan.

"Pato" en la serie se identifica como una persona abiertamente *queer*; es un hombre homosexual que tiene aventuras con hombres y mujeres de la mano de las drogas, el alcohol y la clandestinidad de la época para las personas *queer*. En su grupo de amigos es aceptado y bien recibido, nunca es cuestionado sobre su sexualidad y para ellos es muy normal que Pato sea

una persona con tendencia a lo femenino, delicado y divertido. Su relación con Agustín no se deja clara a lo largo de la trama, toda vez que no se sabe si en realidad son una pareja seria a escondidas de los demás o únicamente tienen una relación casual de amor, debido a las circunstancias sociales.

Es importante también analizar un poco sobre el personaje de Agustín, quien es forzado a conocer a la mejor amiga de Pato con su familia para casarse. Él vive su homosexualidad en secreto, la única persona que sabe de ello es Pato, y no permite que en público lo vean con él. Para los demás es una persona muy reservada, tímida y heterosexual, esto lo aclara más adelante en la trama.

El contexto social de Patricio se puede conocer a partir de conversaciones que tiene con su mejor amiga, considerando que, al ser un personaje secundario en la trama, no se cuenta mucho acerca de su familia. Suele salir mucho de casa, escapar de viaje con sus amigos, estudiar, ir de fiestas a discotecas clandestinas y tener romances efímeros con algunos hombres que le atraen, mayores a su edad.

En la trama se percibe a sí mismo como una víctima de las circunstancias, aunque la relación con sus amigos es muy estrecha, en realidad suele tener muchos enfrentamientos con ellos debido a que con frecuencia pone sus intereses románticos con las personas por encima de su amistad. Eso no afecta en particular el sentir de sus amigos hacia él, manejan con bastante madurez los sentimientos de Patricio, saben que es difícil para él ser una persona abiertamente homosexual en la época y lo apoyan en las ocurrencias que puede llegar a tener para salir a divertirse. Patricio siempre aprovecha esta situación para alentar a sus amigos a experimentar, permitirse ser diferentes y no sólo juzgar a los demás por su manera de pensar, vestirse, relacionarse y convivir.

Exclusivamente para la investigación, se le solicitó a un grupo de personas, mediante una entrevista, mirar una escena en donde Patricio es el eje central de la misma. En esta secuencia, Patricio está en una fiesta de Año Nuevo divirtiéndose con amigos de su cercanía y algunos jóvenes más; por un disgusto con su mejor amiga sobre Agustín, Patricio alcoholizado decide acercarse a él y declararle su amor frente a muchos amigos de Agustín. Esto provoca que, tras una serie de actos violentos, Agustín termine con la vida de Patricio a las afueras de la fiesta, con la intención de evitar que descubrieran la verdad entre ellos, por el miedo y la angustia que esto le generaba.

Los entrevistados dijeron sentirse con dolor, miedo y angustia al terminar de ver la escena. Pese a que muchos de ellos no conocían el contexto completo de la secuencia, todos aseguraron empatizar en algún momento con los personajes, al ser algo que forma parte de su propia experiencia.

> Me identifico con el miedo de que la gente conozca esta parte de nosotros, es algo que llegamos a ocultar porque no está socialmente aceptado. Han estado cambiando las cosas pero no del todo. La escena cumple su objetivo y es importante mantenerlo de esta manera, no endulzarlo, ya que es una realidad para personas que vivieron y viven al día de hoy. (Anónimo, comunicación personal, 25 de septiembre de 2024)

También aseguran que es fundamental llevar escenas como éstas, desarrolladas en una trama normal, al ojo público, mediante plataformas, siendo que por este medio se fomenta el entendimiento y empatía con la situación que viven muchas personas, las cuales son privadas de su vida, por el miedo y desconocimiento de la situación sobre las personas queer en México.

> Ayuda mucho a personas que no nos comprenden desde dentro a darse cuenta de las cosas que tenemos que pasar y sufrir, que se cumpla ese objetivo de reflexionar sobre lo mucho que nos hace daño los estereotipos y los prejuicios. Creo que el mensaje principal es dar visibilidad a que tanto daño nos hacen los prejuicios y los estereotipos a nuestra comunidad, reflejándolo desde nuestra misma comunidad siendo algo impuesto por la sociedad. (Anónimo, comunicación personal, 23 de septiembre de 2024)

Los entrevistados también manifestaron sentir necesaria la representación de una escena tan realista y dolorosa como ésta; les hizo recordar su paso por la historia como personas que transformaron su pensamiento, además consideran que el representar realidades no tan bonitas para el ojo público también ayuda a empatizar con su lucha.

Al mismo tiempo, se les cuestionó si creen que esta secuencia ayudaría a forjar una identidad *queer* entre los más jóvenes y por qué lo creen de esta manera. Algunos mencionaron sentir que el objetivo de estas escenas no es forjar una identidad como tal; sin embargo, a una persona joven

también podrían servirle como una manera de entender mejor su entorno, conocer la lucha de personas que están relacionadas con la búsqueda de su identidad y conocer su historia.

> Esta escena en específico creo que puede ayudar mucho a entender de dónde venimos, aunque son cosas que quizá ya no son tan frecuentes como lo eran antes, siguen estando muy presentes, sigue habiendo crímenes de odio y es importante reconocer a las juventudes el daño que nos provoca y al mismo tiempo ayudarlos a no permitir que siga pasando. (Anónimo, comunicación personal, 25 de septiembre de 2024)

Durante las entrevistas, se abordaron generalidades sobre la identidad, el término *queer* y LGBTIQ+ y algunos niveles de representación en lo personal de cada entrevistado. Algunas de las preguntas y respuestas más relevantes con sentido en esta investigación serán presentadas a continuación.

Para conocer a qué edad normalmente una persona comienza a preguntarse sobre su identidad y a dónde pertenece, se solicitó a los entrevistados que respondieran a la pregunta: "¿a qué edad comenzaste a preguntarte sobre tu identidad?". Esto generó una respuesta del 49 %, afirmando que comenzaron a tener contacto con esa pregunta entre los 12 y 15 años de edad.

Por otro lado, respondieron si ellos/as eran conocedores del término "*queer*", a lo que la totalidad de los encuestados respondieron que sí, pero ninguno tuvo la claridad en su respuesta al 100 %. Tardaban en contestar la pregunta y les era difícil establecer una conexión de ideas. Algunos consideraron que, aunque era un término que ya llevaba tiempo siendo conocido, retomó fuerza en estos últimos años y que no era tan diferente del LGBTIQ+.

Además, en su totalidad respondieron tener familiaridad con el concepto de la representación en los medios audiovisuales. Específicamente en el caso de representación *queer* aseguraron sentirse más incluidos en el tema; por otro lado, no están satisfechos del todo con la frecuencia en que son representadas estas identidades.

La mayoría de los entrevistados sugiere que, en la generalidad, la cultura mexicana ha influido en la manera en que se representa a las personas

queer de forma negativa; prevalecen muchos estereotipos y bromas que las personas consideran normales. También afirman que esto ha ido cambiando con el paso del tiempo, a pesar de ello hacen hincapié en que falta mucho por hacer.

> Considero que antes esa representación era estereotípica y usualmente se tocaba con fines de humor, para reírse sobre dicha comunidad. Aunque actualmente se ha tomado más en serio esta representación, los estereotipos aún persisten. (Anónimo, comunicación personal, 25 de septiembre de 2024)

En la entrevista, se les solicitó mencionar algunos ejemplos sobre representación *queer* en alguna obra audiovisual. Todos los entrevistados dieron al menos un ejemplo de alguna producción extranjera, y algunos no pudieron dar ejemplos sobre proyectos mexicanos. Algunos únicamente conocían personajes de TV famosos o activistas LGBTIQ+, pero ninguno remitió a algún productor, director o cineasta mexicano que relate historias LGBTIQ+.

Adicionalmente, los encuestados en su totalidad afirmaron tener plataformas de cine y *streaming* para consumir contenido con temática LGBTIQ+. Algunas de las series o películas más mencionadas por los entrevistados fueron *Pose* (2018) en Disney+, *El Secreto del Río* (2024) en Netflix y *Euphoria* (2019) en Max (antes HBO Max).

Por último, la totalidad de las personas entrevistadas, afirmaron haberse identificado con algún personaje en el pasado, de alguna serie, película o documental que miraron en su proceso de autodescubrimiento. Algunos lo relacionaron con su proceso de "salir del closet", otros con su manera de ser, de actuar o de relacionarse con los demás.

La totalidad de las encuestas fueron realizadas a lo largo de una semana, con una saturación de personas entre los 18 y 25 años con una identidad autodenominada *queer*/LGBTIQ+, de manera semiestructurada, permitiendo conocer más a fondo aspectos particulares en la opinión del entrevistado en algunos aspectos de la entrevista.

Discusión

Con la información contenida en esta investigación, se puede encontrar una serie de hallazgos significativos para el mundo del diseño y la ética con la que los creadores y productores de contenido se pueden dirigir en el futuro de los proyectos audiovisuales en México.

Parte de esto es el análisis que se llevó a cabo de algunas representaciones contemporáneas, abordando particularmente el caso del personaje de Manuel en la serie *El secreto del río*. Es una aportación muy importante para el mundo de las producciones audiovisuales con temática LGBTIQ+, ya que no solamente se presenta a una infancia con tendencia a una ideología *queer*. La serie se encarga de hacer énfasis en que lo que quiere reflejar Manuel en su discurso no es que le gusten hombres o mujeres, sino que quiere sentirse comprendido por su alrededor; no sabe quién es, qué siente, por qué lo siente y por qué nadie lo comprende más que las personas que son diferentes, en el caso de las muxes.

Él ve en ellas una representación directa de que está bien ser diferente; así mismo, se vuelve una doble representación para el espectador, en donde una infancia, comienza a descubrir su identidad, y con el paso del tiempo, entiende que es una mujer trans, también representada en la pantalla de manera real y con situaciones muy naturales.

A lo largo de las primeras dos representaciones, tanto en el caso de Manuel como en el caso de Alex, de *Nadie nos va a extrañar*, el contexto sociocultural en el que se desenvuelve el personaje es una variante muy importante para que comience a cuestionar su identidad. Ambos personajes se sitúan en contextos que los retan ante la discriminación. Tienen un fuerte lazo familiar, el cual se comienza a ver afectado cuando ellos empiezan a romper sus ideales.

Es importante observar esto porque, como ya se mencionó, una de las principales causas por las que las personas tienden a alejarse de su núcleo social, es por el miedo al conflicto en contra de su nueva forma de ver el mundo. Esto ejemplifica la manera en la que el cambio de los hábitos tradicionales afecta a uno mismo y a su contexto sociocultural, dicho por Mammoliti, en *Psicología al desnudo* (2022).

La escena observada por los entrevistados sobre Manuel resulta un ejemplo de información para las nuevas generaciones. Esto significa que el nivel de representación que logró el personaje de Manuel como una in-

fancia que está en su proceso de descubrimiento llegó de una manera muy satisfactoria, natural y no forzada para el público que la analizó, considerándola un punto de partida que una persona más joven podría entender y en la que se vería reflejado. Éste es el principal objetivo de un comunicador visual: transmitir el mensaje de manera clara y correcta hacia un espectador, en este caso, tan difícil como lo es un adolescente.

Sucede algo muy similar en el caso de la escena de Alex, en donde el mensaje que pretende hacer llegar al espectador es el de sentirse libre y seguro en un espacio donde se pueda desenvolver y ser él mismo, sin los prejuicios que rodean a una persona que comienza a entender que puede ser diferente, amar diferente y pertenecer a otra parte de la sociedad. Rompe todos sus ideales y logra hacerlo gracias al apoyo que tiene en su círculo cercano.

Sucede algo muy particular en el caso de la tercera representación; mientras las personas entrevistadas manifestaron sentimientos de alegría, emoción, y felicidad en las anteriores, en esta última mencionaron sentirse con dolor, angustia y tristeza. Esto llega a ser evidente por el tono de la escena mostrada, que es mucho más fuerte; esas respuestas hablan de que el producto audiovisual logró crear una diferencia de sentir muy evidente.

Ello resulta positivo, es decir, provocar sentimientos en un espectador hace que la secuencia sea más impactante, así puede ser asociada específicamente con alguna emoción ya conocida, lo cual mejora el nivel de empatía y entendimiento que puede llegar a tener un individuo con la producción.

Lo anterior implica un mensaje muy fuerte enviado a través de un contenido audiovisual, no sólo para espectadores que en este momento pueden comprender la importancia de una secuencia tan fuerte como lo es el asesinato del personaje de Patricio, sino para una audiencia más joven que no tiene aún la información suficiente para contextualizar cómo era ser una persona diversa en el contexto del México de los años setenta y la pueda encontrar por medio de una secuencia como ésta.

Esto también contextualiza en espacio y tiempo un momento específico de la historia, función en la que también destaca el diseño y la producción audiovisual. Aunque en la actualidad ya son menos los casos en el que este tipo de actos suceden, siempre es muy importante que una persona que está descubriéndose conozca también parte del pasado que forjó las oportunidades y la información que se tienen hoy en día.

Es relevante considerar que, en las representaciones que fueron objeto de análisis para esta investigación, se utiliza un lenguaje bastante simple, esto es un punto a considerar para un creador visual, ya que los mensajes de las narrativas LGBTIQ+ llegarán a adolescentes entre los 12 y 15 años de edad de distintos contextos socioculturales.

En palabras simples, no todos los jóvenes conocen del tema o se han preguntado en específico alguna situación sobre la narrativa, por lo que se tiene que hablar de la manera más natural y en un nivel en el cual pueda entenderlo cualquier persona por más joven que sea. Introducir a las personas a algunos aspectos específicos sobre el lenguaje *queer* y lo que esto significa sería de mucha ayuda para las nuevas identidades jóvenes que están en búsqueda de información. Aún hoy en día no se tiene el conocimiento necesario sobre el término *queer* y a lo que se refiere.

El análisis de las respuestas obtenidas, específicamente relacionadas con estereotipos y representación mexicana de ellos, se vuelve un tema muy importante a discutir; todas las personas entrevistadas encontraron al menos una figura en la que se vieron representados de manera oportuna y realista, desde el respeto a su nueva forma de pensar.

Sin embargo, en su totalidad consideran que las reproducciones estereotipadas en México hace unos años resultan muy problemáticas e inseguras a la hora de abordarlas. Consideran que este tipo de representaciones estereotipadas han influido directamente en lo que la sociedad piensa de un sector de la población en específico, el sector queer y LGBTIQ+. Replicaron haber tenido problemas en su familia nuclear y amigos cercanos al tratar de romper con estas ideas que la televisión mexicana y las malas representaciones de personajes queer en el cine, trajeron para la sociedad mexicana de hace unas décadas.

Esto está directamente relacionado con la ética que tiene una persona creadora de contenido, no sólo de plataformas de *streaming*, sino también en redes sociales, blogs, festivales locales y otros. Hoy la importancia que tiene una imagen o un medio audiovisual para la sociedad es más fuerte de la que se tenía en el pasado. Una mala representación puede influir directamente en cómo la sociedad ve a algún sector de la población, y esto fue lo que sucedió al representar a personas LGBTIQ+ como una broma, un objeto de burla y el estancamiento en el pasado.

La ética de un comunicador visual y el cómo maneja la narrativa de un personaje están directamente relacionadas, son los referentes más cercanos para un sector poblacional que consume tal contenido. Los espectadores remiten a los mensajes visuales como la única verdad que existe de las narrativas presentadas, esto puede jugar en contra al hacerlo de manera negativa, provoca que no haya reparo en investigar o llegar más allá de lo que se ve.

Por último, es necesario mencionar que algunas personas entrevistadas se sintieron relativamente inconformes con las escenas mostradas, todas representaban en su mayoría a un personaje hombre y homosexual. Esto se relaciona con lo que mencionaba Iván García (2022) en el anuario estadístico de cine mexicano del 2021, haciendo aún más evidente una de las principales problemáticas que tienen los contenidos LGBTIQ+, la falta de representación no solamente de la ideología queer, sino de más modelos de vida relacionados con la orientación de una persona, sino también en relación a lo que siente, a lo que piensa y cómo se encuentra a sí misma.

Conclusión

La representación *queer* en México, aunque es un ámbito de análisis social está también relacionado con la investigación académica en el diseño y la comunicación visual. Muchas producciones en el México del pasado apostaron por utilizar los estereotipos e inseguridades de un grupo de personas para crear una mala conciencia sobre lo que ser queer significaba. El poder de las imágenes en la actualidad es mucho más fuerte, son capaces de transformar pensamientos para el bien social; son fundamentales para cambiar la perspectiva en favor de los derechos de una comunidad.

Hoy por hoy, las juventudes están creciendo en un país donde se busca romper diversas ideologías tradicionales y se cuenta con la participación de personas que abordan este tipo de temas con mayor sensibilidad y conciencia de lo que un mensaje visual puede generar en la sociedad. Su difusión hará que las personas se sientan cada día más seguras y más orgullosas dentro de la sociedad mexicana.

Sin duda, los nuevos proyectos audiovisuales apoyados por mentes mexicanas están transformando la manera en que la sociedad ve no sólo a

las identidades diversas, sino también a muchos sectores poblacionales que han sido desplazados históricamente y a los cuales se les invisibilizó de la pantalla durante mucho tiempo.

En general, esta investigación y el pensamiento a conciencia sobre el apoyo a la producción mexicana hará que con el tiempo también se genere una conciencia para visitar espacios que apoyen este tipo de producciones y sean de mucha importancia para que un país cambie su pensar colectivo.

Además, visualmente va a transformar la riqueza y diversidad de narrativas que puedan ser puestas en la pantalla, transformará el modo de ver el cine y la producción mexicana de insuficiente a una que aporta a la transformación y enriquecimiento como sociedad. Los creadores y comunicadores visuales tienen en sus manos la oportunidad de transformar la mirada de toda una sociedad ante cualquier tema, es su decisión conducirla hacia el bien.

REFERENCIAS

Camargo, L. V. (2021, diciembre). Entre el estereotipo y la invisibilidad: representaciones lésbicas/queer en telenovelas colombianas. *Revista Comunicación*, 1(19), 77-96. http://dx.doi.org/10.12795/Comunicacion.2021.i19.05

Castellón, M. (2022, June 6). ¿Cómo ha avanzado la representación LGBT en el Cine Mexicano? *Fuera de Foco.* https://fueradefoco.com.mx/noticias/cine-mexicano-y-diversidad-sexual/

García, G. I. (2022). *Anuario estadístico de cine mexicano 2021.* IMCINE. https://anuariocinemx.imcine.gob.mx/Assets/anuarios/2021.pdf

Herrera, C. (2016, Marzo). Sexualidad Queer: gente "rara" y amores diversos. *Revista de Estudios de Juventud,* 111(Instituto de la Juventud), 57-74. https://www.injuve.es/observatorio/salud-y-sexualidad/revista-de-estudios-de-juventud-111-jovenes-e-identidades

García Calderón, G. I. (2020, septiembre 16). MIRADAS SOBRE LO "QUEER": CINE Y REPRESENTACIÓN. *La ventana. Revista de estudios de género,* 6(51), 53-86. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-94362020000100053

Mammoliti, P. (2022, 02). Hábitos e identidad: cómo transformar tu vida. *Psicología al Desnudo.* https://open.spotify.com/episode/3e9HH5it-6TQe1DqTrMtxLu?si=c30fb83c23d94da4

Ortega Maya, M. (2024, Enero). *El proceso de construcción de la identidad en los jóvenes que habitan la Ciudad de México con la transformación en el siglo XXI de los principales agentes de socialización: la familia y la escuela.* Universidad Nacional Autónoma de México. https://tesiunam.dgb.unam.mx/F/V29FL7ISY19N1QANIF8C13M49D-T6PP7HYLEUC4CAHPMXBFDAML-17547?func=full-set-set&set_number=111947&set_entry=000001&format=999

Palomino, S., & Vázquez, J. C. (2022, Marzo 31). Modelo de representación de personajes lgbti+ en contenidos audiovisuales. *Revista de Ciencias Sociales,* IV(174), 185-205. https://www.redalyc.org/journal/153/15372527012/html/

Secretaria de Derechos Humanos Argentina. (2017, December 15). *Queer: rompiendo las categorías.* Argentina.gob.ar. https://www.argentina.gob.ar/noticias/queer-rompiendo-las-categorias

Torres, C. (2022, June 24). *Registra avances del movimiento LGBTIQ+ en el reconocimiento social.* DGCS Unam. https://www.dgcs.unam.mx/boletin/bdboletin/2022_524.html

Zambrano, J. (2010, Septiembre 9). Sobre Foucault y la teoría queer - Por: José Zambrano. *Aporrea.* https://www.aporrea.org/ideologia/a107659.html

Atribución-No Comercial-Sin Derivadas
Permite a otros solo descargar la obra y compartirla con otros siempre y cuando se otorgue el crédito del autor correspondiente y de la publicación; no se permite cambiarlo de forma alguna ni usarlo comercialmente.

Resignificación de los símbolos religiosos del arte sacro: una visión desde la moda y el fenómeno *catholic mexican core*

Resignification of religious symbols in sacred art: a view from fashion and the catholic mexican core phenomenon

Claudia Inés Delgado Baeza*

Resumen

El objetivo del siguiente proyecto es analizar la manera en la que ciertos elementos característicos del arte sacro han evolucionado visualmente hasta convertirse en los componentes clásicos de la actualidad, centrando su influencia no sólo en la sociedad, sino también dentro del mundo de la moda. Este análisis observa la resignificación de elementos gráficos asociados a objetos litúrgicos y religiosos del catolicismo, con énfasis en la evolución y el desarrollo de la imagen visual, según el factor etnográfico en la sociedad.

Para ofrecer un contexto general, se estudiaron la historia y el desarrollo del arte sacro, su surgimiento como herramienta de evangelización, su inserción en el México prehispánico a través de la conquista y cómo ciertos elementos de uso común en el catolicismo han sido adaptados como

*Egresada de la Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual, Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán, Universidad Nacional Autónoma de México. Mail: ***delgado.claudia1402@gmail.com***

Fecha de recepción: enero, 2025
Fecha de aceptación: marzo, 2025
Versión final: marzo, 2025
Fecha de publicación: abril, 2025

iconografía para representar la identidad de determinados grupos sociales; particularmente un fenómeno dentro del ámbito de la moda: el surgimiento del *Catholic Mexican Core*.

Este fenómeno tiene su origen en la Met Gala de 2018 y, desde entonces, ha estado influenciado por diversos eventos en el mundo de la moda que han revitalizado este estilo. Pertenece a los *fashion cores* creados y difundidos ampliamente a través de las redes sociales. Este estudio no sólo explora la relación de esta tendencia con el sentido de identidad y pertenencia, sino que también busca comprender los caminos que esta moda ha abierto al representar una cultura o una religión, desde perspectivas éticas y estéticas.

Palabras clave: Resignificación, símbolos religiosos y moda.

Abstract

The objective of the following project is to analyze the way in which certain characteristic elements of sacred art have evolved visually to become the classic components we know today, focusing on the influence they have had not only in society, but also within the world of fashion. This analysis observes the redefinition of graphic elements associated with liturgical and religious objects of Catholicism. Emphasizing the evolution and development of the visual image considering the ethnographic factor in society.

To offer a comprehensive context, the history and development of sacred art are studied, its emergence as a tool of evangelization, its insertion in pre-Hispanic Mexico through the conquest, and how certain elements of common use in Catholicism have been adapted as iconography to represent the identity of certain social groups. Focusing on a specific phenomenon within the field of fashion: the emergence of the Catholic Mexican Core. This phenomenon has its origins in the 2018 Met Gala and, since then, has been influenced by various events in the fashion world that have revitalized this style. It belongs to the fashion cores created within fashion and widely disseminated through social media. This study not only explores the relationship of this trend with the sense of identity and belonging, but also seeks to understand the paths that this fashion has opened by representing a culture or a religion, from ethical and aesthetic perspectives.

Keyword: Resignification, religious symbols and fashion.

Introducción

El arte sacro fue creado con el propósito de reflejar y respaldar la fe y devoción de una sociedad esperanzada. A lo largo de la historia, su impacto visual ha desempeñado un papel significativo en la comunicación, transmitiendo un profundo respeto hacia la divinidad. Sin embargo, en la actualidad, la relación entre los símbolos religiosos y su valor ideológico se ha distorsionado, hasta considerarse en algunos casos una profanación de sus significados originales. Se ha adaptado a la cotidianidad de la vida misma, así que este tipo de arte se encuentra también como elementos decorativos en lugares públicos y privados, incluso ha pasado a ser parte del día a día a través de la moda.

La industria de la moda, efímera y sujeta a múltiples cambios, se ha apropiado de elementos del pasado para darles una nueva lectura. En este contexto, el arte sacro ha sufrido una resignificación que lo ha despojado de su valor teológico, para enfatizar su subjetividad estética y convertirlo en parte de lo cotidiano.

Hablar de arte sacro implica necesariamente hablar del catolicismo, una de las principales ramas del cristianismo, cuya doctrina se basa en la proclamación del evangelio como guía para el camino espiritual hacia Dios. En México, la mayor parte de la población se identifica como católica, lo que permite una amplia gama de interpretaciones de la fe a través de la representación visual. Estas manifestaciones gráficas se pueden apreciar en la vestimenta y orfebrería, las cuales permiten a las personas expresar su fe a través de su propia apariencia. De manera internacional, esto posiciona a México como una sociedad profundamente creyente y capaz de demostrar su devoción por medio de su estilo de vida e identidad personal.

La moda, más allá de su función de proteger el cuerpo del entorno, es un medio de expresión que se adapta a ciertas necesidades y contextos culturales. En los últimos años, se ha visto una amplia representación de la moda latina con elementos religiosos para su expresión. Para fines de este proyecto, se realizará un análisis del *catholic mexican core*, una tendencia que ha llevado el estilo religioso latino a un ámbito más delicado, estilizado y a ojos de la sociedad actual con un toque más femenino. Este estilo ha atraído a personas que, sin ser creyentes, se interesan por su valor estético. Así, el *catholic mexican core* se convierte en una tendencia de moda, lo mismo que en una manifestación indirecta de la tradición y devoción católica.

La religión y la moda son dos ámbitos que a primera vista podrían parecer desconectados, pero su evolución revela una interconexión profunda que se remonta a la Antigüedad. Mientras que antes ambos eran exclusivos para ciertos grupos dentro de la sociedad, hoy en día son parte del dominio público. El catolicismo ha influido durante siglos en la cultura visual y en la concepción que se tiene de la divinidad por medio del arte. Esta influencia ha dejado una huella que permite percibir dicha estética de manera simbólica en la actualidad, bajo la necesidad de entender la moda contemporánea como un medio de expresión que refleja los cambios sociales y culturales de su tiempo.

Por otro lado, el auge de la tecnología ha facilitado la difusión de las resignificaciones, con las redes sociales desempeñando un papel crucial en este proceso. Plataformas como Instagram y TikTok han sido fundamentales para la promoción y creación de tendencias que giran en torno al *catholic core*, permitiendo su rápida propagación a nivel global. Aporta una nueva perspectiva sobre la intersección entre la moda y la religión, adicionalmente explora cómo los elementos culturales se resignifican y adaptan a las necesidades de una sociedad en constante cambio.

En las dinámicas de poder, identidad y pertenencia de la cultura visual actual, la moda se ha convertido en un cruce entre lo sagrado y lo profano, donde ambos se encuentran y se redefinen constantemente. Dentro de un modelo donde la moda y la religión se entrelazan, los símbolos sagrados no sólo adornan el cuerpo, sino que también moldean la percepción personal, desafiando las fronteras entre lo espiritual y lo estético.

Breve introducción acerca del arte sacro en el catolicismo

Adentrarse en el arte sacro puede llegar a ser atemorizante, considerando el hecho de que además de hablar de la historia del arte, hay que abordar el desarrollo de la religión a lo largo de la historia y cómo es que ésta se ha adaptado a los medios de una sociedad que se encuentra en constante cambio.

En los inicios de la religión judeocristiana, la Iglesia como institución no aprobaba el uso de imágenes; sin embargo, el hacer partícipe algún elemento gráfico dentro de sus ritos religiosos era algo que se consideraba como una herejía hacia su expresión de fe. Se pensaba que la acción de

adorar alguna imagen o escultura despojaba todo el valor espiritual hacia el cual se orientaba la fe, convirtiéndose en un acto iconoclasta. La Iglesia en un inicio causó un miedo irracional hacia el poder divino para evitar todo tipo de actos de devoción. En la Biblia, se puede ver este pensar en la parte del Éxodo, precisamente en el capítulo 32 (2007), cuando se habla sobre la vez que los hijos de Israel adoraron a un becerro hecho de oro, razón por la cual recibirían el castigo de Dios y serían condenados a vagar cuarenta años por el desierto. Esto es un ejemplo de que cualquier idolatría hacia una imagen podría considerarse algo pagano y, por ende, profano.

De igual forma, recalcando este pensar en los mandamientos de la Iglesia católica:

> No te harás imagen, ni semejanza alguna de lo que está arriba en el cielo, ni abajo en la tierra, ni en las aguas debajo de la tierra. No te inclinarás ante ellas ni las honrarás, porque yo soy el señor tu Dios, fuerte y celoso (Biblia, 2007, Éxodo 20:4-6).

Así, se sembró en los creyentes miedo irracional y rechazo hacia las representaciones gráficas, que llegaron a ser motivo de persecución. Por otra parte, crearía un conflicto de expresión entre los fieles a lo largo de la historia.

En contraste, se tiene que la fe sin motivación puede volverse ciega, ocasionando una duda involuntaria que posteriormente se convierte en una ola que mueve los ánimos, sin saber realmente a dónde dirigirse. Una vez creada y propagada en la sociedad una duda que lleva a preguntarse cómo es que se puede rendir fe y devoción a algo o a alguien completamente ajeno, y con la curiosidad como hilo conductor, la Iglesia se vio orillada a ofrecer las representaciones gráficas que se conocen hoy en día. Ello demuestra que por naturaleza los seres humanos son visuales y siempre tendrán la necesidad de contemplación cuando se trata de algo incorpóreo.

De tal suerte, durante un largo tiempo no se tenía un imaginario colectivo de cómo debía de verse Dios, teniendo un poco de duda hacia qué o quién estaban depositando su fe; es por esto que la Iglesia terminó aceptando el hecho de contar con una representación gráfica de Dios dentro de su religión, para conseguir que las personas se sintieran identificadas con Él. Se cuidó que la representación fuera “a su imagen y semejanza”, logrando obtener un mayor acercamiento por parte de la sociedad hacia la religión y, por ende, hacia la Iglesia.

Las primeras imágenes aprobadas tuvieron características bidimensionales, sobre todo las pinturas y los retablos; éstas sólo se podían encontrar en lugares específicos de adoración, siendo las representaciones más comunes la Santísima Trinidad, los santos o algún pasaje bíblico. La Iglesia tenía miedo de que las personas comenzaran a interpretar de manera subjetiva cada representación, de esta manera, se enfrentaron a un nuevo reto: intentar que el signo y el significado plasmados tuvieran la misma interpretación para todas las personas pertenecientes a la Iglesia.

La sociedad y su pensamiento evolucionan y el arte no es ajeno a esta transformación, todo cambia; dentro de la religión, el arte ha pasado de ser algo simbólico a algo característico. Un claro ejemplo de ello se ve en la arquitectura de las iglesias, las cuales fueron convirtiéndose en edificaciones monumentales y llenas de detalles que invitan a pasar; inclusive hoy en día, muchas de éstas se han convertido en zonas turísticas, en donde cualquier persona sin importar su fe puede apreciarlas.

Volviendo a los inicios, no se debe olvidar que las primeras adquisiciones de dicho arte fueron por parte del mismo clero o familias de la realeza, transformando este arte en un tipo de privilegio para un grupo selecto de la sociedad. El arte sacro tuvo su auge a inicios del siglo VI, funcionando no sólo como medio de expresión, sino también como una forma de adoctrinamiento, y en poco tiempo llegó a ser el elemento por excelencia al momento de evangelizar otras culturas.

Se creó una imagen de lo divino que logró acercar al hombre a través de la idea de imagen y semejanza de Dios hacia su persona, moldeando los mensajes visuales para responder a sus necesidades y dando a la imagen religiosa la capacidad de ser venerada y recordada desde un punto de vista religioso y por el ojo crítico de la sociedad.

Durante el desarrollo de la humanidad, el arte sacro ha estado presente en diversos lugares y religiones, aunque todas parten de la misma rama del cristianismo. Esto ha dado pie a un diverso número de interpretaciones artísticas dentro de esta disciplina, pero destacan dos puntos clave al momento de hablar de arte sacro: la arquitectura y la representación gráfica a través de imágenes icónicas.

De acuerdo con la Real Academia Española (2024), el arte es toda "manifestación de la actividad humana mediante la cual se interpreta lo real o se plasma lo imaginado con recursos plásticos, lingüísticos o sonoros", la

palabra sacro significa ‘sagrada’ y según la Real Academia Española (2018) lo sagrado es “digno de veneración por su carácter divino o por estar relacionado con la divinidad”.

Teniendo esto en mente, se puede considerar al arte sacro como toda aquella expresión artística en la cual se deposita la fe y devoción a través de la veneración a las imágenes. En la religión católica se menciona, en el Catecismo de la Iglesia Católica (2012), en su apartado número 2502, que el arte sacro es aquél que trata de “evocar y glorificar, en la fe y la adoración, el misterio trascendente de Dios” (p. 657) siendo aquél que lleve a quien lo adore a la oración y amor de Dios.

Dentro de este arte, existen tres distintas categorías en las cuales se separan los diversos elementos para el desarrollo y expresión de la fe dentro de la religión católica, aunque los elementos que engloban las tres categorías son considerados por la sociedad arte sacro o religioso. El primer grupo divisorio es el arte religioso, siendo todo aquel elemento visual o sonoro que se enfoca en temas relacionados con la divinidad, pero que es de un dominio público y es resignificado por quien lo usa, dando pie a una diversificación de representaciones de un mismo elemento para su reproducción, ya sea para un consumo personal o para su comercialización.

Dentro de esta misma sección, Camacho (2022) menciona que este tipo de arte puede ser adecuado a un aspecto sociocultural dentro del desarrollo de la vida cotidiana, en determinados lugares que rigen su estilo de vida en torno a la religión, dando en ocasiones sólo un valor estético a dichas representaciones; entre ellas se encuentran imágenes, símbolos y orfebrería.

Por otro lado, el arte sacro se enfoca en todas aquellas edificaciones que se utilizan para resignificar un espacio por medio de su simbolismo religioso, entrando aquí todas las obras arquitectónicas, así como todo aquello que sea parte de este mismo espacio de manera estructural. Un ejemplo de esto son los retablos del presbiterio, las esculturas que se encuentran dentro de los templos a modo de bustos o en las fachadas de los templos; estos elementos no sólo cumplen un valor estético, sino que deben cumplir su función devocional hacia la divinidad, convirtiéndose en un apoyo visual para la evangelización. A diferencia del primer grupo, este tipo de representaciones artísticas debe ser aprobado por una autoridad eclesiástica, como se menciona en el Capítulo VII: “El arte y los objetos sagrados” de su *Constitución Sacrosanctum Concilium sobre la sagrada liturgia*.

> La santa madre Iglesia fue siempre amiga de las bellas artes, buscó constantemente su noble servicio, principalmente para que las cosas destinadas al culto sagrado fueran en verdad dignas, decorosas y bellas, signos y símbolos de las realidades celestiales. Más aún: la Iglesia se consideró siempre, con razón, como árbitro de las mismas, discerniendo entre las obras de los artistas aquellas que estaban de acuerdo con la fe, la piedad y las leyes religiosas tradicionales y que eran consideradas aptas para el uso sagrado (Sacrosanctum Concilium, 1963, párr. 3).

Por último, el grupo que engloba al arte litúrgico, en éste se pueden encontrar todos aquellos elementos utilizados para el desarrollo de las celebraciones litúrgicas, denominados "utensilios sagrados". Éstos pueden adaptarse en materialidad dependiendo las circunstancias espaciales y sociales.

En los principios de la religión católica, el mostrar devoción o incluso realizar ritos en torno a una imagen religiosa era considerado herejía. La manera en que la sociedad y la misma Iglesia han evolucionado en su forma de pensar hacia la aceptación del uso de imágenes como un apoyo para la muestra de la fe por parte de la sociedad es algo interesante de observar. Mantienen, en la mayoría de los casos, respeto hacia la divinidad y crean un vínculo entre el arte y la religión que hace que los fieles se sientan más seguros al momento de demostrar su fe.

Incluso el Papa Francisco (2018) mencionó, en una entrevista con *Patrons of the Arts in the Vatican Museums*, que el arte ayuda a recordar de manera grata la importancia de la fe y de la vida, pues representa una necesidad universal que logra ser fuente de armonía y paz. Hay que recordar, que una parte de este arte sigue siendo respaldado por la misma Iglesia, pero teniendo ciertas cosas que, al ser de dominio público, realmente no son capaces de controlar. La evolución del arte sacro no sólo muestra cómo la sociedad cambia su pensamiento conforme evoluciona la imagen visual que se tiene de manera colectiva de las cosas, sino que también son capaces de adaptarse a su temporalidad mediante una constante evolución, manteniendo ciertos elementos a los cuales se apegan y no cambian de manera estética, pero sí de manera simbólica y significativa.

El catolicismo en México y su representación artística

Como se mencionó, el arte sacro se ha utilizado como un agente evangelizador dentro de la religión católica. En Europa fue utilizada sobre todo con personas de escasos recursos y alejadas de la Iglesia, consideradas analfabetas en la fe por este mismo instituto, donde se utilizó el factor gráfico para sembrar en ellos una idea acerca de Dios.

Sin embargo, al hablar sobre el México prehispánico, es importante analizar la manera en la que la religión católica se introdujo en la vida de los pueblos indígenas. Desde la llegada de los españoles, la cultura de los pueblos originarios se vio influenciada con el pensamiento europeo de los conquistadores. Fue después de la conquista en 1521, cuando podría considerarse realmente la entrada del catolicismo a la vida de los indígenas, así como el uso de las figuras religiosas como un método de adoctrinamiento para las culturas de Mesoamérica.

En este contexto, la llegada de los misioneros fue un órgano importante por parte de la Iglesia para la introducción del catolicismo en el México prehispánico; utilizaron la fe como un modelo político, que llevó a una segunda conquista, la conquista religiosa. Es bien sabido que las culturas precolombinas se regían por un sistema de religión politeísta, venerando a varios dioses a la vez y depositando su fe de una manera muy diferente a como se realizaba en los países y culturas de Oriente.

Tras la conquista, con la llegada de los primeros evangelizadores, los frailes buscaban cambiar el pensamiento politeísta y arraigado a la naturaleza, para ello, se utilizó un método para predicar mediante señas y signos. De igual forma, se hizo uso de libros para predicar la palabra, entre ellos se encuentran los catecismos testerianos; en esta clase de libros se plasmaban, por medio de imágenes, algunas enseñanzas bíblicas y oraciones que generaron un cambio en su vida cotidiana, donde se sustituyeron sus códices por el catecismo de la Iglesia católica, presentando a los ojos de los frailes, y desde mi propia perspectiva, *el mismo gato pero revolcado*[1].

Los evangelizadores descubrieron que el medio de comunicación a través de imágenes y pictogramas era la forma en la que ellos entendían; así, pasaron sus códices y escrituras a ser objetos de enseñanza y no de

1. Voz de la autora, Claudia Delgado.

destrucción como se creía. Se guiaron de los libros para poder predicar, a partir de esto surgen diversos vocablos y artes de las lenguas: catecismos, sermonarios y evangeliarios. Todos éstos eran herramientas de trabajo cotidiano, que dieron, tanto a los evangelizadores como a los pueblos indígenas, una imagen abierta de su forma de pensar; por lo que fueron aceptando ambos poco a poco la unión de las dos culturas, en algunas ocasiones por el temor a un castigo y en algunas otras por una verdadera devoción.

El impacto cultural que tuvo el catolicismo en la vida cotidiana se vio reflejado tanto en sus creencias como en sus tradiciones. Crearon nuevas costumbres o tomaron como referencia algunas ya existentes para modificarlas y hacer que coincidieran con los ideales y valores de la Iglesia. Un ejemplo de esto es el Día de Muertos (como se conoce actualmente), que de acuerdo con el Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal (2019), se ubica en la armonía entre la celebración de los rituales religiosos católicos traídos por los españoles y la conmemoración de sus muertos que los indígenas realizaban desde tiempos prehispánicos. Trasladaron la veneración al calendario cristiano, la cual coincidía con el final del ciclo agrícola del maíz, fecha en la que los indígenas llevaban a cabo su celebración, manteniendo así la idea de un solo festejo que lograra adaptarse a los ideales y valores de la Iglesia.

No sólo esta tradición se convirtió en parte importante de la cultura mexicana, sino en una tradición que trasciende al ámbito internacional, proporcionando una identidad a través de ésta. De igual forma, el hecho de que los frailes inculcaron una devoción que abarcaba a Dios y a los santos abrió camino a diversas festividades que se convertirían en parte del popular mexicano. Una muestra son las fiestas patronales dedicadas a los santos patronos de las comunidades, en la actualidad se realizan con mayor ímpetu en las zonas rurales o semirrurales, donde la religión sigue siendo un punto importante en el estilo de vida.

El criterio de santidad eclesial nada tiene que ver con el sentido de santidad civil y autónoma de la sociedad (Víctor Moreno, 2013). En la sociedad mexicana, se tienen diversas tradiciones que están relacionadas con el catolicismo, las personas no creyentes normalmente no son partícipes de todas ellas, pero poseen conocimientos respecto a éstas o han participado de manera indirecta; entre las más conocidas están las siguientes: el Día de los Reyes Magos, el Día de la Candelaria, Cuaresma, Semana Santa, Día de Muertos y la Navidad. Éstas son tradiciones y costumbres que son de

conocimiento común, ya que el festejo litúrgico de los santos patronos, o el Santo Jubileo, suelen ser en su mayoría para personas que pertenecen de manera rigurosa y religiosa al catolicismo.

El sincretismo entre el catolicismo y las creencias indígenas ha creado una forma distintiva de religiosidad que sigue influyendo en la cultura mexicana. Otro ejemplo muy popular y conocido es la adoración hacia la Virgen de Guadalupe, aparecida en 1531 y considerada una síntesis de la Virgen María y la diosa indígena Tonantzin. Su celebración no sólo creó un apéndice de la religión católica en lo que respecta a la devoción, también dotó dicha imagen de una esperanza nacionalista por medio de la Iglesia, y acercada al pueblo a una devoción comunitaria. Esta figura ha llegado a simbolizar la identidad nacional y cultural de México a lo largo de la historia, dado que se encuentra en escenas históricas de lucha y es, inclusive, la figura central del catolicismo mexicano, simbolizando la identidad religiosa y cultural del México moderno.

Ahora que se abordó el impacto que tuvo la evangelización en el México prehispánico y cómo éste ha constituido la sociedad de hoy, se debe empezar a definir qué es el catolicismo. Se trata de una de las principales ramas del cristianismo y de una de las Iglesias con mayor recepción mundial; es creyente del Antiguo y Nuevo Testamento.

Según el Papa Francisco, durante su audiencia general en octubre del año 2021, el catolicismo "no es una denominación sociológica para distinguirnos de otros cristianos", católico es un adjetivo que significa 'universal'. Quiere decir que la Iglesia tiene en sí, en su naturaleza misma, apertura a todos los pueblos y las culturas de todo tiempo, porque Cristo ha nacido, muerto y resucitado por todos (Papa Francisco, 2021).

La religión católica, al ser una religión derivada del cristianismo, es monoteísta; centra su creencia en las enseñanzas y prácticas de la vida de Jesucristo, su doctrina se rige por el seguimiento de la palabra bíblica, así como por su sistema de creencias, y tiene al Papa como la máxima autoridad espiritual de los feligreses. La ética y la moral católica influyen en muchos aspectos de la vida social, incluyendo la familia, la educación y las políticas públicas. Los principios católicos sobre la dignidad humana, la justicia social y la compasión guían a los fieles en su vida diaria. El catolicismo ha llegado a considerarse la religión universal debido al alcance que se tiene en su evangelización, llega a encontrarse casi en todo el mundo, aunque concentrando la mayor parte de sus fieles en Europa y América.

De acuerdo con el INEGI, en los censos de Población y Vivienda del año 2010–2020, el 78 % de la población ejerce la religión católica o se considera parte de ella. Al ser una sociedad devota, es muy fácil encontrar representaciones artísticas que recalquen la fe de las personas. Como se mencionaba en un inicio, el uso de estatuillas o bultos tenía un simple fin: el pedagógico. Asimismo, al convertirse en parte de las iglesias y algo cotidiano, las personas comenzaron a tener cierto afecto por ellas, volviéndolas parte de su día a día. Se volvieron las estatuas de santos, estampas o cuadros con temas religiosos parte de la decoración de sus hogares, con motivo de expresar su fe o para sentir la protección divina más allá de los templos, convirtiéndolos en algo más personal.

Esto ocasionó que se tuviera que hacer una producción en masa de dicho arte religioso, en vista de que ya no era único de las iglesias o museos, sino que se necesitaba al alcance de todos. En algunos casos, se produjo de una manera tan rápida y automatizada que se despojó del lado artístico y único que lo caracterizaba.

Cuadros, estampas, velas, crucifijos y estatuillas son algunas de las cosas más comunes en una casa mexicana; así se ve la religión llevada a algo más cotidiano y aportando en algunas ocasiones más por su valor estético que por su valor religioso, pero de igual forma, demostrando devoción y expresión de fe según la persona que posea estos artefactos.

Es usual encontrar en casas tradicionales o de adultos mayores un pequeño espacio dedicado a expresar su fe, pequeños altares que normalmente son adornados con veladores y flores, donde la representación del Niño Dios suele encontrarse como figura central, acompañada del santo de su devoción, ya sea a modo de imagen o a modo de estatuilla.

El uso de estas imágenes funciona más que nada como un reforzamiento de fe o protección divina. Es por esto que las representaciones más habituales en una casa mexicana son aquéllas que representan esperanza, protección e incluso prosperidad. Entre todas ellas, las más comunes son las siguientes: San Judas Tadeo, San Benito, San Charbel, Santo Niño de Atocha, San Martín Caballero, San Antonio de Padua, así como diversas representaciones de la Virgen María, entre ellas la Virgen de Guadalupe, la Virgen de Fátima y la Virgen de Juquila.

Otros elementos frecuentes son crucifijos y cuadros de diversas representaciones de Jesucristo; en este sentido, las imágenes más comunes son la de Jesucristo con los Siete Dones o el Sagrado Corazón de Jesús. Ésta

última imagen se ha vuelto especialmente popular entre los jóvenes de las generaciones “Z” y “Alpha”, con la peculiaridad de que sobreponen la cara de algún cantante famoso del cual son fanáticos sobre la de Jesucristo, considerándose a ojos críticos de la comunidad católica una profanación de la imagen. No obstante, la Iglesia no puede hacer mucho al respecto, ya que, como se mencionó antes, este tipo de arte religioso pasa a ser de dominio público y esto abre paso a que sufra variaciones según las necesidades de la sociedad.

Otra representación muy conocida y fácil de encontrar en diversas representaciones es el Cristo crucificado o los crucifijos por sí solos, éstos pueden o no tener una carga de devoción y protección o pasar a ser sólo una decoración sin más. Al respecto, el pensamiento colectivo ha llegado a creer que el colocar alguno de estos elementos religiosos en lugares específicos beneficiará en la protección contra el mal y traerán bendiciones.

Las formas más comunes de integrarlos a las viviendas son colocar una cruz sobre una puerta, tener imágenes de santos en las habitaciones o altares en las casas, lo cual se percibe como una forma de proteger el hogar y a sus habitantes. La Virgen de Guadalupe, considerada la patrona de los mexicanos, es particularmente venerada por sus supuestas intercesiones milagrosas, por lo que su imagen es usual en hogares, comercios, vehículos e incluso en las mismas personas como tatuajes.

La figura de la Virgen de Guadalupe ocupa un lugar especial en el corazón de la nación mexicana, no es sólo una figura religiosa, sino también un símbolo de identidad y resistencia cultural. Representa un punto de unión entre la espiritualidad indígena y la fe católica, ya que su imagen y simbolismo fusionan elementos de ambas tradiciones. Por esta razón, se ha convertido en un icono omnipresente.

La inclinación de los mexicanos a decorar con objetos religiosos tiene profundas raíces históricas, culturales y espirituales. La decoración con imágenes y símbolos religiosos es una manifestación visible de la fuerte conexión que existe entre la religión, particularmente en el catolicismo y su desarrollo en la vida cotidiana de sus creyentes. En México, la religión católica no se limita a los espacios eclesiásticos. La fe se vive de manera muy personal y cotidiana y el uso de imágenes religiosas como decoración son una forma de expresar esa devoción.

Tener una imagen de la Virgen de Guadalupe, un crucifijo o la estampa de un santo en el hogar se considera una forma de protección divina y

una conexión directa con la espiritualidad. Para muchas personas, la decoración religiosa no sólo tiene un significado espiritual, sino que también se aprecia por su valor artístico y estético. Estos objetos religiosos sirven como recordatorios constantes de la fe y ofrecen consuelo espiritual en la vida diaria.

Muchas familias mexicanas transmiten la tradición de decorar sus casas con objetos religiosos de generación en generación. Los abuelos y padres suelen tener altares o imágenes sagradas en sus hogares; esta práctica se mantiene en las generaciones más jóvenes como una forma de mantener viva la fe y las tradiciones familiares. Las decoraciones a menudo tienen un valor sentimental profundo: algunos objetos religiosos han sido heredados o representan momentos significativos en la vida familiar.

En México, la religión no está desligada de las expresiones populares y artesanías religiosas, como las figuras de santos talladas en madera, los exvotos pintados o los retablos, manifestaciones del arte popular que combinan la devoción con el arte tradicional mexicano.

Estos objetos, si bien son usados para decorar, también reflejan el sincretismo cultural y religioso del país. Forman parte del ámbito personal y también se manifiestan en los espacios públicos. Éstos son adornados con símbolos y figuras religiosas, especialmente durante festividades y celebraciones del mismo ámbito; las calles, plazas y mercados se decoran con imágenes de santos y vírgenes, y es común ver procesiones que llevan figuras religiosas adornadas con flores y otros elementos decorativos, reforzando el sentido de comunidad y la identidad compartida en torno a la fe. La religión católica está entrelazada con la historia, el arte y la vida cotidiana en México, lo que hace que estos objetos sean tanto símbolos espirituales como manifestaciones culturales.

La diversificación religiosa ha visto un aumento en las últimas décadas; aunque el catolicismo sigue siendo la religión mayoritaria, hay un crecimiento en la presencia de religiones no cristianas y movimientos espirituales diversos. La secularización también ha llevado a un mayor pluralismo religioso. La modernización y los cambios culturales han impactado la práctica del catolicismo en México. Las nuevas generaciones están adaptando las tradiciones religiosas a un contexto contemporáneo, lo que a veces lleva a una reinterpretación de las prácticas tradicionales.

Las diferentes costumbres han dejado una marca indeleble en la cultura y la sociedad de México desde su llegada en el siglo XVI hasta la ac-

tualidad. Su influencia se manifiesta en las prácticas religiosas, el arte y la cultura popular, desempeñando un papel importante en la vida de muchas personas. La interacción entre el catolicismo y la cultura contemporánea, reflejada en la modernidad, demuestra la continua relevancia y adaptabilidad de la religión en el contexto actual.

El arte religioso ha sido uno de los principales vehículos para la evangelización y la expresión de la fe en el país. Las representaciones de santos, vírgenes y figuras bíblicas en pintura, escultura y arquitectura han dejado un legado artístico que perdura hasta el día de hoy, no sólo en las iglesias y catedrales, sino también en el imaginario popular y en las tradiciones culturales. Estos elementos, ricos en simbolismo y devoción, forman parte de la identidad religiosa de México.

Como se mencionó con anterioridad, una de las representaciones más conocidas en el arte sacro mexicano es, sin duda, la Virgen de Guadalupe. Su imagen ha sido uno de los pilares fundamentales del catolicismo en México; es considerada milagrosa y símbolo de unidad e identidad nacional, no sólo como una figura religiosa, sino cultural.

La representación de la Virgen de Guadalupe es rica en simbología. Aparece vestida con un manto azul adornado con estrellas, de pie sobre una luna creciente y sostenida por un ángel; el fondo dorado que rodea su figura representa el esplendor divino. Esta imagen ha sido reproducida a lo largo del tiempo en pinturas, esculturas, tapices, y vitrales, así como en un sinfín de objetos; es muy común encontrar su representación en altares familiares, en pequeños pueblos y en grandes catedrales.

De igual forma, dos figuras de gran importancia en el arte sacro mexicano son el santo Santiago y San Miguel Arcángel. Estos santos fueron relevantes durante la evangelización de los pueblos indígenas, pues se les asoció con elementos guerreros y de lucha, lo que facilitó su aceptación en una sociedad que valoraba el poder militar.

San Miguel Arcángel, con su espada y escudo, es representado como el líder de los ejércitos celestiales, venciendo al demonio bajo sus pies. Esta figura ha sido popular en la escultura religiosa y su imagen se encuentra en muchas iglesias mexicanas, tanto en retablos como en frescos. El santo Santiago, por su parte, es retratado a menudo montado a caballo, simbolizando su papel como protector del cristianismo. Ambas figuras representan la lucha del bien contra el mal, lo que resonó fuertemente en la población durante el proceso de evangelización.

De igual forma, el Cristo crucificado es una representación universal asociada con el catolicismo, y en México ha sido una figura central del arte sacro. Desde la época colonial, escultores mexicanos han creado impresionantes imágenes de Cristo en la cruz, talladas en madera y con detalles de increíble realismo, elementos característicos de dichas imágenes.

Estas esculturas suelen mostrar un Cristo agonizante, con expresiones intensas de dolor, lo que refuerza la idea del sacrificio redentor. Las heridas están detalladamente representadas y en muchos casos se incluyen elementos decorativos como coronas de espinas doradas y túnicas de terciopelo. La imagen de Cristo crucificado se repite en capillas, iglesias y procesiones religiosas, especialmente durante la Semana Santa.

Más allá de las representaciones bidimensionales, el arte sacro mexicano posee una rica tradición pictórica que data de los primeros años de la colonización. Un ejemplo icónico es el Retablo de los Reyes, en la Catedral Metropolitana de la Ciudad de México. Este retablo barroco está adornado con pinturas de santos y escenas bíblicas, reflejando el esplendor y la riqueza del arte sacro de la época. La influencia europea es evidente, pero con el tiempo los artistas locales comenzaron a incorporar elementos indígenas, manteniendo la identidad cultural como un guiño a sus raíces.

Otro ejemplo destacado es la obra de Miguel Cabrera, uno de los pintores más importantes del siglo XVIII, cuyas representaciones de la Virgen, los santos y Cristo son una muestra maestra del arte barroco sacro en México. Su pintura de la Virgen de Guadalupe es una de las más replicadas en la historia del arte mexicano.

Dentro del arte sacro mexicano se puede también encontrar la escultura, que suele caracterizarse por su realismo y detallismo. En el siglo XVII, el uso de madera policromada permitió a los escultores crear imágenes extremadamente detalladas de Cristo, la Virgen y los santos. Ejemplos de este arte se encuentran en muchas catedrales, esas figuras suelen tener un enfoque dramático, destacando el dolor y la devoción.

En cuanto a la arquitectura, el arte sacro mexicano ha dejado un legado monumental. La mezcla del barroco europeo con elementos indígenas creó un estilo arquitectónico único. La Catedral de Puebla, con su impresionante fachada barroca, y la Catedral Metropolitana de la Ciudad de México, son ejemplos majestuosos de cómo el arte sacro se materializó en edificios religiosos. Estas estructuras no sólo sirven como lugares de culto, sino también como símbolos del poder y la influencia del catolicismo en la misma sociedad.

A lo largo de los siglos, el arte sacro en México ha mantenido ciertos patrones visuales que se repiten de manera consistente. Estos patrones incluyen el uso del dorado para representar la divinidad, la inclusión de símbolos como la cruz, el corazón de Jesús, las llamas y la constante representación de la Virgen María en diversas advocaciones. Además, los colores vibrantes como el azul y el rojo se asocian con la realeza y el sacrificio, mientras que el blanco simboliza la pureza.

El uso de estos elementos se puede ver plasmado en la estructura arquitectónica y artística, la cual se repite en la mayoría de las iglesias, catedrales y nichos de uso doméstico. El papel de la iconografía y la gráfica, como se mencionó ya, se ha vuelto algo importante al momento de profundizar en la fe personal. Día con día, se busca la integración de las creencias al modo de vida propio, bajo una idea de identidad y la expresión de lo que cada quien es.

En este sentido, la sociedad no ha dejado los elementos clásicos de una iglesia dentro de ella, ha usado el arte, la arquitectura y la orfebrería como elementos de uso personal. Algunos de los símbolos respecto a la arquitectura se ven en la creación de pequeños altares domésticos o elementos tomados del estilo churrigueresco para la decoración; de igual forma, el uso de rosarios, collares o medallas con imágenes religiosas se ha vuelto muy común.

Para analizar esto, primero se deben tomar en cuenta los elementos u objetos sacramentales. Según el Catecismo de la Iglesia Católica (2012), en el segundo apartado acerca de los siete sacramentos de la Iglesia, en el apartado 1667, son aquellos signos sagrados que imitan de alguna manera los sacramentos, expresándose sobre todo en lo espiritual y obtenidos por intercesión de la Iglesia. Para los miembros de la iglesia, poseen un valor más allá de lo estético, porque tienen un enfoque espiritual, pero de manera subjetiva.

Estos sacramentales pertenecen a la categoría de arte litúrgico, ya que en la mayoría de las ocasiones se utilizan como complemento en las celebraciones litúrgicas; un ejemplo de esto es la ceniza en Cuaresma, el pan bendito, cirio pascual, el agua bendita y las vestimentas sacerdotales. Todos son utilizados por personas pertenecientes al clero o creyentes, no así los objetos benditos, que son considerados elementos sacramentales; éstos normalmente no forman parte de algún rito litúrgico, sino que funcionan como apoyo de la fe y devoción.

En esta sección, se hallan estampas de diversos santos, así como de Jesucristo y María, escapularios, crucifijos, veladoras, rosarios, medallas, estatuillas, veladoras o cirios, cuadros y contenedores de agua bendita. Es importante aclarar que para que sean considerados sacramentales deben pasar por un rito litúrgico que los dote del valor espiritual por parte de la Iglesia.

Sin embargo, todos estos elementos forman parte del día a día de los católicos, no sólo por el valor espiritual que ellos les dan, sino porque forman parte de su identidad personal por el valor estético de los objetos o accesorios, teniendo como fin, en la mayoría de los casos, dar testimonio de la fe o creencias personales y respondiendo a las necesidades culturales e históricas, según el contexto en el que se encuentren. En la actualidad, estos objetos simbólicos han evolucionado para formar parte de la identidad cultural moderna.

Del arte a la moda

La moda funciona como reflejo de la cultura y creencias de una persona dentro de un grupo social; no sólo es estética, sino también una muestra de los valores, pensamientos y estilos de vida. De acuerdo con la Real Academia Española (2019), la moda es un "gusto colectivo y cambiante en lo relativo a prendas de vestir y complementos". Es un elemento que muestra aspectos culturales, incluyendo un enfoque histórico, cambiando y adaptándose, al igual que lo hace la sociedad.

Algo fascinante de la moda es que no en todos lados es igual; claro que todos los estilos parten de un mismo lado, la apropiación que cada persona le da y su resignificación según su contexto histórico hace el vínculo entre moda y cultura se convierta en algo simbólico, trascendiendo en el tiempo y en algunas ocasiones hasta en el espacio.

La moda ha sido una forma poderosa de expresión personal y cultural a lo largo de la historia. Más allá de ser simplemente una elección estética, la moda permite a las personas comunicar su identidad, su pertenencia a una comunidad o subcultura y sus valores. A través de las prendas y estilos, se conforma una imagen pública y el cómo se quiere ser percibido. Desde las civilizaciones antiguas hasta el mundo contemporáneo, la moda ha sido un reflejo de las dinámicas sociales, los cambios culturales y los movimientos políticos. Las prendas no sólo cubren el cuerpo, también expresan estados de ánimo, creencias y aspiraciones.

La moda deja ver las costumbres, creencias y valores de una sociedad. A lo largo de la historia, las diferentes civilizaciones han utilizado la vestimenta para indicar su rango social, creencias religiosas, estatus económico y, en algunos casos, hasta su espiritualidad. Se ha convertido en un fenómeno dinámico que evoluciona con las influencias culturales, políticas y económicas, es decir, se adapta a los cambios de una sociedad y a sus contextos históricos. En este sentido, se sirve de la estética para transmitir mensajes complejos sobre el lugar propio en el mundo, ideologías y formas de convivencia.

La historia de la moda en México está profundamente influenciada por el sincretismo cultural que surgió tras la conquista española. Durante el periodo colonial, la moda reflejaba las influencias europeas, principalmente de España, pero también integraba elementos indígenas. A lo largo de los siglos, la moda mexicana ha evolucionado, combinando estilos indígenas prehispánicos, influencias coloniales, y posteriormente, corrientes internacionales.

A mediados del siglo XX, diseñadores como Ramón Valdiosera promovieron el "estilo mexicano", un enfoque que resaltaba los textiles, bordados y colores tradicionales, llevando la moda mexicana a ser acogida internacionalmente; inclusive fue reconocido dentro del mundo de la alta costura como el "padre del rosa mexicano".

En México, la moda no sólo es un reflejo de las tendencias globales, sino también una herramienta para preservar y destacar la identidad cultural. Elementos como los huipiles, rebozos y trajes típicos regionales son representativos de la riqueza cultural y la diversidad de las comunidades mexicanas. Las festividades religiosas, como la celebración de la Virgen de Guadalupe o el Día de Muertos, también están influenciadas por una moda propia, con prendas y accesorios que reflejan una mezcla única y diversa de fe y tradición. Esta unión entre vestimenta y cultura es lo que convierte a la moda mexicana en un vehículo de identidad, donde se celebra la herencia nacional mientras se navega por un mundo moderno globalizado.

La sociedad actual busca consumir más en el menor tiempo posible, lo que lleva a una rápida evolución de estilos y tendencias. En este contexto, surgen los *fashion core*, estilos visuales que encapsulan una temática o identidad específica y proporcionan una respuesta rápida a las demandas del consumo moderno. Estos estilos están diseñados para crear una estética distintiva que conecta con una comunidad o grupo que comparte

intereses, valores o visiones culturales similares. Ejemplos de fashion core incluyen “gothic core”, “cottagecore” y “dark academia”, los cuales exploran diferentes aspectos estéticos y temáticos.

Éstos tienen su origen a partir de movimientos sociales, culturales y con frecuencia surgen de las redes sociales, donde las subculturas encuentran una plataforma para expresarse y conectarse. Este fenómeno se ha intensificado en la era digital, donde plataformas de redes sociales como Instagram, TikTok y Pinterest permiten que estos estilos se difundan y evolucionen rápidamente. Las celebridades y personas influyentes también juegan un papel importante en la promoción y visibilidad de estos estilos, lo que les otorga un alcance global.

Un ejemplo de esto fue el fenómeno que ocurrió con la Met Gala de 2018, con su tema “Heavenly Bodies: Fashion and the Catholic Imagination”, mismo que marcó un hito en la alta costura al incorporar símbolos religiosos, específicamente católicos, en un evento que celebra la creatividad y la estética visual. Los diseñadores tomaron como referencia para sus creaciones símbolos icónicos del catolicismo, como las tiaras papales, la cruz y la Virgen María, reinterpretándolos en prendas lujosas y únicas. Ello abrió un debate sobre los límites entre la moda y la religión y si es apropiado o no resignificar elementos sagrados con fines estéticos.

A partir de este evento, se popularizó el uso de iconografía religiosa en la moda, no sólo en las pasarelas, sino también en la moda de calle. Marcas de alta costura y diseñadores independientes comenzaron a explorar la estética religiosa, generando un diálogo entre lo sagrado y lo profano. La Met Gala del 2018 sirvió como un catalizador para que se normalizara el uso de estos símbolos en la moda, conectando con la creciente popularidad de estilos, como el *catholic mexican core*.

Este fenómeno tiene sus raíces en la estética chicana, que mezcla influencias de la cultura mexicana con elementos católicos y de la vida en la diáspora. La comunidad chicana, especialmente en Estados Unidos, ha mantenido una conexión simbólica con la religión católica, utilizando elementos como la Virgen de Guadalupe y los rosarios en su vestimenta. Estos símbolos se entrelazan con la identidad cultural y la resistencia social de los chicanos, quienes a través de la moda han encontrado una manera de expresar tanto su fe como su herencia mexicana.

Las redes sociales han jugado un papel crucial en la expansión del *catholic mexican core*, donde la estética religiosa ha sido reconfigurada y reinterpretada por diseñadores, artistas e *influencers*. Instagram, TikTok y otras plataformas han permitido la difusión rápida de esta tendencia, lo que ha llevado a su adopción por personas fuera de la comunidad religiosa y cultural que le dio origen. Tal visibilización global ha permitido que tal estética sea reinterpretada y adoptada por personas de diversas culturas.

La moda que incorpora símbolos religiosos puede, por un lado, visibilizar ciertos aspectos de la religión católica, acercándose a nuevos públicos y dando una nueva vida a sus símbolos en contextos modernos. Sin embargo, también presenta desafíos, ya que la comercialización y la trivialización de símbolos sagrados pueden percibirse como una falta de respeto. Para la Iglesia, este fenómeno plantea preguntas sobre los límites de lo sagrado en la cultura popular y hasta qué punto es aceptable resignificar estos símbolos.

La resignificación de símbolos religiosos en redes sociales ha afectado la percepción de la Iglesia Católica en México. Si bien, algunos ven este fenómeno como una forma de modernización y conexión con las nuevas generaciones, otros lo ven como una profanación de lo sagrado. Redes sociales como Instagram y TikTok se han convertido en plataformas donde los símbolos católicos son reinterpretados, lo que genera un debate sobre cómo se maneja la imagen de la Iglesia en un mundo cada vez más visual y digital.

Metodología

Este trabajo posee un enfoque cualitativo, el cual tiene como objetivo analizar la resignificación de símbolos religiosos en la moda contemporánea, en particular a través del fenómeno del *fashion core*. Se seleccionó este enfoque debido a la versatilidad que posee en cuanto a la interpretación de los fenómenos culturales y sociales, pues permite explorar de manera profunda las narrativas visuales y simbólicas que se ven implicadas en la moda.

El enfoque cualitativo se justifica por la necesidad de comprender y explorar cómo los elementos religiosos evolucionan y se transforman dentro de la cultura visual, teniendo un enfoque contemporáneo. Asimismo, se centró la investigación en una recolección de datos textuales y audiovi-

suales, con el fin de facilitar un proceso inductivo en las áreas de estudio, mediante el cual surgió una interpretación que parte de un análisis crítico hacia dichas fuentes.

Esta clase de enfoque permite el estudio de las interrelaciones entre el arte sacro, la moda y la sociedad, abriendo espacio a la discusión sobre cómo las tendencias culturales influyen no sólo en la representación simbólica de elementos religiosos, sino también en la resignificación que poseen según su contexto histórico.

Para alcanzar el objetivo de este trabajo, se emplearon diversos elementos para la recolección de datos, tanto textuales como visuales, que permitieron explorar la profundidad de las representaciones simbólicas en la moda y cómo esto influye en el constructo personal del ser. La recolección de datos textuales de información documental incluyó libros digitales e impresos, artículos de investigación, así como artículos de revistas especializadas, además de materiales audiovisuales, como pódcast y contenido en redes sociales, principalmente TikTok (en esta última se observa el fenómeno específico sobre el *catholic mexican core*).

Las fuentes textuales facilitaron el análisis de la evolución histórica y cultural de los símbolos religiosos, mientras que el análisis de las fuentes visuales permitió tener un acercamiento a las nuevas representaciones simbólicas que se dan a través de la fotografía y a las diversas representaciones del arte sacro. El análisis de estas imágenes permitió realizar una comparación visual que apoyara y generara una conexión directa con el fenómeno estudiado, facilitando la organización de datos a través de diversas categorías temáticas que ayudaron a interpretar de manera coherente y estructurada los resultados.

Los datos recolectados se analizaron mediante un enfoque histórico crítico, que permitió una comprensión profunda del contexto y la evolución de los símbolos religiosos. El análisis histórico ayudó a contextualizar la trayectoria del catolicismo en la sociedad, los símbolos que lo representan y su transformación a través de la moda, particularmente en el *catholic mexican core*. El uso de esta metodología permitió no sólo observar el uso original de estos símbolos, sino también cómo han sido adaptados a nuevas formas de expresión que van más allá de lo estético hasta convertirse en fenómenos culturales en la moda contemporánea.

El análisis crítico, por su parte, se centró en cuestionar las interpretaciones tradicionales de estos símbolos, mediante la exploración de los

nuevos simbolismos que emergen al ser utilizados en un contexto diferente a su original dentro de la moda. Se examinaron casos específicos como la Met Gala del año 2018 y su temática "Heavenly Bodies: Fashion and the Catholic Imagination", y se observó cómo la moda ayuda a crear nuevas narrativas visuales que impactan tanto a la religión como a la cultura popular. La elección de un diseño investigativo de carácter narrativo se fundamenta en su capacidad para estructurar el análisis como un proceso dinámico y evolutivo.

A través de este enfoque, es posible relatar la transformación de los símbolos religiosos desde sus orígenes hasta la actualidad, sobre todo enfocado desde el punto de vista de la moda, y permitiendo una interpretación integral de los fenómenos sociales y culturales que influyen en su uso. Este diseño también facilita la incorporación de un enfoque interpretativo que conecta los datos históricos y visuales con las tendencias actuales, generando una narrativa coherente y accesible.

Además, el diseño narrativo permite vincular el análisis con los objetivos y la pregunta clave de la que parte todo esto, lo que resulta particularmente útil para estudiar fenómenos de moda como el *catholic mexican core*, cuyo desarrollo se nutre de múltiples fuentes culturales, sociales y religiosas. Este enfoque también permite explorar los efectos de la globalización y la difusión a través de las redes sociales, donde destaca cómo estas plataformas han amplificado el alcance y la visibilidad de esta tendencia.

Una de las principales limitaciones de esta investigación es la naturaleza efímera de los *fashion core*, lo que dificulta el acceso a fuentes sólidas y duraderas sobre este fenómeno. Aunque estas tendencias pueden alcanzar gran visibilidad en momentos específicos, como lo fue el caso de la Met Gala 2018, su relevancia a menudo es temporal, por cuanto limita la cantidad de literatura académica y análisis profundo sobre su impacto a largo plazo. Los fashion core dependen en gran medida de la dinámica de las redes sociales, donde el algoritmo juega un papel crucial en su difusión y visibilidad. Esto genera una gran cantidad de contenido temporal y en constante cambio, lo que a veces dificulta una documentación exhaustiva y un análisis crítico continuo.

Por otro lado, aunque las redes sociales permiten la difusión y reinterpretación generalizadas de símbolos religiosos, la naturaleza de estas plataformas puede ser insustancial en el significado original de los símbolos

o de donde surgen realmente, lo que dificulta la evaluación de su impacto cultural y religioso. Sin embargo, esta investigación intenta mitigar esas limitaciones mediante un análisis crítico riguroso y el uso de fuentes adicionales que brindan una comprensión más integral del fenómeno.

Se materializó de manera escrita una visión sólida y estructurada para el análisis de la resignificación de los símbolos religiosos en la moda, con especial atención a la influencia de las redes sociales y las tendencias efímeras. A través de un enfoque cualitativo, un diseño narrativo y un análisis histórico crítico, se espera proporcionar nuevos conocimientos sobre la interacción de la moda y la religión en la cultura contemporánea, así como el impacto que ésta ha tenido en las redes sociales a través de los medios audiovisuales.

Desarrollo

El *catholic mexican core* representa una corriente de moda que se centra en la reinserción y reinterpretación de símbolos y elementos católicos, como parte de la cultura visual y religiosa mexicana, particularmente aquéllos que remiten al periodo colonial. Esta tendencia va más allá de la moda, explora el vínculo entre la religión, la estética y la identidad cultural y cómo estas influencias son adaptadas por generaciones jóvenes en un contexto de globalización y redes sociales.

En términos generales, se trata de una tendencia de moda que se inspira en la iconografía y los símbolos católicos; forma parte de los *fashion cores* que retoman un concepto cultural o social para establecer una estética específica. En este caso, el *catholic mexican core* surge a partir de la popularidad del catholic core, una tendencia que creció tras la Met Gala de 2018 con el tema "Heavenly Bodies: Fashion and the Catholic Imagination". Este evento generó interés en la moda inspirada en el catolicismo, incluyendo elementos de la iglesia católica y objetos religiosos como crucifijos, rosarios, mantos y velos, aparte de tener una clara influencia de las vestiduras sacerdotales y papales.

Con todo, el *catholic core* se distingue de las tendencias vistas en la Met Gala, debido a su incorporación aspectos de la vestimenta colonial mexicana, toma como referentes visuales a la Virgen de Guadalupe, querubines, crucifijos y otros símbolos del catolicismo arraigados en la cultura mexicana. Esta reinterpretación de lo religioso, además de presentar una

estética femenina y nostálgica, se ve reforzada por la influencia en redes sociales como TikTok, en donde se popularizan videos que muestran esta tendencia a través de la hiperfeminidad y el uso de accesorios católicos con un pequeño factor religioso, pero sin dejar a un lado la parte estética.

El *catholic mexican core* es relevante para el análisis de la moda contemporánea por varias razones. No sólo es un reflejo de cómo la moda y la alta costura perciben y reinterpretan ciertos sectores, sino que también explora cómo estos elementos religiosos, originalmente devocionales, son adoptados por las nuevas generaciones y resignificados de otra manera. Así, esta tendencia muestra que las generaciones actuales reinterpretan su entorno y su cultura, eligiendo elementos propios de sus creencias y tradiciones para expresar su identidad o simplemente tomando algo que consideran bello o diferente para poder usarlo según sus necesidades.

Este fenómeno, además, expone una paradoja en la que la moda ofrece elementos de la vida católica para ser consumidos estéticamente, lo que genera una desconexión entre la función devocional y su utilización en la moda. En este sentido, la moda contemporánea convierte los elementos sagrados de la cotidianeidad católica en algo comercial y adaptable a la vida diaria, donde destaca la importancia de los símbolos religiosos en esta tendencia y, en algunos casos, se observan sus significados más allá de los estereotipos. De esta manera, elementos como el rosario, el crucifijo y el escapulario han sido adaptados en la moda contemporánea, lo que da paso a una apropiación visual e inclusive cultural del catolicismo en un contexto ajeno a la devoción religiosa.

Es fundamental observar cómo estos símbolos, aunque se han convertido en adornos y referencias estéticas, mantienen un significado que puede trascender lo visual. Para algunos, esta estética puede representar una forma de identificación con la cultura mexicana y el catolicismo, mientras que para otros es sólo una expresión de moda sin conexión espiritual. En el *catholic mexican core*, los colores blanco, rojo, negro y azul se utilizan como base en la vestimenta, evocando pureza, inocencia y solemnidad, mientras que los accesorios religiosos refuerzan la conexión con el catolicismo y su estética, a menudo como una referencia visual más que espiritual.

Otros símbolos comunes son el Sagrado Corazón de Jesús y el Inmaculado Corazón de María, figuras que transmiten sentimientos de devoción y sacrificio. También se hace referencia a la paloma blanca (Espíritu Santo)

y a representaciones de querubines y serafines, adaptadas como elementos decorativos o maquillaje editorial que recuerda la estética religiosa.

Estos elementos, aun con sus significados profundos en el contexto católico, han sido resignificados como accesorios y temas estéticos que enmarcan una sensación de nostalgia o conexión cultural. La presencia de estas imágenes representa el imaginario visual colectivo del catolicismo en la cultura mexicana.

Así, el *catholic mexican core* se inspira en la conexión entre el catolicismo y la estética mexicana, una relación que data de la época colonial. Durante la evangelización en México, el catolicismo y sus símbolos religiosos se integraron en la vida diaria de los mexicanos, convirtiéndose en parte de sus raíces culturales.

Además, la moda mexicana siempre ha estado conectada con la religión católica, especialmente en la cultura chicana, que utiliza elementos religiosos para expresar orgullo y pertenencia cultural, aunque con regularidad se encuentra marginada y enfrenta estereotipos negativos. Pese a que se comparta el mismo principio con la cultura chicana y se rescate el uso de algunos elementos, sin lugar a duda, el auge de esta tendencia se remonta a la Met Gala de 2018 (como ya se explicó párrafos atrás), que popularizó el *catholic core* y despertó el interés en la estética católica en la moda.

Posterior a ese hecho, esta tendencia impulsó e inspiró el surgimiento del *catholic mexican core* en 2022 y 2023, con diseñadores y marcas que tomaron la iconografía católica y la adaptaron al contexto mexicano. Un ejemplo notable es la Colección número III de Mirror Palais, una colección inspirada en la moda virreinal mexicana, para cuya promoción se utilizó San Miguel de Allende como escenario.

Históricamente, la Iglesia católica ha tenido una estrecha relación con la moda, representando lujo y estatus a través de la vestimenta de sus líderes. El clero, como autoridad máxima, destacaba por su indumentaria elaborada y exclusiva, lo cual generó una asociación entre el catolicismo y el lujo. Aunque la Iglesia ha intentado distanciarse de este aspecto, su imagen permanece arraigada en la moda de alta gama.

De forma paralela, la influencia de iconos de la cultura pop ha jugado un papel clave en el desarrollo del *catholic core* y, por extensión, el *catholic mexican core*. Artistas como Madonna, Lana Del Rey, Lady Gaga, Sabrina Carpenter, Lil Nas X y Mon Laferte han utilizado símbolos religiosos en

su estética visual, lo que refuerza la asociación entre el catolicismo y una imagen visual poderosa, así como discursos acerca de la divinidad y la interpretación subjetiva que tienen todos estos artistas acerca de ella.

Como se mencionó, los símbolos más comunes dentro de esta tendencia incluyen el rosario, el crucifijo, el escapulario y los corazones sagrados, como el Sagrado Corazón de Jesús y el Inmaculado Corazón de María. Estos símbolos poseen significados profundos en el catolicismo: el rosario representa la devoción; el crucifijo, el sacrificio de Cristo; el escapulario, la protección divina y el Sagrado Corazón, el amor y la compasión de Cristo; en cambio, en la moda, estos elementos son reinterpretados como accesorios estéticos, apreciados por su impacto visual más que por su significado espiritual.

Aunque algunos diseñadores y usuarios de la moda son conscientes del simbolismo detrás de estos elementos, la tendencia del *catholic mexican core* los presenta principalmente como decoraciones. Esta apropiación visual refuerza el aspecto nostálgico y emocional para el público, conectando la moda con una representación visual de la fe. Diseñadores como Valentino Garavani, Cristóbal Balenciaga, Jean-Paul Gaultier y Alexander McQueen han sido pioneros en la inclusión de símbolos religiosos en sus colecciones, demostrando que la moda de alta gama ve en el catolicismo una fuente de inspiración rica y compleja.

El *catholic mexican core* no es una moda vana, sino una manifestación cultural que refleja la mezcla de religión, identidad y estética en el mundo contemporáneo. La resignificación de estos elementos religiosos por parte de las nuevas generaciones demuestra un enfoque más experimental y consciente hacia la moda, en la que la identidad cultural y el significado histórico se entrelazan con el gusto estético y la autoexpresión. Aunque efímero, el *catholic mexican core* proporciona una visión interesante de cómo la moda puede reinterpretar y adaptar símbolos de gran carga cultural y espiritual.

Discusión

La globalización ha transformado múltiples sectores de la sociedad, y la moda no es una excepción. Este fenómeno no se limita a aspectos económicos, sino que se extiende profundamente en los ámbitos social, político y cultural. En este contexto, la globalización permite que la moda local se internacionalice, adaptándose a distintos contextos geográficos y culturales. La presencia del internet en la vida cotidiana, especialmente en plataformas como redes sociales, ha sido crucial al momento de conectar personas alrededor del mundo, permite compartir perspectivas culturales que antes parecían distantes, pero a las cuales ahora se puede tener fácil acceso a través de las redes sociales.

El *catholic mexican core* ha tenido un gran impacto en redes sociales, especialmente en TikTok. Su popularidad es un claro reflejo de cómo la globalización y las plataformas digitales permiten la rápida expansión de una estética específica. Los contenidos audiovisuales en formato breve que proliferan en la plataforma, combinados con la posibilidad de mostrar elementos culturales de una manera simplificada y atractiva, han facilitado que esta tendencia se propague. Estos contenidos conectan con una audiencia que encuentra en el *catholic mexican core* una mezcla de lo exótico, lo familiar y lo nostálgico, dado que en algunos casos puede aludir a sus raíces culturales o simplemente cautivar por su misma naturaleza estética.

Este *core* ha sido recibido en mercados internacionales, particularmente en Estados Unidos, como un elemento de "diversidad cultural". Para una audiencia ajena a México, este estilo puede percibirse como una representación visual de lo mexicano o lo latino, aunque su significado se simplifique y se abstraiga de acuerdo a las necesidades que desean cubrir. En cuanto a la percepción de esta tendencia dentro del mundo de la moda, se han tenido opiniones encontradas. Mientras algunos lo ven como una celebración y reconocimiento de la cultura mexicana, se puede observar una serie de estereotipos implícitos, puesto que el *catholic mexican core* construye una versión idealizada y parcial de lo que es ser una "chica mexicana".

La comunidad latina ha tenido diversas reacciones respecto a esta tendencia en redes sociales; por un lado, hay quienes aprecian que se muestre una representación mexicana fuera de sus fronteras; por el otro, la imagen que se transmite está moldeada por el colonialismo, ya que se centra en estándares de belleza eurocéntricos que son aceptados en la sociedad con

un pensamiento anglosajón. En lugar de resaltar la verdadera diversidad de México, el estilo se limita a reproducir una narrativa estética específica y, de cierta manera, estereotipada, que no refleja a la población mexicana en toda su complejidad.

La moda rápida o *fast fashion* ha desempeñado un papel fundamental en la difusión del *catholic mexican core*. Aunque la tendencia surge inspirada en colecciones de alta costura y piezas artísticas de pasarela, la moda rápida permite que elementos de este estilo se repliquen y lleguen al mercado masivo, simplificándose y perdiendo parte de su significado etnográfico. Adaptando elementos gráficos y objetos litúrgicos, en productos de moda que pretenden respetar su simbolismo original, pero que en realidad a menudo sólo capturan su apariencia superficial.

Este fenómeno no sólo afecta al *catholic mexican core,* sino también a otras estéticas dentro del *fast fashion,* que toman elementos simbólicos de contextos culturales con fuertes raíces históricas y espirituales. La comercialización de estos elementos en dicha industria puede interpretarse como una apropiación cultural que trivializa el mensaje y los valores asociados a dichos símbolos. Este proceso de adaptación genera una versión accesible, pero vacía de un estilo culturalmente rico, fomentando una estética de hiperfeminidad que se alinea con los valores comerciales, pero no necesariamente con los valores espirituales del catolicismo ni con la cultura mexicana en su totalidad.

En sus orígenes, el *catholic mexican core* fue un estilo que mantenía una conexión simbólica profunda con el catolicismo y la imagen mental que la sociedad poseía en torno a ésta. A medida que esta tendencia ha evolucionado en redes sociales y dentro del mercado del *fast fashion*, se ha mostrado una simplificación de los elementos característicos de esta misma, más que nada enfocándose en cómo éstos se representan y se manipulan a fin de que su reproducción sea rápida, barata y fácil de interpretar, llevando a una reducción de características visuales para su reinterpretación, pero sin perder la idea central del énfasis en el concepto que lo rodea.

Un ejemplo de este fenómeno es la representación más figurativa que se le ha dado a la representación de los ángeles. Según la angelología bíblica, los ángeles son seres celestiales con seis alas repletas de muchos ojos, de imagen compleja y abstracta. Por el contrario, en el contexto del catholic core, la imagen de los ángeles se ha retomado de una versión idealizada que evoca nostalgia, presentándolos como figuras regordetas y de aparien-

cia “angelical” en un sentido visualmente atractivo. Esta reinterpretación del simbolismo original ilustra cómo una estética puede mantener ciertas “señas de identidad” mientras pierde el significado cultural profundo y se adapta al ojo público para su recibimiento.

Como se ha mencionado, las redes sociales han sido esenciales en el auge del catholic mexican core, actuando como el principal motor para su viralización. TikTok, en particular, ha sido un catalizador que ha incitado a los usuarios a crear contenido sobre esta estética de manera masiva. Los creadores de contenido, a través de videos cortos, han popularizado la estética mediante tutoriales de vestimenta y maquillaje que se alinean con el catholic mexican core, así como mediante “edits” que capturan la esencia visual de esta estética y la difunden a través de contenido audiovisual.

El algoritmo de TikTok ha jugado un papel crucial en la propagación de esta tendencia. Al permitir que se utilicen hashtags como #catholicore, #catolicgirl, #catolicmexicangirl, #Catholicmexicancore y #MexicCatholicAesthetic, la plataforma facilita que los usuarios encuentren contenido relacionado de manera continua. A través de esta viralización, el catholic mexican core ha logrado difundirse y mantenerse a través del tiempo, porque a pesar de ser una tendencia efímera, su paso por la moda ha quedado marcado, así como la influencia que ha tenido en el amplio mundo del internet.

Los artistas y creadores de contenido son figuras clave para el desarrollo de este core. Con su alcance masivo, han influido en la percepción de esta estética, adaptándola y compartiéndola con un amplio público. A través de sus publicaciones, promueven una versión del catholic mexican core que, aunque en muchos casos carece de contexto cultural profundo, logra captar la atención de sus seguidores y ayuda a establecerlo entre ellos, sin importar que sea de manera momentánea.

Ahora bien, la influencia de estos creadores también conlleva riesgos: aun cuando ayudan a difundir elementos culturales que pueden fortalecer la identidad latina, su interpretación en muchos casos omite los matices de la espiritualidad católica, así como los valores que ésta comparte. Se enfocan sólo en el lado estético del asunto, dejándolo a la subjetividad y perdiendo su autenticidad, alimenta un estereotipo que categoriza un fenómeno visual y deja de lado el tema de mayor celebración e identificación cultural.

El ser humano posee una tendencia a la categorización, con la que busca simplificar y comprender su entorno. En el ámbito de la moda, las etiquetas, como catholic mexican core, permiten identificar y promover estilos únicos, que capturan elementos tradicionales y los reinterpretan en un contexto contemporáneo. Se centran, como se ha podido observar, en un evento o fenómeno particular que las impulsa; buscan destacar al reinterpretar elementos conocidos desde una óptica moderna y alineada con las sensibilidades y valores de la sociedad actual.

Estas etiquetas ayudan a dar forma a la identidad cultural y proporcionan a las personas un marco visual y conceptual, dentro del cual pueden expresar su individualidad. En cualquier caso, la categorización también tiene consecuencias: la simplificación de aspectos culturales y religiosos, como sucede con el catholic mexican core, puede llevar a la percepción de que México y el catolicismo son elementos homogéneos y monolíticos, lo cual es una visión superficial.

Este fenómeno, en su totalidad, posee un carácter complejo que ilustra las tensiones entre globalización, apropiación cultural y representación; mientras que la globalización y la moda rápida han permitido su expansión, el significado cultural profundo a menudo se pierde en el proceso. Las redes sociales han sido tanto vehículo de popularización como espacio de reinterpretación, transformando esta estética en un fenómeno masivo que conecta audiencias diversas.

Su representación en contextos internacionales plantea preguntas sobre la línea entre adaptación y apropiación cultural, pero sin dejar de lado que, la moda a lo largo de la historia ha servido de igual forma como una pieza iconográfica usada para representar la identidad individual (Frankel, 2006); en otras palabras, se busca encontrar la individualidad al mismo tiempo que se busca el sentido de pertenencia. Todo esto sin olvidar el diálogo crítico sobre cómo estas representaciones afectan la percepción en una audiencia global, en este caso en específico, el enfoque que se le da al catolicismo y a la cultura mexicana.

Conclusiones

La moda se ha convertido en un lenguaje instantáneo y es la manera en la que uno mismo se presenta al mundo. Hoy en día, el contacto mismo entre seres humanos se ha vuelto algo rápido, siempre buscando la manera

de consumir y conocer de manera inmediata. La mayor parte del tiempo se invierte en un proceso de sobreestimulación que conduce a una manera superficial de ver el mundo. Es por esto que el análisis desarrollado en este proyecto ha evidenciado cómo la sociedad reinterpreta y resignifica elementos religiosos y culturales, adaptándolos a nuevas necesidades tanto estéticas como sociales.

Este fenómeno, particularmente en el ámbito de la moda, refleja una constante conexión con lo conocido y lo nostálgico, generando tendencias que trascienden su carácter superficial para convertirse en vehículos de identidad. El caso del catholic mexican core es un claro ejemplo de esta dinámica: más que una mera tendencia, representa una convergencia de valores culturales, religiosos y personales que impactan especialmente a la comunidad latina, al recuperar elementos que forman parte de su entorno y memoria colectiva. Explora cómo la imagen religiosa ha evolucionado desde un recurso de evangelización hasta convertirse en un símbolo cotidiano y universal, siendo resignificada una y otra vez para adaptarse a las transformaciones sociales.

Inicialmente, el arte sacro fue utilizado para transmitir fe y proteger ideales religiosos, pero con el tiempo estos símbolos fueron adoptados por la sociedad, moldeados según sus necesidades y dotados de nuevos significados. En la moda, esta transición es evidente en fenómenos como la moda chicana y, más recientemente, el catholic mexican core, en donde elementos tradicionales se reinterpretan para expresar identidad y pertenencia.

A su vez, no se puede ignorar el peso de los estereotipos perpetuados por estas reinterpretaciones. En el caso de las comunidades mexicanas y latinas, estas representaciones han oscilado entre la imagen de la mujer tradicional, con trenzas y vestimenta de manta y una figura hipersexualizada o asociada a subculturas específicas, para finalmente alinearse con perspectivas eurocentristas que idealizan la época colonial. Este ciclo de categorizaciones demuestra cómo la moda, desde una perspectiva mercantil, tiende a simplificar y estandarizar las complejidades culturales en busca de una narrativa accesible y comercial.

No obstante, este fenómeno también destaca que las tendencias de moda, aunque efímeras, tienen un impacto significativo en la percepción cultural. En el caso de este fashion core, el uso de símbolos religiosos no sólo actúa como un puente entre el pasado y el presente, sino que también plantea nuevas preguntas sobre el papel de la moda como medio para ex-

plorar identidades personales y colectivas. ¿La moda expresa la individualidad de cada persona o la sociedad simplemente sigue las imposiciones de la industria? Estas interrogantes subrayan la importancia de reflexionar sobre cómo estas manifestaciones culturales influyen en la construcción de la imagen personal y en la relación con el entorno.

Por otro lado, no se puede ignorar el impacto involuntario que estas tendencias tienen en la percepción de la religión. En un contexto donde el catolicismo enfrenta un distanciamiento generacional, fenómenos como el catholic mexican core despiertan un interés renovado, especialmente entre los jóvenes. Aunque la moda no busca directamente promover una religión, su capacidad para resignificar símbolos religiosos permite que éstos se revaloren desde perspectivas más accesibles y menos dogmáticas, creando un espacio de interacción que va más allá de los cánones tradicionales.

La moda, como herramienta de identidad, no es sólo un medio estético, sino un vehículo para preservar y reinterpretar historias. El mirar más allá de lo superficial ayuda a reconocer los orígenes y significados de los símbolos alrededor y a considerar cómo pueden ser utilizados de manera ética y consciente para reflejar la propia identidad y procedencia. La resignificación, lejos de ser una mera adaptación visual, es una forma de mantener viva la conexión con el pasado, mientras se exploran nuevas formas de representación en el presente y el futuro. Es la esencia misma de la sociedad la que dictamina el rumbo que tomará la moda y cómo representa los ideales de las personas si se utiliza de manera iconográfica.

REFERENCIAS

Papa Francisco. (13 octubre de 2021). Audiencia general - Catequesis 11. La libertad cristiana, fermento universal de liberación. https://www.vatican.va/content/francesco/es/audiences/2021/documents/papa-francesco_20211013_udienza-generale.html#:~:text=Este%20es%20el%20sentido%20de,%3A%20la%20catolicidad%2C%20la%20universalidad.

Biblia de Jerusalén Latinoamericana: en letra grande. (2007). Desclée de Brouwer.

Camacho, M.(2022). El arte sacro y su comunicación objetual. Academia XXII, 13(25), 123-141. Universidad Nacional Autónoma de México. 10.22201/fa.2007252xp.2022.25.83155

Catholic Church. (2012). Catecismo de la Iglesia Católica. Coeditores Católicos de México.

Concilio Vaticano II. (1963). Constitución Sacrosanctum Concilium sobre la sagrada liturgia. Ciudad del Vaticano. https://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_const_19631204_sacrosanctum-concilium_sp.html

Francisco. (2018, 28 de septiembre). Discurso del Santo Padre Francisco a los Patrons of the Arts in the Vatican Museums. https://www.vatican.va/content/francesco/es/speeches/2018/september/documents/papa-francesco_20180928_patrons-museivaticani.html

Frankel, D. (Director). (2006). The Devil Wears Prada [El diablo viste a la moda] [Film]. 20th Century Studios.

Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. (s.f.). Porcentaje de población total por religión 2010 y 2020. Cuéntame INEGI. Recuperado el (2024, septiembre), de https://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/mex/poblacion/diversidad.aspx#:~:text=Porcentaje%20de%20población%20total%20por%20religión%202010%20y%202020&text=FUENTE%3A%20INEGI.,Población%20y%20Vivienda%202010-2020.&text=78%20%25%20de%20la%20población%20es%20católica.&text=En%20estado%20de%20México%20hay,que%20hablan%20alguna%20lengua%20indígena

Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal. (2019). Día de Muertos: Tradición mexicana que trasciende en el tiempo. Gobierno de México. https://www.gob.mx/inafed/articulos/dia-de-muertos-tradicion-mexicana-que-trasciende-en-el-tiempo

Moreno, V. (2013). Página de Víctor Moreno: Artículos y reflexiones. Recuperado de https://www.pamiela.com/victormoreno/?p=1437

Real Academia Española. (2024). Arte. Diccionario de la lengua española. 23.ª ed., (versión 23.7 en línea.) https://dle.rae.es/arte

Real Academia Española. (2019). Moda. Diccionario de la lengua española. 23.ª ed., (versión 23.7 en línea.) https://www.rae.es/diccionario-estudiante/moda#:~:text=3.-,f.,de%20moda%20(%202).

Real Academia Española. (2024). Sacro. Diccionario de la lengua española. 23.ª ed., (versión 23.7 en línea.). https://dle.rae.es/sacro

Atribución-No Comercial-Sin Derivadas
Permite a otros solo descargar la obra y compartirla con otros siempre y cuando se otorgue el crédito del autor correspondiente y de la publicación; no se permite cambiarlo de forma alguna ni usarlo comercialmente.

José Eduardo Hernández García
Título de la Serie: “México *Express*”
Año: 2024

La imagen militar de SEDENA: La fotografía en redes sociales como herramienta de identidad y su impacto en la percepción pública

The military image in SEDENA: Photography on social media as an identity tool and its impact on public perception

Desireé Castro Vázquez*

Resumen

En esta investigación se realizó un análisis de algunas fotografías publicadas por las redes sociales —Facebook e Instagram— oficiales de la Secretaría de la Defensa Nacional y del impacto que tienen en la población civil. El fin es conocer de qué manera se relacionan con la identidad de la institución y cómo los militares buscan dar a conocer la esencia de la institución a través de las imágenes fotográficas para posicionarse entre la sociedad.

Palabras clave: Fotografía, identidad, redes sociales.

*Egresada de la Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual, Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán, Universidad Nacional Autónoma de México. Mail: ***desiree28.castro@gmail.com***

Fecha de recepción: enero, 2025
Fecha de aceptación: marzo, 2025
Versión final: marzo, 2025
Fecha de publicación: abril, 2025

Abstract

This research analyzed some photographs published on the official social networks - Facebook and Instagram - of the Ministry of National Defense and the impact they have on the civilian population in order to understand how they relate to the identity of the institution and how the military seek to make known the essence of the institution through photographic images to position themselves within society.

Keyword: *Photography, identity, social networks.*

Introducción

Las redes sociales han sido grandes herramientas que han revolucionado las formas de comunicación. La información o el contenido difundido a través de ellas es inmediato y llega a tener un gran alcance entre los usuarios de cualquiera de estas plataformas. Gracias a su inmediatez, las organizaciones han sacado provecho de esta característica y a través de las redes sociales han buscado posicionarse o darse a conocer ante el público. Las fotografías son uno de los principales contenidos que se comparten en estas redes, principalmente en Instagram y Facebook, permitiendo a los perfiles de cualquier organización difundir su identidad a través de esta herramienta visual, lo que potencia su identificación, reconocimiento y aceptación entre la sociedad.

La Secretaría de la Defensa Nacional, en México, ha logrado crear estrategias en redes sociales para estar en constante interacción con su público. Siempre ha buscado reflejar los valores y la esencia de la institución mediante el contenido que se difunde en las plataformas digitales. Sus fotografías en este último año han sido relevantes y han generado impacto en los usuarios, por cuanto permiten mostrar más acerca de la institución y además favorecen la opinión que se tiene acerca de lo que se realiza en la SEDENA.

En este artículo, se busca analizar cómo la fotografía de las redes sociales, Instagram y Facebook oficiales de la SEDENA, influyen en su identidad; así mismo, la contribución que éstas tienen en la percepción y opinión que el público civil tiene de la institución, con el fin de ver, comprender y

valorar la importancia de la imagen fotográfica, que a su vez forma parte del diseño y que muchas veces no es tomado en cuenta en este tipo de instituciones.

Identidad, imagen y fotografía

Es necesario que, como primera instancia, y para comprender mejor el artículo, se hable acerca de los conceptos que tienen que ver con el Diseño y la Comunicación Visual; en este caso: la identidad corporativa y la fotografía, ramas sumamente importantes en esta área. Para comenzar, se debe desglosar el concepto de identidad corporativa, que aunque es muy grande y profundo sólo se hablará de lo esencial.

De igual manera, se desarrollarán otros dos conceptos que van ligados a este tema y que es necesario conocer e identificar para que posteriormente se aborde el tema de la fotografía como una herramienta para la construcción o reforzamiento de identidad.

La identidad corporativa

Este concepto ha sido muy estudiado a lo largo del tiempo y tiene muchas definiciones, pero uno de los autores más relevantes de la identidad corporativa es Costa (1993), quien menciona que "la identidad corporativa es un sistema de signos visuales que tiene por objeto distinguir -facilitar el reconocimiento y la recordación- a una empresa u organización de las demás" (p. 15). Por otra parte, en otra definición, Ramírez *et al.* (2005) mencionan que "la identidad corporativa es el conjunto de símbolos; comunicación y comportamiento de una empresa [u organización] basada en los principios básicos: la misión, la visión, los valores de la misma; es decir es la personalidad de la organización" (p. 46).

Ambas definiciones, de manera general mencionan que se trata de elementos que caracterizan una empresa u organización y que las hace diferentes a otras, pero cabe destacar que la segunda habla también de los comportamientos. Por lo tanto, tomando en cuenta a estos autores, se puede decir que la identidad corporativa es un conjunto de elementos visuales, organizacionales y estructurales que componen y caracterizan a una organización o empresa, dotándola de una personalidad que la harán única y

diferente a otras. De hecho, la identidad corporativa tiene beneficios: hace que quienes pertenecen a cualquier organización se sientan orgullosos y pertenecientes a ella; También fomenta una imagen de credibilidad y hace que el público siga prefiriendo a una sobre otra (Fontes *et al.*, 2016).

Muchas veces se confunde la identidad corporativa con otros términos, como la imagen corporativa y la identidad visual, que, aunque están estrechamente relacionados, no significan lo mismo. Se hablará de estos términos para conocer las diferencias y las relaciones que tienen, al igual que la importancia de cada uno de ellos.

La imagen corporativa

La imagen corporativa surge a partir de la identidad; de acuerdo con Chaves (1994), "es la lectura pública de una institución, la interpretación que la sociedad o cada uno de sus grupos, sectores o colectivos, tiene o construye de modo intencional o espontáneo" (p. 26). Otra definición que da Costa (1993) "es la imagen psicológica que una sociedad se representa mentalmente de una institución" (p. 116). Las dos definiciones son similares y con ellas se puede notar la diferencia que existe entre la identidad y la imagen corporativa, la primera habla de la manera en la que una organización se quiere dar a conocer y la segunda es lo que la sociedad o el público percibe o cree de ella a partir de lo que comunica la identidad.

Por eso es importante que desde la identidad exista una buena estructura y con base en eso se cuide la imagen a proyectar y difundir entre el público, porque con ella surge la reputación de la organización, que no es otra cosa que "la fotografía mental que reconcilia las múltiples que de una empresa poseen varias audiencias y que se construye y desarrolla a lo largo del tiempo" (Pérez & Rodríguez del Bosque, 2014, p.117).

Al final, la empresa será quien comunique toda su identidad y el público será quien construya la imagen. Aunado a esto, los medios de comunicación, la publicidad y los usuarios o clientes, a lo largo del tiempo, forjarán la reputación, ya sea positiva o negativa (Wilhelm *et al.,* 2009); esa reputación va a beneficiar o a perjudicar las decisiones que la sociedad tome respecto a la elección, confiabilidad y credibilidad de las organizaciones. Éste es uno de los motivos por los que es fundamental tener construida y sólida la identidad corporativa, ya que es la base de todo.

La identidad visual

Otro concepto que suele confundirse es la identidad visual, que está más relacionada a lo gráfico y visual de una organización. Es aquí donde ya entran conceptos de diseño como el logotipo, paleta de colores, tipografías, entre otros elementos gráficos, de acuerdo con Ambriz (2005). En otras palabras, la identidad visual no es otra cosa que la representación gráfica o visual de la identidad corporativa de una empresa u organización. Esta identidad visual permitirá que, a través de elementos visuales y gráficos, una organización sea más fácil de diferenciarse de otras, más fácil de recordar, que sea más atractiva entre otras instituciones del mismo ámbito y también permite lograr un mejor reconocimiento por parte del público. Entre sus ventajas está la complementación a la identidad corporativa y logra que la sociedad construya más rápidamente la reputación de la institución, que como ya se aclaró es la imagen corporativa.

La fotografía como herramienta de construcción en la identidad

Para terminar con este primer apartado, se hablará acerca de la fotografía, que, aunque pareciera que no tiene mucha relación con la identidad e imagen de una organización, en realidad sí la tiene. Tomando como base los conceptos mencionados acerca de la identidad, se puede situar a la fotografía dentro de la identidad visual porque involucra los elementos gráficos y visuales, y permite que a través de ella se construya o se fortalezca la imagen corporativa.

Según Rodríguez (2014), las imágenes fotográficas dan a conocer mensajes que tienen como base contextos religiosos, políticos, sociológicos, etcétera; además de que la interpretación que el público le dará a esa imagen dependerá de las estrategias utilizadas para su difusión. En ese sentido, la fotografía se convierte en un medio por el cual las empresas captan su identidad, la difunden a través de estrategias planeadas y adecuadas para que finalmente lleguen a la sociedad, en donde serán decodificadas para la construcción de la imagen corporativa que la organización quiere que se tenga de ella.

Análogamente, la fotografía se convierte en un elemento de credibilidad y veracidad, "las fotografías procuran pruebas. Algo que sabemos de oídas pero de lo cual dudamos, parece demostrado cuando nos muestran una fotografía" (Sontag, 2006, p. 18). Puede ser para las empresas u organizaciones una herramienta poderosa, siempre y cuando se use de manera inteligente y correcta, puesto que las fotos permitirán crear una imagen más confiable y creíble ante el público, sin olvidar que en ellas también se tiene que reflejar la identidad corporativa que ya se tiene definida.

La identidad, la imagen y la fotografía son elementos que forman parte del diseño y la comunicación visual, las cuales le añaden un valor de identificación y diferenciación a las empresas u organizaciones, incluso generan una reputación de ellas ante la sociedad, permitiendo que el público opte por elegirlas o no elegirlas. En este mismo ámbito, las redes sociales permiten ser un espacio de exhibición e impulso para las imágenes, por lo cual las instituciones pueden sacar provecho de ellas y difundir imágenes fotográficas estratégicamente para su beneficio, como a continuación se muestra.

Redes sociales

Después de conocer los conceptos que envuelven la identidad de una organización, es importante que se conozcan los medios a través de los cuales se puede recurrir a estrategias de difusión de esta identidad y del posicionamiento ante el público.

La llegada del internet ha sido una gran herramienta que ha revolucionado al mundo, sobre todo con la web 2.0, que se trata de la segunda generación de la red informática del internet y consiste en los usuarios y servicios. Esta web 2.0 engloba a las redes sociales y otras plataformas similares, en donde surgen comunidades virtuales de usuarios, creando interacciones entre ellos (Zamora, 2015). Este dato es importante de rescatar, porque, aunque actualmente existen avances en cuanto a las generaciones de la web, es en la 2.0 en donde aparecen las redes sociales por primera vez, evidentemente han ido evolucionando a través de los años, pero es necesario conocer el inicio de estos medios digitales.

Las redes sociales se han convertido en un medio de comunicación que facilita las conexiones entre todo el mundo; por lo tanto, se convierten en una potente herramienta para las empresas u organizaciones que buscan la difusión de su identidad y tener una buena posición entre el público.

Las redes sociales y las empresas

Las organizaciones deben adaptarse a las nuevas tecnologías que van surgiendo, esto les permitirá innovar y seguir creciendo entre las demás. Es por ello que, con la llegada de las redes sociales, muchas organizaciones se han conectado a través de las diferentes redes, y así pueden encontrar más fácilmente a su público meta u objetivo (Palazón *et al.*, 2014). Esto se comprende mejor con lo que menciona Meléndez (2021)

> Las redes sociales ofrecen una segmentación precisa para mandar los mensajes a las personas correctas en el momento oportuno. Asimismo, brinda estadísticas para monitorear, evaluar, o en su defecto, corregir el funcionamiento de los esfuerzos que se realizan en estas plataformas digitales. (p. 68)

La sociedad actualmente está muy envuelta en estos medios. Gracias a que son más accesibles y rápidos que cualquier otro medio de comunicación, el público lee o ve más contenido en las redes, por ello, se vuelve una fuente de información en la que creen y confían. Otra de las ventajas que tienen las redes sociales para las organizaciones es que permiten que el público interactúe entre sí y directamente con ellas; a través de esto se crean lazos, lo que favorece que exista un mayor reconocimiento y preferencia del público hacia una determinada organización (Meléndez, 2021).

Ahora bien, retomando a la identidad e imagen corporativa, las organizaciones también deben considerar estos conceptos al momento de crear sus perfiles en redes sociales porque, aunque son medios digitales, no se debe cambiar lo que ya se tiene establecido en la identidad corporativa; por el contrario, hay que mantener firmemente lo que ya se tiene planteado, esto permitirá que la organización siga exhibiendo una imagen favorable y coherente entre el público.

Según Bronn (2006, en Gómez y Ortegón, 2018), las redes sociales permiten administrar la identidad e imagen de una organización, también se convierte en una estrategia comunicativa. Si se logra gestionar una buena estrategia de comunicación y se sigue la línea de identidad corporativa y visual que ya se tiene asentada, la empresa puede empezar a ser más reconocida entre el público, ya que con las redes sociales se amplían las posibilidades de que una organización llegue a muchos más lugares de los que se

tenían pensado. También, estos medios digitales pueden ser un canal para diferenciarse y destacar entre sus competencias, lo cual permitirá que el público se incline más hacia una organización que a su contrario ("Imagen De Marca Y Redes Sociales: Un Ejemplo Práctico", 2012).

Redes sociales más usadas en México

Según datos arrojados en la encuesta del 20° Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet 2024 de la Asociación de Internet MX (2024), la mayoría de las personas que hacen uso del internet son la generación Z, que abarca las edades desde los 12 años hasta los 27 con un porcentaje del 31 %, seguido de los *millennials* de los 28 a 43 años con un 28 % y en tercer lugar la generación X de los 44 a 59 años con un 24 %.

Al margen de estos datos, otro aspecto importante arrojado en este estudio es que entre las actividades que realizan los usuarios gracias al internet es el acceso a las redes sociales y plataformas, con un 79 %, ocupando el tercer lugar de estas actividades. Las tres redes sociales más usadas en México son Facebook, WhatsApp e Instagram, de acuerdo con Branch (2024).

Es interesante que dos de estas redes sean más de contenido visual que de mensajería. Aunque en Facebook es posible hacer publicaciones únicamente de texto, predominan las imágenes y en Instagram definitivamente el contenido es más visual, las publicaciones que se realizan en esta plataforma son en su mayoría fotografías, imágenes y reels, por tal motivo, esto debe ser un factor clave al momento de que las organizaciones vayan a crear un perfil en cualquiera de estas plataformas. Así, el contenido que sea difundido debe adecuarse al tipo de publicación en cada una de las plataformas; de cualquier modo, con estos datos se puede percibir que el público mexicano prefiere el contenido visual.

Ahora, cabe señalar que aun cuando las organizaciones se creen un perfil en cualquiera de las redes sociales, eso no les garantizará tener más presencia en la sociedad, sino que más bien deben sostener un perfil activo; es decir, realizar publicaciones que hagan que los usuarios se sientan más atraídos hacia el perfil de la organización. El resultado será una buena aceptación del público y no solamente el perfil de la plataforma será aprobado, sino la organización en sí y fuera de redes sociales tendrá un alto reconocimiento por la sociedad en general ("Imagen De Marca Y Redes Sociales: Un Ejemplo Práctico," 2012).

Otro aspecto trascendental que menciona Marketingdirecto (2011, citado en Palazón *et al.,* 2014) es que, pese a que el perfil de la organización cuente con un nuevo seguidor no significa que a ese usuario le gusta el perfil; de hecho, muchas empresas u organizaciones creen que tener muchos seguidores les dará éxito, pero la realidad es que no. En todo caso, se tiene que pensar en crear vínculos con los usuarios, por eso el valor de mantener un perfil activo en redes sociales, más aún crear interacción entre los usuarios que siguen la página y la propia organización. Ésta es una de las características más valiosas que brindan las redes sociales, la interacción con el público, eso logrará que se cree una imagen más fortalecida en cuanto a la atención pública y a las preferencias entre las competencias.

La importancia de las fotografías en redes sociales: Facebook e Instagram

Como ya se mencionó, las plataformas digitales Facebook e Instagram son de las redes sociales más usadas por los mexicanos, a través de ellas se difunde contenido diariamente y los usuarios están en constante interacción con estas publicaciones. Teniendo en cuenta que las imágenes o fotografías son el tipo de formato que más predomina en ambas, las organizaciones deben crear este contenido para ser difundido en dichas plataformas; no deben ser fotografías o imágenes aleatorias, sino que deben ir acorde a lo establecido en su identidad, pero también se debe considerar lo que a los seguidores les gusta o atrae para que genere un impacto mayor y pueda tener más alcance entre otros usuarios que tal vez no conocían o no seguían a la organización.

En este sentido, la fotografía se convierte en un recurso con el cual se puede atraer a más personas a conocer la organización, su identidad corporativa y lograr que se convierta en una de sus preferidas, con este contenido se podrá crear una imagen corporativa que podría resultar atractiva para las personas.

Sontag (2006) afirma que las fotografías son poderosas y que se han convertido en una forma de diversión porque se toman en muchos acontecimientos o eventos de la vida humana, muchas veces no importa la actividad que se esté haciendo, sino que aparezca en una fotografía para que pueda ser apreciada.

Actualmente, en las redes sociales, sobre todo en Instagram y Facebook, los usuarios comparten una o varias imágenes fotográficas de cualquier momento de su día, ya sea de alguna comida, algún paisaje, de objetos, animales o de cualquier cosa que deseen compartir. Ya no necesariamente son fotografías de personas, y a pesar de eso son imágenes que han tenido una gran aceptación por la sociedad; por ende, es verdad lo que menciona Sontag (2006): ya es parte de la diversión de las personas.

Esto puede ser un aspecto importante para las organizaciones, claramente no pueden difundir cualquier fotografía y menos si no va a acorde con su identidad, pero sí pueden considerar este dato para elaborar estrategias bien pensadas al crear contenido en donde exista un mensaje elaborado, respetando las características de este tipo de fotografías. Esto permitirá que las personas gusten del contenido, lo sigan consumiendo y tengan más interés en la organización.

Barthes (2020) habla de la saturación de fotografías; están en todas partes y no necesariamente son vistas porque se quiera verlas, sino porque están donde quiera. Como ya se había comentado, el mundo actual se inclina a lo visual, es muy difícil no ver imágenes y menos tratándose de redes sociales en donde todo el mundo quiere mostrar lo que está haciendo. Las organizaciones deben considerar que, a pesar de este hecho, no es posible compartir fotografías cada hora, sino que lo ideal es publicar contenido en determinados días y horas para lograr un mayor alcance y debe estar bien pensado para que los usuarios quieran seguir observando el perfil en cuestión.

La opinión que tiene el público sobre las empresas gracias a las redes sociales

En consecuencia, de los perfiles creados en redes sociales por las organizaciones y del contenido que se difunde en ellos, el público empieza a crear una opinión acerca de la organización. Recordando lo que dice Costa (2006), la imagen de una empresa u organización se construye a partir de experiencias y opiniones que crea el público y de las interacciones que tiene la organización con sus usuarios.

Por consiguiente, este tipo de interacciones resulta mucho más sencillo en las plataformas digitales, ya que en ellas existe la posibilidad de comentar, compartir y reaccionar al contenido;igualmente, se pueden recibir

mensajes de los usuarios y responder a los comentarios que se escriben, generando así un vínculo de cercanía con el usuario, lo que provocará que, de acuerdo a la experiencia obtenida con la respuesta de la organización, el usuario tenga una opinión positiva o negativa acerca de ella. Esta opinión será relevante en cuanto a la difusión con otros usuarios porque será parte de la construcción de la imagen corporativa.

Está claro que lo que se pretende es generar opiniones favorables acerca de la organización y esto se logra, según Costa (2006), a partir del gestor de imagen, que debe estar al pendiente de la ética, la participación, la promoción, entre otros factores más, para que la organización logre tener un buen posicionamiento y aceptación ante la sociedad. Por eso es importante que se tengan estrategias claras en cuanto a la difusión de redes sociales; no debe haber incoherencias en cuanto a lo que se difunde en plataformas digitales y lo que la organización pretende reflejar con su identidad corporativa. Todo debe ir de la mano para lograr alcanzar el éxito en las plataformas digitales.

Secretaría de la Defensa Nacional
La SEDENA como organización

La Secretaría de la Defensa Nacional o SEDENA es una organización militar perteneciente al Gobierno de México, la cual abarca al Ejército Mexicano y la Fuerza Aérea Mexicana. Tiene por misión "organizar, administrar y preparar al Ejército y la Fuerza Aérea Mexicanos, con objeto de defender la integridad, la independencia y la soberanía de la nación; garantizar la seguridad interior y coadyuvar con el desarrollo nacional" (Gobierno de México & Secretaría de la Defensa Nacional, 2024). Su visión es desglosada por la propia dependencia en su sitio web:

> La SEDENA se continuará consolidando como un actor estratégico en el 2024 para la paz y la seguridad, contribuyendo al desarrollo nacional y siendo un factor de cohesión que integra y fusiona a la sociedad mexicana; con una sólida formación axiológica, física y operativa de sus integrantes basada en la moral, disciplina, liderazgo e igualdad de género; actuando con apego al Estado de Derecho, respeto irrestricto a los Derechos Humanos y Derecho Internacional Humanitario; optimizando la operatividad de las Fuerzas Armadas de tierra y aire para

> afrontar con éxito las amenazas, riesgos y desafíos multidimensionales que constituyen un obstáculo al logro de los objetivos nacionales, de modo que, para el 2040, el Ejército y Fuerza Aérea Mexicanos se encuentren dotados de recursos humanos, materiales, tecnológicos e informáticos de alta calidad, acordes a la potencialidad del país. (Gobierno de México & Secretaría de la Defensa Nacional, 2024)

Fue creada en 1937 y a lo largo del tiempo ha ido creciendo, al igual que ha obtenido el reconocimiento de los mexicanos y las mexicanas gracias a la identidad que se generó dentro de la institución, a tal punto que actualmente es una organización muy fuerte y consolidada en México. Por otro lado, los valores de la SEDENA son la disciplina, la lealtad y el patriotismo (Secretaría de la Defensa Nacional, 2023) y se ha buscado que en todo momento estos valores sean reflejados.

Otro dato importante es que la SEDENA no sólo se divide en el Ejército y Fuerza Aérea, éstos se fraccionan en otras unidades como las armas de combate y los servicios, pero hablar de la SEDENA es como hablar de otro mundo porque existen muchas áreas y actividades dentro de ella; sin embargo, en lo que respecta a este artículo se abordará un área en particular que se desarrollará a continuación.

Dirección General de Comunicación Social

Debido a que la institución siempre ha buscado ir de la mano con la sociedad mexicana, esta área surge en 1994, pues hasta entonces no existía una organización encargada de dar a conocer la opinión pública ni las actividades realizadas por la institución. Dentro de este departamento se integran otras actividades administrativas, de relaciones públicas, tecnología, comunicación, pero sobre todo creativas y de difusión (Secretaría de la Defensa Nacional, 2019).

Como ya se mencionó, las organizaciones tienen que ir evolucionando y adaptándose a las nuevas herramientas tecnológicas, sobre todo en cuanto a las plataformas digitales. De ahí que la SEDENA tuvo que aperturar perfiles de redes sociales; de hecho, Márquez (2011) menciona que fue de las primeras instituciones que aprovechó el uso de estos medios digitales. Los encargados de manejar las redes se encuentran en esta Dirección

General de Comunicación Social; específicamente la Sección de Difusión Digital es la encargada de mantener un perfil activo y en constante interacción con los usuarios de todas las plataformas digitales.

A pesar de que cuentan con un perfil en todas las redes sociales, en este caso se hará hincapié en Instagram, en donde cuentan, al momento de escribir este artículo, con 611 mil seguidores y en Facebook con 3.5 millones de seguidores. En ambas plataformas, la Sección de Difusión Digital se ha encargado de crear contenido constantemente, en comparación con otras instituciones militares mexicanas, como la Secretaría de Marina y la Guardia Nacional. La SEDENA ha demostrado tener una mejor estrategia de difusión e interacción con sus usuarios en estos medios digitales y se ve reflejada en los números de seguidores que tienen.

Las fotografías en Facebook e Instagram de la SEDENA

En las dos redes sociales se ha publicado bastante contenido, que incluye fotografías y videos de la institución, a través de éstos se ha buscado dar a conocer al público civil lo que el personal de la SEDENA realiza diariamente; también se dan a conocer otras actividades como la ayuda que se brinda a la sociedad en diferentes acontecimientos como inundaciones o sismos. De igual manera, se difunde información interna, como los tipos de unidades que existen dentro de la institución, los valores representativos, los elementos caninos con los que trabajan, días de celebración o de conmemoración para el país, entre muchas otras cosas más.

Esto permite que los usuarios conozcan más acerca de la institución, lo que en años anteriores era más difícil. Con estos medios digitales hoy existe más accesibilidad a este tipo de información y ha servido para que la SEDENA se posicione de una mejor manera ante la sociedad mexicana.

Las fotografías publicadas en ambas redes sociales han tenido una gran aceptación por parte del público; hay bastantes reacciones en cada una de ellas, así como comentarios que realizan las personas y que en algunas ocasiones reciben respuesta del perfil de la institución. Estas fotografías han permitido que el público logre conectar con la institución.

Opinión del público acerca de la SEDENA

Sin duda alguna, la SEDENA ha estado muy presente en la sociedad mexicana; es una institución reconocida y relevante para el país, además de que mantiene un perfil bastante activo en sus plataformas digitales y está en constante interacción con el público. Tales factores han logrado que los mexicanos tengan una imagen de lo que es la institución y también que se haya creado una opinión acerca de ella.

De acuerdo con los datos de INEGI (2023), el 83.7 % de la población nacional mayor de 18 años identifica al Ejército Mexicano, quienes forman parte de la SEDENA, la institución militar o de autoridad con la mayor identificación en el país. Según los datos del mismo instituto, pero de 2024, el 86.7 % considera que el desempeño realizado es efectivo. En cuanto a la confianza que los mexicanos le tienen al Ejército es un 89.1 % de hombres y un 84.5 % de mujeres, siendo la segunda institución en la que la sociedad mexicana más confía.

La SEDENA ha buscado la transparencia entre el público civil y la institución, esto ha sido una estrategia fundamental para que las personas tengan una percepción favorable. Indudablemente, los medios de comunicación actuales permiten que la sociedad esté informada de manera inmediata, lo que permite aumentar o reducir el nivel de confianza que se le tiene a cualquier organización (Márquez, 2011).

En este caso, la SEDENA ha logrado explotar favorablemente el uso de estos medios; sobre todo en las plataformas más utilizadas por los mexicanos ha tenido un buen alcance y ha logrado posicionarse como una de las instituciones más reconocidas y confiables del país. La difusión de fotografías es importante, también, porque, recordando lo mencionado por Sontag (2006), es más creíble y aceptable lo que se ve en una fotografía; esto no significa que otro tipo de información no sea verídica, pero las imágenes fotográficas son una herramienta poderosa para la credibilidad de la sociedad.

Metodología

El enfoque de esta investigación es de tipo cualitativa con un diseño de investigación fenomenológico, a partir del cual se planeó la realización de entrevistas al personal de la SEDENA encargado de la fotografía y la

difusión de imágenes en las redes sociales oficiales de la institución; lo mismo que encuestas a través de redes sociales a personas para conocer la percepción que tienen de la fotografía de la SEDENA y cómo a través de ellas logran crear una opinión.

En primer lugar, se tuvo que solicitar permisos a la Secretaría de la Defensa Nacional a través de una visita presencial al Módulo de Atención Ciudadana[1], la cual fue respondida vía correo electrónico con la aceptación de la petición. Después, se realizó otra visita presencial, pero esta vez a la Dirección General de Comunicación Social de la SEDENA, en la que se planteó de manera general la elaboración de entrevistas a militares fotógrafos y al personal dedicado a la difusión en redes sociales, luego se acordó una cita en una oficina de la Sección de Difusión Digital para la realización de estas entrevistas.

En la primera cita fueron entrevistados cuatro militares: El Capitán 2/o I. C. I. Mauricio González Domínguez, Jefe de la Sección de Difusión Digital; Subteniente oficinista Pablo Chávez Rodríguez; Soldado Auxiliar Oficinista Itzel Márquez y el Subteniente Policía Militar Adán Raúl Ruíz López, estas primeras entrevistas se realizaron durante el mes de septiembre[2] y posteriormente se realizó una segunda cita de entrevistas en el mes de octubre , en donde se entrevistaron a tres militares más: Subteniente Oficinista Ulises Silva García, Soldado Policía Militar Aldo Jesús González Santana y el Sargento 1/o Oficinista Antonio Labrada Patiño. En total fueron siete entrevistas al personal militar de la Sección de Difusión Digital, se seleccionó al personal de acuerdo a la disponibilidad que se tenía en los días de visita.

Por otra parte, también se realizaron encuestas virtuales hacia el público civil en donde se anexaron cinco fotografías de la cuenta oficial del Facebook de la SEDENA y cinco fotografías de la cuenta oficial de Instagram. Las diez fotografías se publicaron durante el año 2024 en las redes oficiales de la institución y se seleccionaron tomando en cuenta varios elementos como la imagen femenina dentro del Ejército, armas o símbolos patrios, canes, Plan DN-III-E.

---

1. Fecha de petición al Módulo de Atención Ciudadana de SEDENA en CDMX: 9 de agosto de 2024
2. Primera fecha de entrevistas: 25 de septiembre de 2024

Figura 1
Serie de fotografías en Facebook

Fuente: De Fotos, de Defensamx [página de Facebook], (s. f.), Facebook, consultado el 1 de octubre de 2024, (https://www.facebook.com/SEDENAmxOficial)

Figura 2
Serie de fotografías en Instagram

Fuente: De Publicaciones [Perfil de Instagram], de Secretaría de la Defensa Nacional [@defensamx], (s.f.), Instagram, consultado el 1 de octubre de 2024 (https://www.instagram.com/defensamx/)

Estas encuestas fueron publicadas en las cuentas de Facebook e Instagram personales, además, se difundieron vía WhatsApp con conocidos y amigos, todo esto con el fin de conocer la opinión y la percepción de las personas en general, ya sea que conocieran o no a la institución. Esta encuesta se realizó el primer día del mes de octubre y se dejó durante un día; 34 personas de diferentes rangos de edades fueron el corpus de estas encuestas.

Posteriormente, se realizaron las transcripciones de las entrevistas y, con base en las respuestas, se hizo un análisis de los conceptos representativos de los siete militares entrevistados, luego se realizaron árboles semánticos. Del mismo modo, se recopilaron los datos obtenidos en la encuesta con las respuestas del público civil para obtener los conceptos o términos que se repiten mayormente, con la finalidad de construir árboles semánticos para el análisis y la identificación de principales componentes de significación e identidad. A parte de estos árboles semánticos, se elaboraron gráficas con los diferentes datos registrados en las encuestas para conocer con mayor precisión la información obtenida.

Resultados

Después de haber analizado las respuestas de la muestra representativa del personal de la Sección de Difusión Digital de SEDENA se obtuvieron los siguientes resultados:

Figura 3
Árbol semántico sobre la identidad de la SEDENA

Fuente: Elaboración propia

Los militares definen la identidad de la Secretaría de la Defensa Nacional como una organización que busca generar cercanía con la población mexicana y obtener su confianza; estos dos conceptos fueron los más repetidos.También se mencionó que se rige por otros valores, como el respeto, disciplina, liderazgo, mientras que éstos fueron mencionados muy pocas veces.

En lo que respecta a la evolución de la identidad de la institución, todos los entrevistados afirman que ha evolucionado bastante y los principales factores que han permitido su evolución son el acercamiento y la apertura de lo que ahora es la SEDENA con las personas, así como la llegada de la tecnología y la creación de las redes sociales; ambos factores han permitido que la gente conozca más a la institución y que confíen en ella.

Por otro lado, los principales desafíos que se encontraron al mantener una identidad coherente son la desinformación que existe acerca de la institución, la tecnología y las redes sociales, que aunque han ayudado a la evolución de su identidad, también han representado un problema por ser medios masivos y de todo tipo de contenido. El último desafío encontrado fue el público y la información cambiante. México cuenta con una gran población y no todos comparten los mismos gustos, las mismas creencias; por añadidura, las redes sociales y la tecnología influyen en el constante cambio de gustos en las personas.

El objetivo de la publicación de fotografías en las redes sociales principalmente es dar a conocer lo que es la SEDENA y mostrar todas las labores que realiza el personal que la integra; sin embargo, cabe resaltar que la publicación de las fotografías también depende de las tendencias y de la red social a la que se va a publicar porque eso permitirá que las imágenes fotográficas tengan un mayor alcance y un mejor impacto ante la sociedad.

Entre elementos esenciales que se consideran para capturar imágenes que representan a la SEDENA se encuentra la presentación del militar, es decir, que se encuentren bien uniformados, aseados, que cuenten con todas las insignias que deben portar, entre otros aspectos similares; otro elemento importante es capturar las actividades que se realizan, por ejemplo, el Plan DN-III-E. También se busca capturar sentimientos o emociones y aspectos técnicos como el enfoque correcto de las fotografías. La decisión de qué tipo de imágenes fotográficas se van a publicar se toma en cuanto a las tendencias y al contenido que ya se tiene programado.

Figura 4
Árbol semántico de fotografías en las redes sociales de SEDENA

Fuente: Elaboración propia

La fotografía ha contribuido cuantiosamente a la construcción y reforzamiento de la identidad de la SEDENA, según las respuestas del personal militar, les ha permitido posicionarse como una de las instituciones con mayor número de seguidores en redes sociales; también ha permitido informarles a las personas todas las actividades que se realizan dentro de la institución, incluso asuntos que antes no eran tan visibles, y sobre todo ha impulsado un mayor acercamiento con la sociedad.

El éxito de las publicaciones en las redes sociales se mide con las métricas de cada plataforma: se hacen estadísticas manuales constantemente para evaluar qué tan viables han sido esas publicaciones y mejorar las estrategias que se tienen o cambiarlas. Es de suma importancia la interacción

que el público tiene en las redes sociales y en las publicaciones, porque esto crea una conexión de los usuarios hacia la institución y de esta conexión nace la cercanía que tanto busca la SEDENA.

Figura 5

Árbol semántico de opinión y percepción del público según SEDENA

Fuente: Elaboración propia

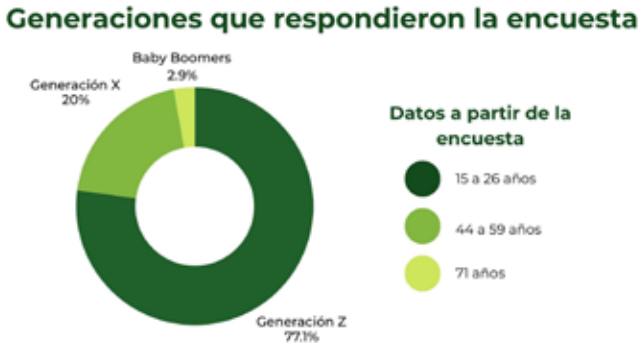
Los militares entrevistados creen que sí ha habido cambios del público en cuanto a la percepción y opinión que tienen de la SEDENA gracias a las fotografías y a las estrategias de difusión. Entre los mayores cambios que se han percibido está la interacción que hoy en día la sociedad tiene con la institución y con sus redes sociales; se han ganado la confianza de la población y, por consiguiente, han logrado un mayor acercamiento de SEDENA con los mexicanos. Otro cambio notable es que ahora la gente conoce más acerca de todas las actividades que realizan los miembros de la Secretaría de la Defensa Nacional, existe una mayor visibilización de sus actividades y de los diferentes puestos que existen dentro de la institución.

Para conocer la percepción y la opinión pública, la Sección de Difusión Digital se basa en encuestas que realiza dentro de su Facebook e Instagram, las cuales buscan la interacción con la gente. De igual manera, consideran las gráficas de las métricas que elaboran para indagar si a los usuarios les está gustando el contenido o no. Tres militares precisaron que el INEGI realiza unas encuestas llamadas ENVIPE para medir la confianza que tiene la población en instituciones de seguridad; esta encuesta es importante porque también la consideran para hacer ajustes a su contenido.

En cuanto a las encuestas realizadas al público civil, se obtuvieron los siguientes resultados:

Figura 6

Gráfica de anillo de generaciones que respondieron la encuesta



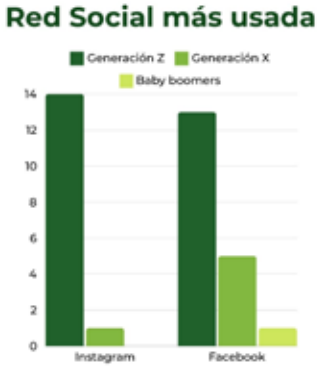
Fuente: Elaboración propia

La encuesta tuvo una mayor respuesta de adolescentes y jóvenes desde los 15 hasta los 26 años, los cuales conforman la generación Z, seguidos deadultos de los 44 a los 59 años, que conforman la generación X, y solamente se obtuvo una respuesta de un adulto mayor de 71 años, que conforma la generación baby boomer; extrañamente no se obtuvo ninguna respuesta de la generación de los millennials.

Recordando que las redes sociales que tienen más relevancia en este artículo son Facebook e Instagram, resultó que la red social más usada por los encuestados fue Facebook con un 55.9 %, Instagram obtuvo el porcentaje del 44.1 %, la generación Z es el público que más utiliza Instagram, pero predomina el uso de Facebook por parte de la generación X, baby boomers y parte de la misma generación Z.

Figura 7

Gráfica de barras de la red social más utilizada

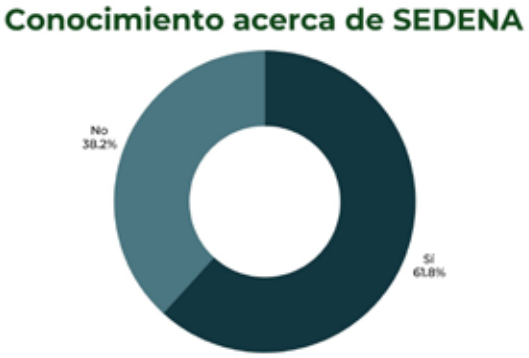


Fuente: Elaboración propia

Con respecto al conocimiento que el público encuestado tiene acerca de la SEDENA se obtuvieron los siguientes datos:

Figura 8

Gráfica de anillo del conocimiento que se tiene de SEDENA



Fuente: Elaboración propia

El 61.8 % de los encuestados sí conoce a la Secretaría de la Defensa Nacional y el 38.2 % no la conoce. Sin embargo, es importante resaltar que aquí se hizo una división con base en las respuestas obtenidas; para las personas que respondieron que sí conocen a la SEDENA se les desplegaron preguntas diferentes a las que respondieron que no. Del público que sí conocía a la SEDENA se detectaron los medios por los cuales tienen el conocimiento de la institución.

Figura 9

Gráfica de pastel de los medios por los cuales se conoce a SEDENA

Fuente: Elaboración propia

Los medios de comunicación tradicionales como la televisión, radio, periódicos, entre otros, son el principal medio por el cual las personas encuestadas tienen conocimiento de la SEDENA, seguido de familiares o amigos que han brindado información de la institución y las redes sociales son el medio por el que menos conocen a la SEDENA. Dentro de este contexto se obtuvo un árbol semántico de la opinión que tienen las personas que respondieron que sí conocen a la Secretaría y se obtuvieron los siguientes conceptos:

Figura 10

Árbol semántico de los conceptos de la opinión acerca de la SEDENA

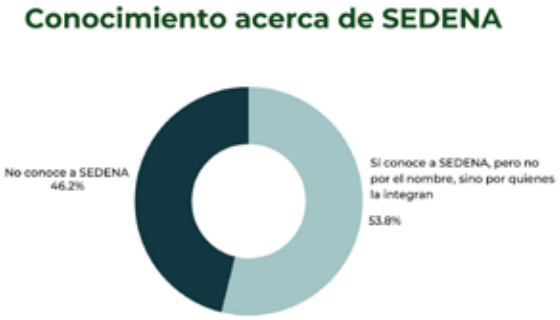
Fuente: Elaboración propia

La mayoría de los encuestados respondieron que la SEDENA es una institución de protección para los mexicanos, que ayuda en los momentos en que se necesita y que brinda el apoyo necesario en la sociedad. Algunos cuantos respondieron únicamente que es una institución relevante para el país.

Ahora bien, con las personas que respondieron que no conocían a la Secretaría, se obtuvieron los siguientes resultados:

Figura 11

Gráfica de anillo de las personas que respondieron que no conocen a SEDENA



Fuente: Elaboración propia

El 53.8 % de los encuestados que habían respondido anteriormente que no conocían a la SEDENA resultó que sí la conocían, pero no por el nombre como tal, sino que la identifican más como Ejército Mexicano o Fuerza Aérea Mexicana y el 46.2 % definitivamente no tenían conocimiento de la dependencia.

Posteriormente, a todos los encuestados se les presentaron las cinco fotografías de Facebook para notar qué fotos les llamaron más la atención

Figura 12

Gráfica de barras de las fotografías de Facebook

Fuente: Elaboración propia

Estas fotografías tuvieron una buena aceptación, ya que es considerable la diferencia entre las personas a las que sí les gustaban y a las que no. Las fotografías 3 y 4 fueron las que más gustaron entre los encuestados; la 3 contiene a un can que pudo influir mucho en la respuesta y la 4 muestra al personal ayudando al izamiento de una bandera mexicana y la que menos gustó fue la fotografía 5, que muestra una escena de combate. En contraste, se obtuvo la siguiente gráfica de las fotografías tomadas de Instagram:

Figura 13
Gráfica de barras de fotografías de Instagram

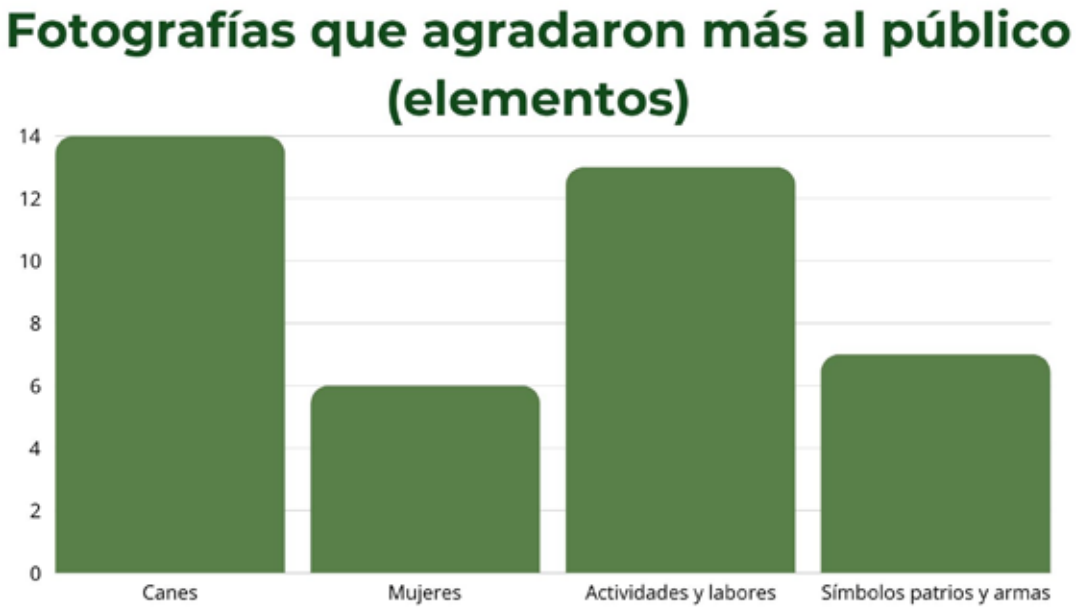
Fuente: Elaboración propia

Las fotografías de esta red social fueron las que llamaron más la atención de los encuestados. En este caso, la fotografía 3 fue la que más gustó a las personas, en ella se muestra a cadetes femeninas con armas y la que menos gustó fue la fotografía 4, que muestra un contraluz de militares con una playa de fondo.

En una de las preguntas, el público mencionó los elementos que más les habían gustado de las diez fotografías mostradas y se obtuvieron los siguientes datos:

Figura 14

Gráfica de barras de los elementos que más gustan en las fotografías de SEDENA



Fuente: Elaboración propia

Catorce de los 34 entrevistados respondieron que les había gustado ver a los canes como parte del equipo de SEDENA, no como mascotas, sino como parte importante para ayudar a la población. Trece personas respondieron que les gustaban las fotografías donde se aplicaba el Plan DN-III-E o labores de ayuda y cercanía con la sociedad. Siete personas respondieron que les gustaban las fotografías en donde se mostraba el patriotismo o elementos en donde se podía observar algún elemento representativo de México, de igual manera, en donde se muestran las armas que portan los militares. En último lugar, seis personas respondieron que les gustaba ver a las mujeres en las fotografías porque eso habla de inclusión actual, de la fortaleza y valentía que también tienen las mujeres.

Los encuestados respondieron las emociones o sentimientos que habían surgido al ver las fotografías y a partir de sus respuestas se realizó un árbol semántico que a continuación se muestra:

Figura 15

Árbol semántico de los sentimientos o emociones que generaron las fotografías

Fuente: Elaboración propia

Los sentimientos que experimentó el público encuestado fueron diversos, pero mayormente estuvo presente el orgullo por ver todas las actividades que realiza la SEDENA, sobre todo en cuestiones de peligro o desastres. Se registró empatía luego de notar que no es un trabajo fácil y que la mayor parte del tiempo los integrantes de SEDENA se exponen a diversos acontecimientos y riesgos; la tristeza también fue uno de los sentimientos. Esas fueron las tres principales respuestas; no obstante, como se ve en el árbol, hay más sentimientos que surgen gracias a las fotografías, la mayoría de ellos son positivos. Se preguntó a los encuestados si esas imágenes les parecían creíbles y de esta pregunta se generó la siguiente gráfica:

Figura 16

Gráfica de pastel de la credibilidad de las fotografías de SEDENA

Fuente: elaboración propia

El 79.4 % de los encuestados piensan que son creíbles las fotografías mostradas, el 14.7 % piensan que sólo algunas son creíbles y que las otras son planeadas o montadas y el 5.9 % opina que no son creíbles las fotografías, es mayor el porcentaje de las personas que sí creen en las imágenes de la SEDENA. Finalmente, se obtuvo la siguiente gráfica acerca del tema de la percepción y la opinión pública que se tiene a través de las fotografías:

Figura 17

Gráfica de anillo de la percepción y opinión del público acerca de SEDENA gracias a las fotografías

Fuente: Elaboración propia

El 47.1 % de los encuestados menciona que sí cambia la percepción y la opinión que tienen acerca de la SEDENA y eso se debe a que a través de las fotografías conocen más de la institución, de las labores y actividades que se realizan, que por las escenas mostradas atraen al público para conocer más y que además son fotografías que creen que realmente representan a la Secretaría de la Defensa Nacional. El 32.4 % dice que no cambia nada las fotografías porque demuestran lo que ya sabían de la institución y el 20.6 % dice que refuerza la idea que tiene de la SEDENA.

Discusión

Con los resultados obtenidos de las entrevistas al personal de la SEDENA y a la encuesta realizada al público civil, se puede apreciar lo siguiente:

La Secretaría de la Defensa Nacional es una institución que quiere la confianza y la cercanía de la sociedad mexicana; busca ser una institución respetada, valorada y aceptada por la población. Su identidad ha evolu-

cionado bastante a través de los años y esto se debe a diversos factores como el avance de la tecnología, sobre todo la llegada de las redes sociales ha logrado que millones de personas estén conectadas y enteradas de manera rápida y sencilla. Ello ha sido una ventaja para la SEDENA porque así la gente tiene más conocimiento acerca de la institución y ha logrado que existan más canales de comunicación con los usuarios.

Mantener una identidad coherente en un entorno tan cambiante ha sido todo un desafío debido a que la misma tecnología es un arma de doble filo; así como ha sido benéfica, también ha sido un problema en ciertas ocasiones. La desinformación y la crítica son factores que pueden llegar a perjudicar la identidad de la SEDENA, con las redes sociales es mucho más fácil y rápido que información errónea o manipulada sea difundida y alcance a un gran número de personas; en consecuencia, se podría crear una imagen de la SEDENA que no coincida con lo que se quiere reflejar, pero a pesar de estos desafíos la Secretaría siempre ha buscado mantener firme y fortalecida su identidad.

Un aspecto importante a tener en cuenta es que, durante las entrevistas realizadas a los militares, todos en algún momento mencionaron que desean que el público civil los vea como seres humanos; como seres que no son perfectos, que cometen errores, que tienen sentimientos, emociones y que siempre están dispuestos a ayudar, aunque su porte es distinto a una persona civil, quieren que la gente se acerque a ellos y no les teman. Si bien las preguntas no fueron acerca de un tema relacionado, el personal en alguna respuesta mencionó este aspecto; probablemente la imagen que el público ha tenido durante mucho tiempo ha sido prejuiciosa y los militares se han visto afectados por estos prejuicios, por lo tanto, ahora se está buscando ese cambio de percepción.

Con respecto a la fotografía en las redes sociales, la SEDENA ha hecho uso de ella para llegar a más gente y mostrar más detalladamente todo lo que se hace dentro de la institución. Busca que en cada plataforma se publiquen diferentes imágenes fotográficas, según el público y las tendencias de cada una de ellas. Entre los elementos esenciales que se espera capturar está la presentación de los militares, es decir, la portación correcta del uniforme completo, el aseo personal y el tipo de cuestiones que tienen que ver con la imagen personal de cada militar.

Otro elemento esencial es mostrar las actividades o labores que se llevan a cabo en diferentes momentos, ya sea dentro de la misma institución

o fuera de ella, con la población. Se pretende reflejar emociones o sentimientos y también se toman en cuenta aspectos técnicos como el enfoque de la toma, la claridad, el encuadre y demás. La publicación de fotografías se hace de manera tendenciosa para lograr llegar a más personas, aunque igual existen publicaciones ya programadas; esto va más con días festivos, celebraciones o conmemoraciones, por ejemplo, Día de Muertos, Navidad, Día de la Independencia mexicana y fechas que ya están establecidas, pero siempre están preparados para publicar contenido que sea mediático.

Con las imágenes fotográficas, la SEDENA se ha posicionado entre los usuarios de las redes sociales, lo que ha beneficiado la imagen que las personas tienen acerca de la institución. Poco a poco se ha ido construyendo una mejor relación entre la Secretaría y el público civil y se ve reflejado en la cantidad de seguidores que las redes sociales oficiales tienen, en la interacción a través de las plataformas y también en el acercamiento que existe ahora. El cambio en la opinión y percepción también es evidente, no por nada la SEDENA se encuentra en el segundo lugar de instituciones de seguridad en las que la población mexicana confía.

Con la encuesta realizada al público en general se puede decir que actualmente las redes sociales son un medio que utilizan la mayoría de personas sin importar la generación a la que pertenecen, pero evidentemente quienes hacen un mayor uso de las plataformas digitales son las nuevas generaciones, que prácticamente nacieron con estos medios tecnológicos. La red social que prefiere la generación Z es Instagram, pero Facebook es la plataforma que más eligen las generaciones anteriores, tal vez por su practicidad y por el contenido variado con el que cuenta.

La mayoría de la población, sin importar la edad, conoce a la Secretaría de la Defensa Nacional, aunque los medios mayoritarios por los cuales tienen conocimiento de la institución son los tradicionales, es decir, televisión y radio, principalmente. Este aspecto es curioso, dado que el medio por el que menos conocen a la SEDENA es por redes sociales, algo comprensible, ya que en radio y televisión no existe un algoritmo como tal de preferencias, sólo se puede ver el contenido que las televisoras quieren dar a conocer, lo mismo que en las estaciones de radio; pero en las redes sociales sí existe un algoritmo de preferencias y posiblemente las personas no siempre están pensando en esta institución.

Es aquí en donde van a influir las tendencias de las plataformas digitales, si la gente tiene gusto por ciertas tendencias y la SEDENA se une a

ellas, es más fácil que llegue al alcance de las personas y comiencen a interesarse más por la institución o la sigan para ver más contenido; entonces, las tendencias son un aspecto trascendental para llegar a los usuarios. La mayoría del público, al menos en esta encuesta, tiene opiniones positivas de la institución, creen que es importante para el país mexicano por la protección, la ayuda, el apoyo que ofrece la Secretaría de la Defensa Nacional, sobre todo en eventos catastróficos.

Un dato curioso es que aún existen personas que creen que el Ejército Mexicano y la Fuerza Aérea son instituciones separadas; no saben que la SEDENA está conformada por estos dos sectores que, aunque claramente no se dedican a lo mismo, sí forman parte de una misma institución. Recientemente la Guardia Nacional también pasó a integrar a la Secretaría. Tal vez haga falta aclarar o difundir más información sobre quiénes son o conforman la SEDENA para que no exista confusión entre el público civil.

Retomando el tema de las redes sociales, se conoce que Facebook e Instagram son las plataformas que más se usan en México; son dos redes sociales en las que se encuentra contenido visual principalmente y en el que las imágenes tienen una buena aceptación y grandes alcances, por lo que la Secretaría ha creado estrategias para utilizar esto a su favor.

La Sección de Difusión Digital fue creada con el fin de difundir a través de las redes sociales la identidad de la SEDENA, para crear una imagen de la institución. Las fotografías son una herramienta primordial para lograr esto y se puede ver en los resultados de la encuesta que tienen un buen recibimiento de los usuarios; son más las personas a las que les gusta ver las imágenes de SEDENA que a las que no.

Claro que, como en todas partes, hay preferencias por varios elementos o factores y los resultados arrojan que al público les gusta ver más fotografías en donde aparecen perros y posiblemente cualquier otro animal, porque esto demuestra que la institución es noble y respeta la vida de otro, genera empatía y alegría ver que los militares interactúan con animales. De igual manera, las fotografías en donde se muestran las labores que realiza el personal militar, sobre todo en las que se advierte la ayuda que se le brinda a la gente, son aquéllas que el público más aprecia.

Otras fotografías que le gusta ver al público son las que retratan a mujeres militares, símbolos patrios y armas. Considerando todos los elementos que prefieren los usuarios, se puede decir que se quiere ver a la SEDENA como una institución inclusiva que está presente en la sociedad, que

respeta tanto a civiles, animales, mujeres y a su propio país, sin importar la apariencia de autoridad que reflejan y que hasta en los casos más extremos están dispuestos a apoyar, así sea que su vida corra peligro.

Las emociones que la gente mostró ante las fotografías presentadas fueron positivas en su mayoría; se observó tristeza, pero no de forma negativa, sino en relación con la empatía que el público siente por ver las escenas que se muestran. La credibilidad que tienen las imágenes fotográficas de la encuesta en el público es abundante, aunque hay un porcentaje de personas que piensa que sólo algunas son creíbles y en menor porcentaje algunas personas piensan que ninguna de las fotografías es creíble. Entre los factores que derivan a estos resultados están los siguientes:

- Las fotografías sí son creíbles porque es difícil planear tomas tan complicadas, a la par de que las expresiones de quienes aparecen en ellas se notan naturales y espontáneas; a parte de eso, muestran actividades que se sabe que realiza la SEDENA.
- Las fotografías no son creíbles porque en la actualidad existe la posibilidad de manipular las imágenes y pueden ser montadas o también pueden estar planeadas y preparadas para el momento de capturar la escena.
-

Por último, las fotografías lograron que la mayoría de los encuestados cambiara la percepción y la opinión que tienen de la institución gracias a que conocieron más de las actividades que realiza la SEDENA. Otros más de los encuestados reforzaron la idea que ya tenían de ella: siguen creyendo que es relevante para México y para todos los ciudadanos. Los restantes no cambian la idea que se tiene de la SEDENA, mencionaron que sí les permite conocer más, pero que necesitan más información que sólo fotografías.

Conclusiones

La Secretaría de la Defensa Nacional es una institución que ha buscado tener cercanía con la gente y lo ha estado logrando gracias a las redes sociales, principalmente Facebook e Instagram, en donde se hace uso de la fotografía para mostrar todas las actividades, labores e información acerca de la SEDENA.

Las imágenes fotográficas difundidas a través de estas plataformas han permitido que la Secretaría dé a conocer su labor más allá de lo que únicamente se difunde en los medios tradicionales de comunicación; ahora a través de fotografías se puede proporcionar evidencia acerca de una institución que cuenta con una identidad diferente a la que se percibía en años anteriores.

El cambio en la percepción y en la opinión del público civil es evidente en los resultados obtenidos, a pesar de todos los desafíos y retos que la Secretaría de la Defensa Nacional ha tenido durante toda su trayectoria. En la actualidad, es una de las instituciones que más se ha adaptado al uso de redes sociales; las ha usado a su favor para dar a conocer su identidad, además ha logrado usar de manera estratégica a la fotografía para lograr obtener cambios de pensamiento y conducta en los usuarios.

Gracias a la investigación que se tuvo con la Secretaría de la Defensa Nacional, se puede señalar que las redes sociales son una herramienta fundamental para cualquier organización hoy en día, porque usándolas de manera estratégica y adecuada se puede lograr adquirir cercanía con el público.

Al mismo tiempo, la fotografía en las redes sociales tiene una fuerte relevancia, pues a través de ella se puede mostrar más de lo que se puede escribir, se convierte en un instrumento de credibilidad y fidelidad para los usuarios, también se vuelve un medio que transmite la identidad de las organizaciones y, por este motivo, cualquier fotografía difundida a través de las redes sociales de organizaciones debe reflejar su identidad corporativa; debe ser acorde a la identidad visual para que al ser vista por los usuarios de redes sociales se construya la imagen de la organización. No se pueden difundir fotografías que no están planeadas, que no tienen nada que ver con la organización y que no tienen ningún objetivo al ser difundidas. Las fotografías buscan la imagen positiva de las organizaciones, por eso deben ser congruentes con la organización; de lo contrario, lejos de beneficiar, van a perjudicar la imagen y credibilidad que el público tenga de ellas.

Cuando no se tiene una identidad visual establecida, es más difícil para las organizaciones difundir su esencia, no sólo en la parte de redes sociales, sino en general, ya que la identidad visual permite demostrar coherencia con lo que las organizaciones difunden en medios digitales, medios impresos y hasta en los servicios o productos que le proporcionan al público; sin olvidar que también la identidad visual permite diferenciar con facilidad una organización de otra.

Aún queda mucho por investigar sobre este tema, este artículo le abre las puertas a más personas para adentrarse en la importancia que tiene la fotografía como elemento de la identidad de las organizaciones en las redes sociales. Por otro lado, sirve para despertar la curiosidad de más diseñadores para adentrarse en otro tipo de instituciones, en donde pareciera que no es muy relevante la parte creativa, como en el sector militar; si bien son más centrados en otros aspectos, también necesitan de la profesión del diseño y la comunicación visual para darse a conocer y posicionarse entre la sociedad. Sobre todo, con esta investigación, se empieza a dar mayor visibilidad a quienes se dedican a esta área en la SEDENA.[3]

Agradecimientos

Agradezco profundamente el tiempo y la atención recibida por el personal de la Secretaría de la Defensa Nacional, más aún la autorización para entrar a las instalaciones y permitirme conocer todo lo que envuelve a la Sección de Difusión Digital; ha sido una agradable experiencia. Le agradezco principalmente al General de Brigada de Estado Mayor Marco Antonio Gómez Nava por recibir mi petición, al Director General de Comunicación Social de SEDENA Carlos Javier Pérez Vara, Coronel de Caballería Diplomado de Estado Mayor por autorizar la solicitud para entrevistar al personal de la Sección de Difusión Digital y al Sargento 2/o Auxiliar Impresor, Miguel López Mendoza por coordinar las entrevistas.

Sobre todo, quiero agradecer a las siguientes personas que fueron parte fundamental para la elaboración de este artículo con su tiempo y testimonio:

- Capitán 2/o I. C. I. Mauricio González Domínguez, Jefe de la Sección de Difusión Digital.
- Subteniente Oficinista. Pablo Chávez Rodríguez.
- Soldado Auxiliar Oficinista. Itzel Márquez Carrazco.
- Subteniente Policía Militar. Adán Raúl Ruíz López.
- Subteniente Oficinista. Ulises Silva García.
- Soldado Policía Militar. Aldo Jesús González Santana.
- Sargento 1/o Oficinista. Antonio Labrada Patiño.

3. Las entrevistas se pueden leer completas en el siguiente enlace: https://docs.google.com/document/d/114w9aowAqxsLcs9DXogqhl0mLqxzpNE8hU44HgvuBMg/edit?usp=sharing
NOTA: Este artículo comenzó a escribirse en el mes de agosto de 2024, antes de que la Guardia Nacional se incorporara a la Secretaría, también antes de que cambiara su acrónimo a Defensa.

Me dio mucho gusto conocerlos y saber un poco de las tantas labores que realizan. Es admirable todo lo que hacen, gracias por compartir su trabajo, no sólo conmigo, sino también con todos los usuarios de las redes sociales. Gracias por demostrar la importancia que tiene la fotografía en cualquier ámbito.

REFERENCIAS

Ambriz, M. C. (2005). IDENTIDAD CORPORATIVA Propuesta de Identidad Corporativa para Transportes y Grúas LópezNavarro S.A deC.V [sic] [Tesis de licenciatura, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales UNAM] http://132.248.9.195/pd2005/0602374/Index.html

Asociación de Internet MX. (2024, mayo). 20° Estudio sobre los hábitos de usuarios de internet en México 2024. Asociación de Internet MX. https://irp.cdn-website.com/81280eda/files/uploaded/20_Ha-bitos_de_Usuarios_de_Internet_en_Me-xico_2024_VP.pdf

Barthes, R. (2020). La cámara lúcida. En J. Sala Sanahuja (Trad.). Ediciones Paidós.

Branch. (2024, mayo 23). Estadísticas de la situación digital de México en el 2024. Branch Agencia. https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-de-mexico-en-el-2024/

Chaves, N. (1994). La Imagen Corporativa: Teoría y Metodología de la Identificación Institucional. Gustavo Gili Editorial S.A.

Costa, J. (1993). Identidad corporativa. Trillas: Sigma.

Costa, J. (2006). Imagen Corporativa En El Siglo XXI. LA CRUJIA.

Defensamx. (s.f.). Publicaciones [página de Facebook]. Facebook. Consultado el 1 de octubre de 2024. https://www.facebook.com/SEDENAmxOficial

Fontes, O. O., Velarde, A. T. d. N. J., & Camarena, D. M. (2016). Imagen Corporativa: un elemento clave de diferenciación. Trascender, contabilidad y gestión, (3), 53-59. https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=667971044005

Gobierno de México & Secretaría de la Defensa Nacional. (2024). ¿Qué hacemos? Gobierno de México. https://www.gob.mx/sedena/que-hacemos

Gómez, C., & Ortegón, L. (2018). CONGRUENCIA ENTRE IDENTIDAD E IMAGEN DE MARCA EN TWITTER. UN ESTUDIO DE APLICADO A LA CUENTA @NOTICIASRCN. REDMARKA. Revista de marketing aplicado, 1(20), 175-200. https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=707778169007

Imagen de marca y redes sociales: un ejemplo práctico. (2012). Especial Directivos, (1604), 7-8. Business Source Ultimate. https://research-ebsco-com.pbidi.unam.mx:2443/c/df24kt/search/details/x36uajc5zz?limiters=FT%3AY&q=redes+sociales+y+marcas

Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. (2024, 09, 19). ENCUESTA NACIONAL DE VICTIMIZACIÓN Y PERCEPCIÓN SOBRE SEGURIDAD PÚBLICA (ENVIPE) 2024. INEGI.

Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. (2023, 09). Encuesta Nacional de Victimización y Percepción sobre Seguridad Pública (ENVIPE) 2023. INEGI.

Márquez, H. A. (2011). Análisis de los factores que influyen en la opinión pública, sobre la percepción de confianza en el Ejército Mexicano que la población manifiesta en las encuestas de opinión. [Tesis de licenciatura, Escuela de Graduados en Administración Pública y Política Pública, Campus Ciudad de México. Instituto Técnológico de Monterrey] https://repositorio.tec.mx/handle/11285/619630

Meléndez, A. (2021). MERCADOTECNIA DE LA INFORMACIÓN. EL PLAN DE MARKETING EN REDES SOCIALES COMO HERRAMIENTA PARA CONSEGUIR PRESENCIA Y POSICIONAMIENTO DE MARCA DIGITAL. CASO ESPECÍFICO: BIBLIOTECA DANIEL COSÍO VILLEGAS DE EL COLEGIO DE MÉXICO. [Tesina de licenciatura, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM] http://132.248.9.195/ptd2021/junio/0813208/Index.html

Palazón, M., Sicilia, M., & Delgado, E. (2014). El papel de las redes sociales como generadoras de "amor a la marca". Universia Business Review, (41), 18-39. https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=43330207002

Pérez, A., & Rodríguez del Bosque, I. (2014). Identidad, imagen y reputación de la empresa: integración de propuestas teóricas para una gestión exitosa. Cuadernos de Gestión, 14(1), 97-126. Redalyc.org. 10.5295/cdg.130389ap

Ramírez, F., Sánchez, M., & Quintero, H. (2005). El papel de los valores en el desarrollo de la identidad corporativa. Negotium, 1(1), 35-54. https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=78211104

Rodríguez, F. (2014). Qué es la fotografía: breve historia de los géneros, movimientos y grandes autores del arte fotográfico. Lunwerg.

Secretaría de Defensa Nacional [@defensamx]. (s.f.). Publicaciones [perfil de Instagram]. Instagram. Consultado el 1 de octubre de 2024. https://www.instagram.com/defensamx

Secretaría de la Defensa Nacional [@defensamx]. (2023, 6 de junio). #Patriotismo. Es el amor a la patria, a México, a sus tradiciones, historia y valores. Es el respeto a la bandera [video]. Instagram. https://www.instagram.com/reel/CtK0C-qeA2S5/?igsh=MWNvZG5obGFpaGppcQ==

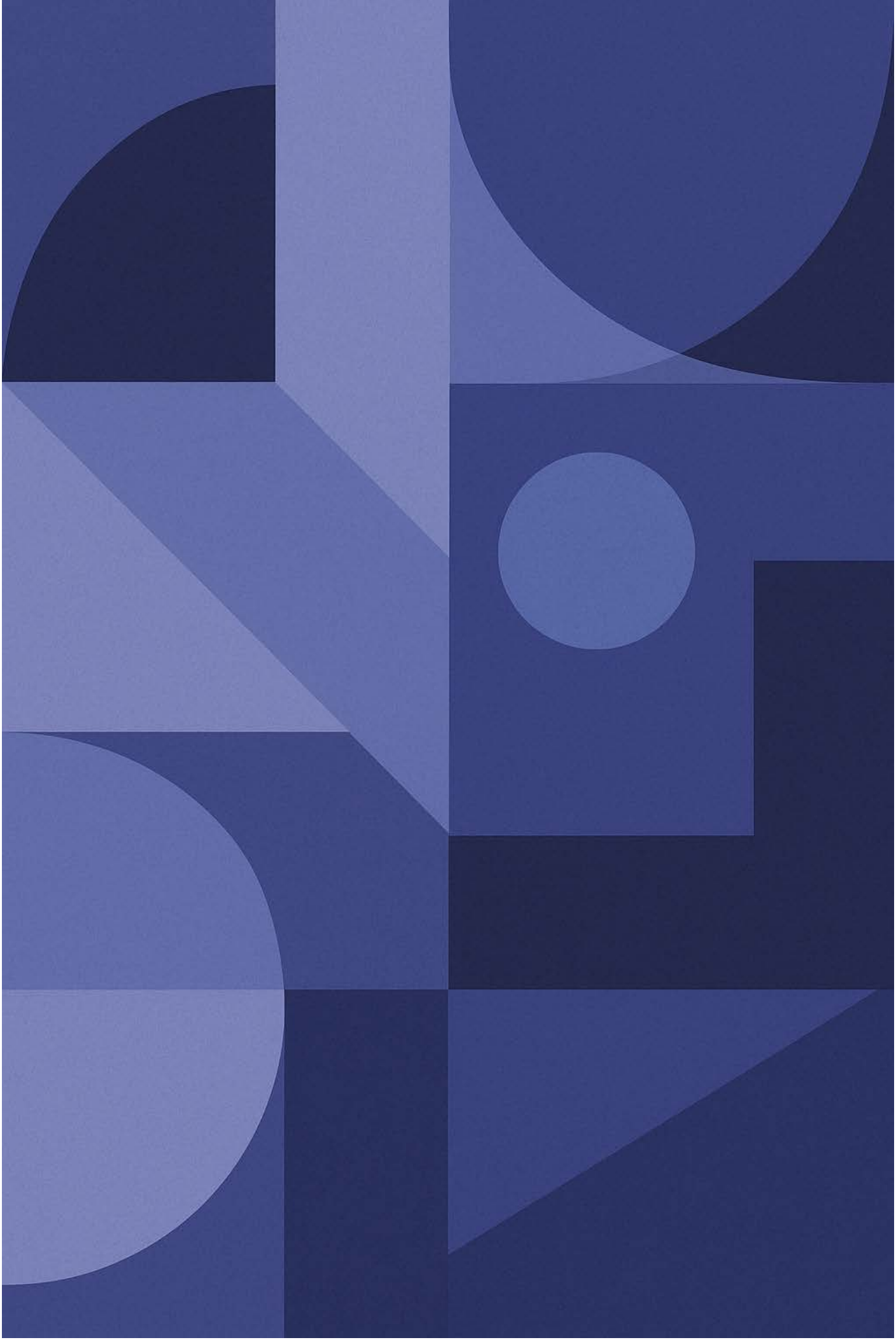
Secretaría de la Defensa Nacional. (2019). Manual de Organización y Funcionamiento de la Dirección General de Comunicación Social. https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/58722/Direcci_n_General_de_Comunicaci_n_Social.pdf

Sontag, S. (2006). Sobre la fotografía. En C. Gardini (Trad.); Primera ed. Santillana Ediciones Generales.

Wilhelm, G., Ramírez, F., & Sánchez, M. (2009). LAS RELACIONES PÚBLICAS: HERRAMIENTA FUNDAMENTAL EN LA CREACIÓN Y MANTENIMIENTO DE LA IDENTIDAD E IMAGEN CORPORATIVA. Razón y Palabra, (70). http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520478017

Zamora, C. (2015). LA TRANSMISIÓN DEL VALOR DE LA MARCA EN ENTORNOS INFLUENCIADOS POR LAS REDES SOCIALES: COMPORTAMIENTO DEL USUARIO Y ENTENDIMIENTO PARA UNA NUEVA COMUNICACIÓN [Tesis de doctorado, Universidad Rey Juan Carlos] http://hdl.handle.net/10115/13727

Atribución-No Comercial-Sin Derivadas
Permite a otros solo descargar la obra y compartirla con otros siempre y cuando se otorgue el crédito del autor correspondiente y de la publicación; no se permite cambiarlo de forma alguna ni usarlo comercialmente.



Diseño de Portadas: Un Enfoque Hermenéutico en los manuales de jugador de Calabozos y Dragones

Cover Design: A Hermeneutic Approach to Dungeons & Dragons Player's Handbooks

Rebeca Morales Martínez*

Resumen

El presente artículo muestra un análisis hermenéutico del diseño de portadas de uno de los libros más importantes y emblemáticos pertenecientes al juego de rol Calabozos y Dragones, el Manual del Jugador. De esta forma, se presentan los diferentes elementos compositivos, culturales y sociales que se encuentran dentro del diseño y que influyeron, en su momento, en las decisiones creativas a la hora de presentar una imagen al comprador.

Palabras clave: Calabozos y dragones, hermenéutica, Panofsky, diseño editorial

*Egresada de la Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual, Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán, Universidad Nacional Autónoma de México. Mail: ***rbmorales2608@gmail.com***

Fecha de recepción: enero, 2025
Fecha de aceptación: marzo, 2025
Versión final: marzo, 2025
Fecha de publicación: abril, 2025

Abstract

This article presents a hermeneutic analysis about book covers of one of the most important and emblematic book of the roleplay game "Dungeons and Dragons", the Player's Handbook. Here it can be found different elements related to composition, culture and social that became important while making creative decisions to create the final design and product.

Keywords: *Dungeons and dragons, Panofsky, editorial design, hermeneutics*

Introducción

Dentro del campo del diseño editorial, uno de los productos más comunes, por no decir uno de los pioneros de esta disciplina, es el libro, éste abarca temáticas variadas (biografías, novelas, libros de arte, etc.) y si bien, cada uno de estos propósitos se encuentra dentro del propio texto, es innegable el impacto que las portadas de éstos tienen sobre el futuro lector o comprador de la obra. Comúnmente, los libros infantiles o de novelas juveniles son los que cuentan con una portada mucho más llamativa, esto evidentemente con el propósito de llamar la atención de forma gráfica, pero ¿qué sucede con aquellos libros que no sólo van enfocados a niños y jóvenes y que cuentan con portadas llamativas?

Uno de los mayores ejemplos de esta clase de portadas con ilustraciones sumamente trabajadas son los juegos de mesa de rol. Éstos han sido parte de un nicho considerado de culto desde sus inicios, siendo Calabozos y Dragones (*Dungeons and Dragons* en inglés) uno de los mayores representantes del género. La gente que sabe sobre este hobby o que ha jugado alguna vez tiene presente la existencia de un vasto universo literario y visual que abarca lo que *Hasbro* y *Wizards of the Coast* han construido desde hace cincuenta años. Recientemente, *Wizards of the Coast* ha lanzado una actualización de sus libros más importantes dentro del sistema de juego; se trata del Manual del Jugador, la Guía para el Amo del Calabozo y el Manual de Monstruos. Cada uno de ellos cuenta con una portada icónica y renovada que, si bien mantiene un diseño y estructura similar a la edición anterior (quinta edición), si presenta una nueva mirada dentro del vasto universo

que han construido. Gracias a esta renovación de imagen, surgió la pregunta, ¿cuáles son los elementos que se toman en cuenta, considerando la cantidad tan grande de conceptos que contiene la historia del juego, para generar una nueva portada?

Teniendo esta pregunta ya planteada, se decidió que el mejor ejemplo para la investigación es el libro que comenzó todo, el Manual del Jugador, y tomando en cuenta todo lo que se concentra tras una sola ilustración (años de historia, reediciones, inspiración de obras literarias, como *El señor de los Anillos, Juego de Tronos*, entre otros), se considera apropiado llevar a cabo la investigación mediante un análisis hermenéutico; esto con el fin de abarcar todos los rubros que llevaron al diseño de portada de los, hasta ahora, seis manuales del jugador que se encuentran publicados. Así pues, dentro de la investigación se buscará explorar los antecedentes de cada una de las ediciones, cuáles son sus características y se analizarán elementos gráficos y de diseño que formen parte de las decisiones creativas plasmadas dentro de las portadas de los libros.

Alta fantasía en la mesa

Calabozos y Dragones (Dungeons and Dragons en inglés) es un juego de mesa enfocado en el rol y la estrategia creado en conjunto por Gary Gygax y Dave Anderson. Tomando como base el juego *Chainmail*[1] y obras literarias de autores como J. R. R. Tolkien ((*El señor de los anillos* (1954), *El Hobbit* (1937)), Robert E. Howard (*Conan el Bárbaro* (1932)), Poul Anderson (*La espada rota* (1954)) y Michael Moorcock (*Elric de Melniboné* (1972)), desarrollan un universo lleno de magia y monstruos en una búsqueda por la aventura y un viaje heroico.

Su primera publicación fue en 1974 y desde entonces comenzó un lento pero constante camino a la fama. La primera edición fue distribuida por *Tactical Studies Rule* (TSR)[2] y se imprimieron alrededor de 500 copias, las cuales se agotaron a los pocos meses de su salida. El paquete que se vendía incluía tres pequeños libros, el Manual del Jugador (titulado *Men and magic*), el Manual de Monstruos (*Monsters and treasures*) y la guía del Amo del Calabozo (*The Underworld & Wilderness Adventures*). Un juego de ese estilo que vendiera 1.000 copias ya se consideraba exitoso, como destacó Arneson en una entrevista con *Gamespy*[3]: “you had a game that sold a thousand copies and was regarded as being successful” (2004, párr. 37).

Gracias a esto se realizaron varias tandas de reimpresiones durante tres años consecutivos y se comenzaron a implementar las famosas campañas o expansiones (material extra que otorgaba historia al universo principal de *Dungeons and Dragons*). Para 1977, se integra al equipo creativo Eric Holmes[4], y se reinventan varios conceptos de la franquicia, sin embargo, estos cambios no parecieron suficientes para lo que se planeaba expandir en la historia, razón por la cual, en 1978, se lanza una nueva versión que lleva por título *Advanced Dungeons and Dragons* (AD&D). Esto genera dos ramas de publicación: manteniendo la versión básica y la avanzada. Para 1981, se publicó la segunda edición de *Dungeons and Dragons*, siendo dividida en dos versiones: la básica (permitiendo a jugadores de nivel 1-5) y la experta (nivel 6-14). Durante estas versiones se buscaba generar un contenido especializado con base en la experiencia de cada jugador, llegando así a crear manuales especiales para quienes incluso habían superado los 36 niveles de experiencia que se podían adquirir en estas versiones.

Así pues, en 1983, la popularidad del juego había crecido tanto que se tomó la decisión de generar un producto audiovisual basado en este universo, de la mano de *Dungeons & Dragons Entertainment Company* llegó la famosa serie animada homónima, la cual tuvo un gran recibimiento entre los televidentes. Para 1989 finalmente sale a la luz la segunda y última edición de AD&D, incluyendo, por supuesto, los tres libros principales, junto con dos libros (The complete fighters guide y *The complete thiefs guide*) que expandían las posibilidades dentro de la creación de personajes. Durante los siguientes ocho años se complementa esta edición con expansiones del universo, presentando campañas como *Ravenloft, Hollow World, Neverwinter Nights y Dark Sun*, entre otros, siendo universos que experimentaron con temáticas de terror, universos apocalípticos y misterio, cada una con su propia esencia, que, si bien no era exclusivamente medieval, mantenía la conexión y el sentimiento original que buscaba evocar la publicación original. Para 1997, la compañía TSR pasaba por problemas financieros y, al estar al borde de la bancarrota, es comprada por *Wizards of the Coast*[5], un año después se lanza el primer videojuego para computadora de la marca, *Baldur's Gate*, una aventura de combates por turnos que toma lugar en los reinos olvidados, una locación emblemática de *Dungeons and Dragons*. En el año 2000, es publicada la tercera edición del juego, presentando reversiones de los tres libros principales, así mismo, durante este

año se implementa la licencia de juego abierto (*Open Game License* u OGL por sus siglas en inglés) permitiendo así publicaciones de terceros utilizando el sistema de juego ya establecido.

La cuarta edición llegó en el año 2008 como la única edición con 6 libros principales en lugar de 3, ya que se incluyeron expansiones de los manuales principales. Seis años después, la quinta edición, lanzada en 2014, conmemorando el 40 aniversario de la franquicia, (vigente hasta la actualidad), implementa una gran variedad de expansiones y manuales extras, contiene libros como *Ravenloft, Eberron, Reinos Olvidados, Witchlight, La Costa de la Espada, Spelljammer*, entre muchos otros.

Durante este 2024 llegaría la que podría considerarse, hasta ahora, la más reciente edición, conmemorando los 50 años de historia de esta franquicia: *New Dungeons and Dragons*, una versión revisitada de la quinta con bastantes cambios que permiten una mejora a las reglas establecidas para creación de personaje, mecánicas de ataque, lógica de los propios mundos y habilidades de monstruos, sin dejar obsoleta a la quinta edición, pues busca ser compatible con todo el material ya existente.

Como se puede observar, la historia comercial y editorial de la franquicia es basta y extensa, razón por la cual se ha resumido gran parte de la información, manteniendo a la vista la importancia que los libros y productos editoriales tienen dentro de la propia empresa y cómo, a pesar de los avances tecnológicos de la época actual, el consumo de estos productos físicos no ha disminuido.

El libro como producto editorial

El medio pionero y principal que recaba las ventas y el conocimiento general de Calabozos y Dragones es el libro, específicamente un manual o libro de carácter didáctico, dado que éste "pone al alcance del lector las técnicas, procedimientos y materiales para la participación del proceso enseñanza-aprendizaje." (Pardo Pérez, 1994, p. 66). Si se extiende más esta definición, se infiere que el manual o libro didáctico funge como una guía o compendio de reglas, pasos y una explicación objetiva que ayudarán al lector a comprender y realizar tareas, procesos o actividades de forma correcta (tomando como referencia al propio manual). Algunos de estos productos editoriales son conformados únicamente por texto, pero el caso que se presenta aquí combina elementos textuales con elementos gráficos.

Como en todo producto editorial, el diseño de éste es la piedra angular mediante la cual se podrá generar un producto funcional y agradable para el consumidor. Si se deja de lado el proceso de maquetación y organización de cada uno de los elementos que se buscan integrar dentro del documento, dejaría de cumplir con el propósito de comunicar de forma sencilla y agradable el contenido de la publicación. Aunque sea considerado un libro de reglas, debe seguir manteniendo esta estética interactiva y sobre todo, interesante para el lector; en este caso en específico, se presenta como un elemento importante para la construcción de un mundo de fantasía, siendo así la inmersividad una característica única y representativa del manual.

De esta forma, se reitera que el diseño editorial no sólo se trata de garantizar legibilidad dentro del texto y tampoco se limita a presentar un producto estéticamente atractivo para el consumidor, sino que es un conjunto de habilidades que un diseñador debe poder manejar para así acaparar múltiples funciones dentro del área del consumidor, como la función comunicadora, estética y comercial.

Es importante resaltar la complejidad al diseñar un manual que cumpla con todas estas características; éste es un producto que prioriza el texto y la objetividad sobre los elementos gráficos (que buscan una mayor armonía visual o inmersiva) y tiende a contener una cantidad de texto muy alta. Esto hará que el diseñador requiera generar una identidad visual concisa y bien estructurada para que las imágenes o gráficos no tengan más peso dentro del libro, pero que tampoco se vean únicamente como "decoración".

Figura 1

Ejemplo de páginas "Manual del Jugador" 5° edición

Fuente: Dungeons & Dragons Player's Handbook (Core Rulebook, D&D Roleplaying Game) (2014).

En el ejemplo anterior, se puede observar que las imágenes presentes permiten una inmersión al tema del que se habla, en este caso, la descripción de un tipo de personaje específico (Guerrero) y las características que lo definen por su clase[6]. También se puede analizar el formato que presenta este ejemplar en específico. Destaca la distribución a dos columnas dentro de su propia retícula, así como el uso de gráficos (una tabla que enumera y representa los niveles del jugador como guerrero y las habilidades que va adoptando con cada nivel), el uso de plecas que permiten una división entre subtemas y evitan saturar al lector con información, haciendo posible una lectura fluida y objetiva, pues en caso de que esté buscando un apartado en específico, será sencillo identificar el elemento en cuestión.

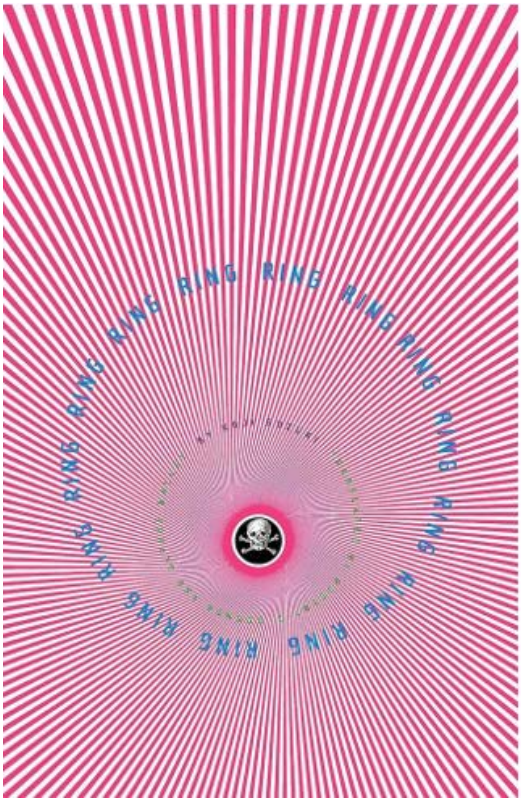
Mediante un análisis rápido del contenido de un manual, se puede comprender su propósito como producto editorial: sin embargo, este análisis no se encuentra completo sin una de las partes fundamentales de todo producto impreso, la portada.

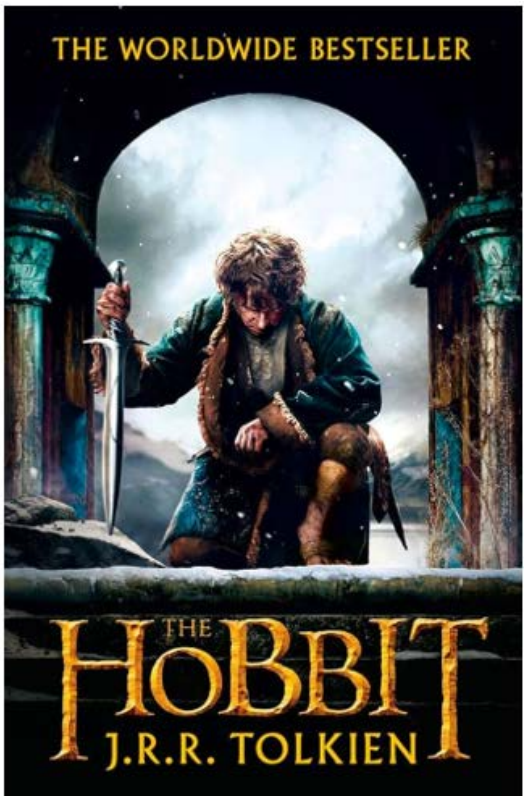
Juzgar al libro por su portada: la imagen de un producto editorial

Un elemento sumamente importante dentro de la imagen de un libro es sin duda alguna la portada: es la carta de presentación, la invitación al lector para realizar una compra y ello es más que necesario realizar una planeación sobre lo que se presenta como portada. Se encuentran, entonces, portadas figurativas, las cuales cuentan con fotografías como elemento central, portadas de texto, que, como su nombre lo indica, el foco principal es el uso de tipografías y portadas conceptuales: que presentan ilustraciones y/o fotografías para representar conceptos específicos de la obra, dándole una mirada artística al propio libro.

Con esto en mente, es necesario recurrir al término de Identidad Visual Editorial (IVE) (González Solas, 2002). Éste hace referencia justamente a un brief exclusivo de la publicación editorial, abarcando tipografía, módulos, cuerpos de letra, elementos de apoyo (ilustraciones, gráficos, plecas, etc.): el objetivo es mantener una coherencia gráfica dentro del producto mismo. La portada no es la excepción, ya que debe encontrarse fuertemente ligada con el contenido del libro, razón por la cual, en formatos conceptuales o figurativos, se realiza una síntesis de la trama del libro, ya sea de forma explícita o abstracta.

Fig. 2 y 3
Ejemplos de formato conceptual y figurativo de portadas de libro





Actualmente, las portadas de libros no se reducen únicamente a portadas impresas, lo que ha llevado a generar portadas más interesantes para medios como los e-books y esto muchas veces ha generado una limitante cuando se trata de diseñar la portada específica para este formato. Un ejemplo de ello es Kindle, quien entre sus lineamientos de portada especifica las medidas de 1600 x 2560 pixeles y un tamaño de archivo que no supere los 50 MB. De esta forma, las posibilidades de detalle o formato se reducen bastante, generando nuevas problemáticas o necesidades.

Cada uno de los formatos que requiera la imprenta o empresa encargada jugarán un papel de suma importancia a la hora de generar un producto visual para cada proyecto. No obstante, es innegable que dependiendo del género de cada libro, existe cierta tendencia a un estilo ilustrativo, fotográfico o compositivo, es entonces cuando se explora el término de convención literaria y en este caso en particular, se empleará para describir géneros como el terror, misterio, fantástico, ciencia ficción, etc., más que para describir los géneros clásicos de la literatura (lírico, épico y dramático).

Tras un breve análisis de diversas obras literarias, se pueden encontrar patrones de diseño. En el caso de los libros de ciencia ficción, se percibe una tendencia a emplear ilustraciones futuristas y referentes, en su mayoría, a temas del espacio exterior o tecnología avanzada, dando mayor foco al entorno que a los personajes que podrían aparecer en la portada. Para la fantasía, se emplea un estilo que recuerda a relatos medievales donde se resalta a la figura del héroe o el protagonista de la historia; en las novelas de terror, colores oscuros o negro con letras que resalten del fondo junto a figuras o siluetas que asemejen o hagan referencia directa al objeto o ser que genera terror dentro de la historia. Los ejemplos son sumamente variados pero es relativamente sencillo encontrar elementos en común dentro de cada género.

Metodología

El objetivo de esta investigación, como ya fue mencionado, es denotar los elementos que conforman los diseños de portada, aunque considerar dichos elementos como simples objetos de composición sería quedarse únicamente en la superficie, así que se trabaja un análisis hermenéutico de la información. La hermenéutica es un método de investigación, mayormente empleada en el análisis de textos, que busca dotar al análisis de profundidad más allá de los datos cuantitativos que se puedan recabar, pero, al ser un tema de estudio enfocado al diseño y la comunicación visual, se debe encontrar un apoyo dentro de la metodología que canalice la investigación hacia esta área, en razón de lo cual se determinó tomar como base el método iconográfico e iconológico de Erwin Panofsky.[7]

La metodología de Panofsky se caracteriza por ir de lo general a lo particular, es decir, permite llevar un análisis superficial a una profundización del tema y sus razones de ser, así como el impacto que el entorno tuvo con el propio proyecto. De esta forma, se puede dividir la metodología en tres partes.

- **Nivel pre-icónico**: dentro de esta fase, se realizará un análisis superficial de cada una de las portadas tomando en cuenta composición, color, tipografía y elementos visuales en general, esto para tener una visión general del contenido.
- **Nivel iconográfico**: se incluirán las significaciones de los elementos tomando en cuenta los diferentes contextos mencionados, se

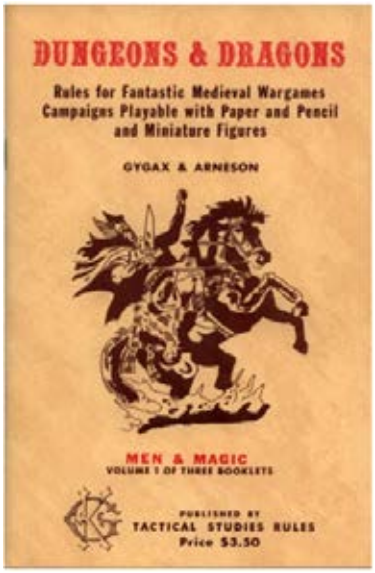
buscarán las posibles alegorías o referencias a temas culturales e históricos dentro de la misma composición, el trasfondo de los artistas involucrados en la propia ilustración y de la propia marca.

- **Nivel iconológico**: para este punto, se comenzará a tomar en cuenta el contexto de cada una de las ilustraciones (sea histórico, cultural, social o incluso económico del momento en que fueron publicados). El objetivo es comprender por qué se tomaron ciertas decisiones diseñísticas, así como el significado subjetivo de cada ilustración, profundizando en el campo de investigación más allá de un simple análisis de composición, permitiendo un punto de vista social y cultural dentro de la propia obra.

Dungeons and dragons (1974)

Ésta es la primera edición publicada. Se convierte en un juego de nicho que poco a poco va ganando popularidad entre los fanáticos de juegos como *Chainmail.*

Figura 4
Portada del primer manual del jugador



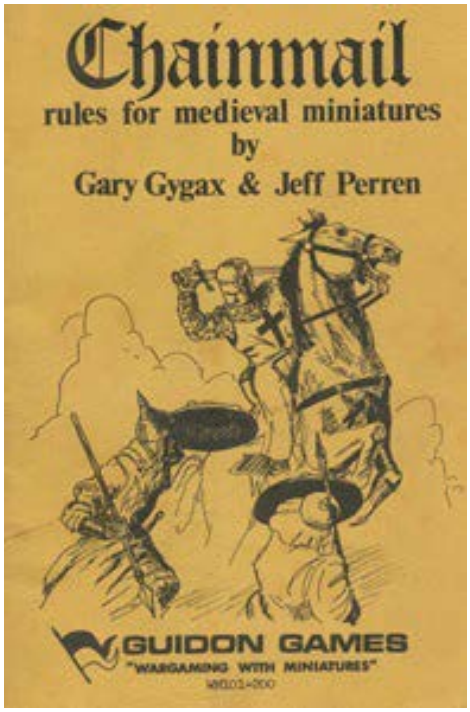
Fuente: Surf, El juego que lo empezó todo: la 1ª edición de Dungeons & Dragons 2018, Rol de los 90. https://roldelos90.blogspot.com/2018/03/el-juego-que-lo-empezo-todo-la-1.html

Iniciando con el análisis pre-icónico, se nota una composición que busca otorgar de equilibrio a la imagen completa. Como primer texto está el título de la obra, seguido por una descripción breve del tipo de juego de mesa, que es *Dungeons and dragons*, escrito con letras rojas y los apellidos de los autores (Gygax & Arneson). A continuación, una ilustración de un hombre sobre un caballo a tinta negra, el estilo de la ilustración es bastante simple y sigue esta línea de diseño que se puede clasificar dentro del estilo *Swords and Sorcery*[8]. Bajo la ilustración se lee el texto "Men & magic" (hombres y magia) en letras rojas seguido de la leyenda "Volume 1 of three booklets", (volumen 1 de tres folletos): esto último haciendo referencia a que esta edición presentaba en una sola caja los tres folletos necesarios para jugar. Por último, se halla la editorial que publica esta edición "*Tactical Studies Rules*" y el precio de venta, junto con el logotipo de la propia editorial. En general, el diseño se mantiene simple, legible y funcional para lo que se buscaba vender en ese entonces.

Continuando con el análisis iconográfico, la elección de tipografía para el título claramente busca evocar este estilo gótico y medieval, implementando una tipografía de la familia *serif*; el logotipo, de igual forma, presenta una composición que evoca este ambiente medieval y fantástico. Hablando ahora de lo que sería la ilustración principal, se aborda completamente la imagen del héroe o caballero que se embarca a la aventura sobre su fiel corcel. Éste concepto encaja perfectamente dentro del universo de *Dungeons and Dragons*, pues en esta edición en específico, el tema principal o las partidas tenían como objetivo avanzar dentro de una mazmorra y llegar a vencer a un señor oscuro o un dragón, por lo que la imagen más común es la del caballero embarcándose en esta aventura.

Dentro del nivel iconológico, se nota la influencia que juegos como *Chainmail o Siege of Bodenburg* tuvieron a la hora de crear un concepto gráfico dentro de la obra. Gygax y Arneson comenzaron su viaje editorial y de autoría mediante estos dos juegos, siendo Gygax uno de los autores de *Chainmail*, por lo que seguramente retomó múltiples elementos de este juego y sus conceptos para reimaginar y lanzar Dungeons and Dragons. Como ejemplo de esta inspiración se puede mostrar la portada de la primera obra de Gygax:

Figura 5
Portada del manual de reglas de Chainmail (1971)

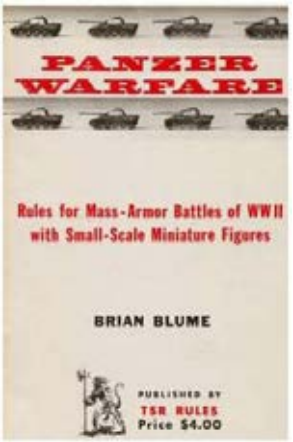


Fuente: Chainmail (game). Wikipedia, https://en.wikipedia.org/wiki/Chainmail_(game)

Las similitudes son bastante notables, la composición se mantiene ubicada al centro del espacio y una vez más con la presencia de un caballero (en este caso, perteneciente a la orden templaria) atacando a un grupo de bárbaros sobre su caballo. El concepto se mantiene bajo la misma idea de este héroe a caballo pero en la versión de *Dungeons and Dragons* hay un giro fantástico dentro del diseño de personaje perteneciente al héroe; se nota una cabellera larga y un atuendo que puede evocar a personajes como *Conan el Bárbaro*.

La elección de colores tanto para el texto como para la ilustración probablemente se debe al poco presupuesto con el que se contaba en ese momento. Aunque la publicación había sido dirigida por una casa editorial, el tiraje que se vendió dentro de la primera es mínimo comparado con tirajes de editoriales grandes, razón por la cual la impresión de este kit de juego debió ser bastante costosa. En adición, se puede notar que la editorial tenía cierta línea de diseño, por lo que en publicaciones anteriores se aprecia un formato similar:

Figura 6
Portada de Panzer Warfare (1975)



Fuentes: Panzer Warfare (1975) Wikipedia https://en.wikipedia.org/wiki/Panzer_Warfare

Figura 7
Portada de Cavaliers and rounheads (1973)

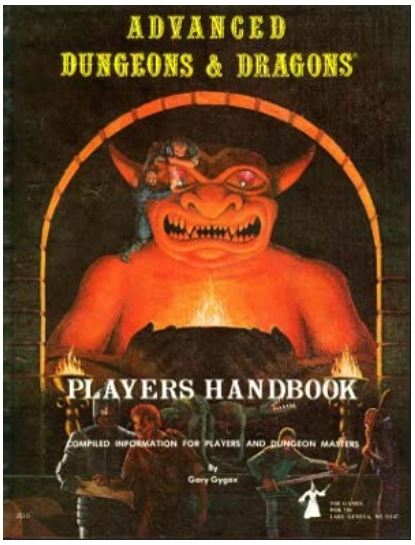
Fuentes: Cavaliers and Rounheads Wikipedia https://en.wikipedia.org/wiki/Cavaliers_and_Roundheads

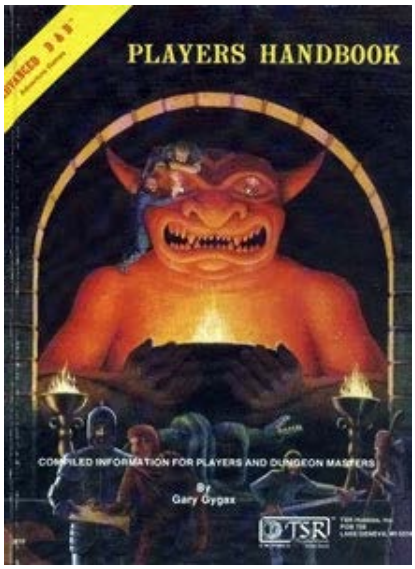
Se puede afirmar, que el diseño de la portada respondía a una línea editorial específica, la cual puede ser tomada en cuenta como un referente visual o inclusive como identidad de la marca, un diseño que se considere representativo y permita al comprador identificar de forma rápida los productos publicados por TSR Rules. Así mismo, tras el lanzamiento del juego en la GenCon[9] de 1976, se realizó el anexo de Bryan Blume a la empresa editorial que esto permitió obtener mayores recursos para la reimpresión

de estos manuales y, debido a la alta demanda que obtuvieron tras la presentación del juego, se requería una impresión relativamente rápida, por lo que mantener el estilo sencillo pero eficaz de los manuales era de suma importancia.

Figura 8 y 9

Portada del manual del jugador primera edición de Advanced Dungeons and Dragons (1978)





Fuente: Dungeons and Dragon Lore Wiki, Players handbook, https://dungeonsdragons.fandom.com/wiki/Players_Handbook_(1e)

Para la siguiente edición, se presume una ilustración más compleja, en una composición que mantiene un enfoque central, empleando el equilibrio de la imagen. Utiliza colores contrastantes siendo el que cuenta con mayor peso el rojo y amarillo, en este caso existen dos variantes de la portada. La Figura 8 forma parte de la primera impresión del manual, ésta contiene el título del juego en la parte superior central de la portada, empleando la misma tipografía que se utilizó en la primera edición para el título del juego, pero esta vez en letras amarillas.

A continuación se observa la estatua de un demonio bajo un marco de piedra; encima de él, dos personajes intentan sacar la gema de su ojo, las manos de la estatua se encuentran ocupadas por un cuenco del que emana fuego y es flanqueado por dos antorchas. Bajo este cuenco, se observa una serpiente muerta sobre una plancha de piedra, dos personajes del

lado izquierdo se encuentran interpretando un pergamino mientras que dos personajes del lado derecho se encuentran conversando. Regresando al apartado del texto el nombre del manual se lee en letras blancas, seguido por la leyenda "compiled information for players and dungeon masters" (información recopilada para jugadores y maestros del calabozo) y el nombre del autor debajo.

Ahora bien, la Figura 9 pertenece a la cuarta reimpresión del libro. Si bien la ilustración se mantiene igual, la disposición del título del juego y de la obra cambian de posición, ahora el título del juego se encuentra esquinado sobre una banda amarilla del lado izquierdo y con tipografía roja, mientras que el título del libro se encuentra en la parte superior derecha con tipografía amarilla. También hay un cambio en el logotipo de la empresa editorial.

Iconográficamente hablando, la escena se desarrolla en una mazmorra, que seguía siendo de los principales atractivos de la franquicia, la estatua es un *eidolon*[10] que emula al archidemonio[11] *Moloch*[12] (confirmado por Mike Mearls, mánager senior de Calabozos y Dragones durante una entrevista en el canal de youtube oficial de D&D (2018). Dentro de la ilustración se ven retratadas cuatro de las cinco clases disponibles dentro de esta edición, los ladrones serían aquéllos que intentan robar la gema del ojo del *eidolon*; también hay dos paladines, uno leyendo el pergamino y otro limpiando su espada. El segundo personaje que se encuentra revisando el pergamino podría ser un explorador, mientras que el personaje que se encuentra con el paladín del otro extremo es un usuario mágico. Sobre la mesa de piedra, bajo el eidolon, yace un basilisco muerto. Con todo este contexto, se puedesaber entonces que el equipo de la ilustración se encuentra explorando un templo dedicado a Moloch.

Para este momento, la empresa se encontraba en un momento inestable, ya que uno de los fundadores de TSR, Donald R. Kaye, había fallecido; hubo problemas respecto a las acciones y a quién le correspondía qué parte, al final se repartieron cerca de 445 acciones para Blume y su hermano, mientras que Gygax se quedó únicamente con 150, lo que lo convertía básicamente en un empleado de los hermanos Blume. Esto hizo que Gygax, junto con Dave Arneson, decidieran expandir el juego, creando una subdivisión llamada *Advanced Dungeons and Dragons*, un sistema diseñado para jugadores que buscaban algo más retador en cuanto a dificultad de combate se trataba. Si bien debía pagar derechos por emplear ciertos

conceptos del juego inicial, esta nueva edición trajo consigo una ganancia mayor para Gygax y Arneson, permitiendo sacar manuales de monstruos y manuales para *dungeon master* de mayor calidad y a mayor costo. Es por esto que las ediciones presentes cuentan con un formato en pasta dura y el trabajo de un ilustrador, en este caso específico David A. Trampier[14].

Se puede suponer que la inspiración de Trampier para el concepto de la portada se vio influido por las tendencias de las campañas que serían creadas para este sistema, debido a que, para dicha edición, surgieron campañas emblemáticas como *Dark Sun y Ravenloft*, siendo estas dos parteaguas en cuanto a lo que el mundo de *Dungeons and Dragons* se trataba. Se estaban explorando nuevos horizontes más allá de temas medievales y fantasía clásica, las posibilidades se veían prometedoras en cuanto a temáticas más adultas y el recibimiento de los fanáticos era bastante bueno.

Figura 10

Portada de la novena reimpresión del manual de jugador perteneciente a Advanced Dungeons and Dragons (novena impresión) (1983)

Fuente: Dungeons and Dragons Lore Wiki, Players Handbook (1e) https://dungeonsdragons.fandom.com/wiki/Players_Handbook_(1e)?file=PHB1e+1983.jpg

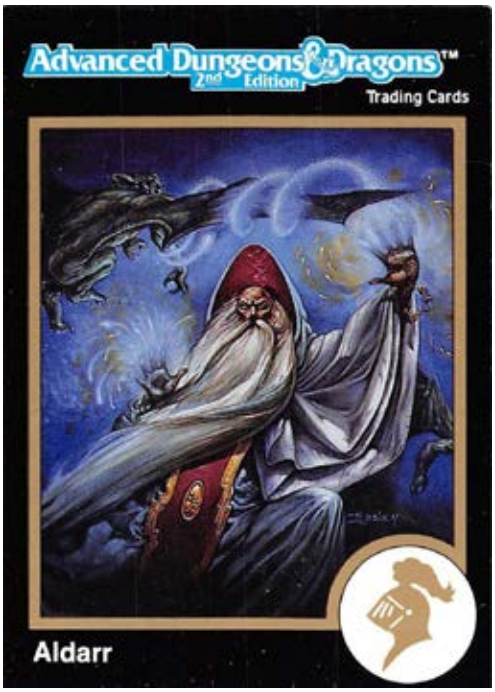
En esta edición se ubica el título de la línea de juego como título principal y por primera vez se presenta un logotipo similar al que actualmente se ha convertido en la imagen icónica de la marca Dungeons and Dragons; debajo de éste se ubica el nombre del libro junto con su autor. Para la ilustración se emplea la imagen de un mago que emana luz de sus manos y unas

criaturas aladas que lo rodean; en la parte inferior de la portada se puede apreciar la leyenda “This is the first series of the world famous AD&D role-playing aids. To complete the original version, we’ve added new cover art! It is the ideal vehicle of imagination for intermediate through advanced players, age 10 and up.” (Esta es la primera serie del mundialmente famoso manual de juego de AD&D. Para completar la versión original, ¡Hemos agregado una nueva portada!, es el vehículo ideal de la imaginación para jugadores avanzados, edad de 10 en adelante), seguido del logotipo de la empresa editorial y sus respectivos derechos.

Dentro de la composición se observa un usuario mágico, peleando contra un par de imps[15], en la comunidad de fanáticos existe un debate sobre la identidad éste. Muchos de ellos consideran que se trata de Ringlerun [16], sin embargo, en 1991, surgiría un juego de cartas de la franquicia donde se le nombraría como Aldarr[17].

Figuras 11 y 12

Figura de acción de Ringlerun lanzada en 1983 / Carta coleccionable de Aldarr lanzada en 1991



Fuente: Childrens of the ampersand, R... is for Ringlerun the wizard#atozchallenge, https://deadmanstales.wordpress.com/2018/04/20/r-is-for-ringlerun-the-wizard-atozchallenge/
Fuente: baseballcardstoreca, Aldarr, Trading Card Database, https://www.tcdb.com/ViewCard.cfm/sid/161257/cid/10352160/1991-TSR-Advanced-Dungeons-&-Dragons-18-Aldarr

Los *imps* tienden a ser un símbolo de maldad dentro del universo del juego. En caso de que se tratara del hechicero Ringlerun, podría verse la escena de este importante usuario mágico peleando contra las fuerzas del mal en alguna de sus encrucijadas por mantener el orden y la paz. Sin embargo, en caso de que se tomara en cuenta la historia detrás de Aldarr, se estaría presenciando una batalla para poder atravesar alguna dimensión en uno de sus múltiples viajes de exploración, inclusive podrían haber sido conjurados por el mismo Aldarr a modo de protección.

Durante los años 80, comenzó un episodio de histeria colectiva conocida como pánico satánico, el cual atribuía ciertas características satánicas y cultistas a los juegos de rol en general. Se puso en el ojo público el juego de *Dungeons and Dragons* debido a que el caso más conocido, la desaparición y suicidio de James Dallas Egbert III[18], fue directamente relacionado con éste. Aún cuando no existe una explicación por parte del equipo encargado de la franquicia hoy en día, no es erróneo suponer que la presión que existía por parte de organizaciones como Bothered About Dungeons and Dragons (BADD)[19] o las propias congregaciones religiosas fueran lo que llevó a generar una portada con elementos que fueran más difíciles de relacionar con el satanismo. Aunado a este "pánico satánico", las ventas de Dungeons and Dragons, en lugar de disminuir, aumentaron, debido al morbo que el juego generó por ser percibido como ocultista o prohibido, lo que permitió generar una nueva versión de la portada eliminando cualquier referencia a demonios, diablos y monstruos controvertidos.

Figura. 13

Portada Manual de jugador Advanced Dungeons & Dragons 2nd edition (1989)

Fuente: Player's Hansbook 2nd edition, Fandom, https://forgottenrealms.fandom.com/wiki/Player%27s_Handbook_2Thnd_edition

Esta edición tiene una composición que toma como base la figura triangular para acomodar los elementos de la ilustración. En la parte superior aparece el nombre de la marca escrito en letras blancas y borde azul acompañado del número de edición, escrito con color rojo y bajo éste el nombre del libro. En la parte inferior izquierda se ubica la siguiente leyenda: "This newly revised, expanded, and updated versión of AD&D game provides everything playersneed to enter a world of fantastic role-playing adventure. For intermediate through advanced players, ages 10 and up" (Esta nueva edición de AD&D revisada, expandida y actualizada provee todo lo que los jugadores necesitan para entrar a un mundo de aventuras de juego de rol de fantasía. Para jugadores intermedios y avanzados, 10 años o más). En la parte inferior central se advierte el logotipo de TSR Inc, y dentro de la ilustración, tres jinetes cabalgando en un entorno desértico mientras portan una espada en mano, listos para atacar.

Para esta edición, se implementaron cuatro nuevas clases jugables disponibles para la creación personaje: peleador, mago, mago especializado y bardo. Dentro de la portada, hay personajes que entran dentro de la categoría de guerreros montando a caballo; éstos se caracterizan por pertenecer al grupo de héroes que se abren camino mediante el uso de armas, entre ellos peleadores, paladines y exploradores. Al revisar el manual y sus especificaciones, dentro hay una ilustración que representa al arquetipo del peleador. Si se compara este diseño con el que se presenta dentro de la portada del libro, se notan similitudes en el casco que utiliza y el tipo de espada.

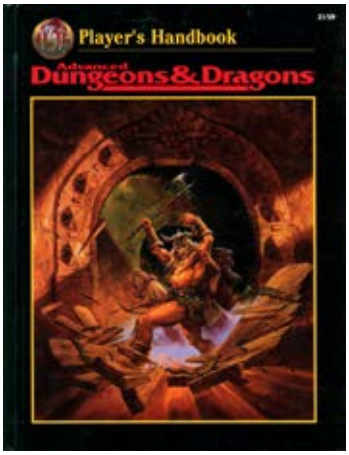
Dentro del propio universo de esta edición, se hace referencia a tres tipos de peleador, líder, de tropa o unidad de élite, en la ilustración se aprecia que el personaje principal viene acompañado de otros dos sujetos en la parte posterior de la imagen, al tener armaduras similares, se deduce que el personaje pertenece a una tropa o es parte de las unidades de élite. Por desgracia, el diseño del casco no permite resaltar ningún rasgo que diferencie su posible raza, por lo que se tomará como un humano. Gracias al juego de cartas coleccionables de AD&D (1991), hay más información de este personaje principal: el humano montado a caballo es Mardus, un guerrero nivel 13, quien desde su infancia había buscado llegar a ser un gran aventurero. Se caracteriza por su inteligencia y decisiones acertadas, es leal a sus amigos y familiares.

Para este momento, el temor ocasionado por el pánico satánico no había disminuido y si bien trajo consigo el morbo de los jóvenes “rebeldes”, esto no se vio reflejado en ventas para la empresa, pues para 1988 (un año antes del lanzamiento de esta edición), las ventas de la edición anterior habían disminuido de 300 mil dólares a menos de 100 mil. Debido a esta baja de ventas, Gary Gygax buscó nuevas formas de obtener ganancias con la marca, buscando así la producción de una película del propio juego: el resultado de aquella visita a Los Ángeles fue la serie animada de 27 episodios. La única forma en la que parecía posible recobrar el poder económico dentro de la industria de juegos de rol era lanzando una nueva edición; sin embargo, debido a todos los puntos antes mencionados, se necesitaba una nueva estrategia de marketing, lo que llevó a lanzar la segunda edición de AD&D con un enfoque un tanto distinto.

Como primer punto, todo tipo de referencia a demonios y cultos fue removido de la historia del juego, ya no sólo en la portada, si no en todas las posibles campañas e historias que pudieran estar relacionadas con el sistema de juego; así mismo, se apuntó a un público adolescente, ya no tanto a adultos jóvenes y, por último, se buscó generar una imagen que hiciera alegoría o diera a entender que las aventuras que se podrían jugar principalmente girarían en torno a estas historias heroicas, en busca de salvar un reino o cumplir grandes hazañas en favor del bien.

Figura 14

Portada Manual de jugador Advanced Dungeons & Dragons 2nd edition (reimpresión) (1995)



Fuente: 2nd Edition Player’s Handbook, Advanced Dungeons & Dragons, https://www.tsrarchive.com/add/add-2e-core-phb.html

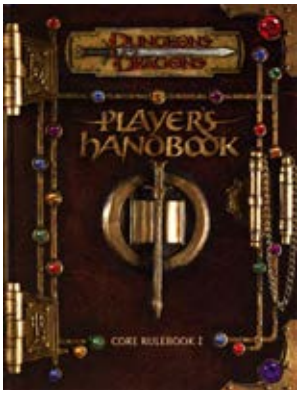
Para la portada de esta edición, se vuelve a encontrar una composición que toma como base el triángulo dentro de la ilustración. Hay una separación entre los datos del libro (título, editorial, marca) y la ilustración, al enmarcar esta última con un contorno amarillo que lo separa del fondo negro, en la parte superior se localiza el nuevo logotipo de TSR Inc. Seguido del nombre del libro en letras amarillas, bajo éste hay una división de color amarilla seguida del nombre de la marca. Los personajes dentro de la ilustración son tres hombres, uno con un arco y flecha, otro con capucha y uno más con un hacha irrumpiendo en una habitación mientras que el del hacha rompe la puerta de madera que divide la habitación.

En esta ocasión, el personaje principal es un guerrero humano (ya que en esta edición no existía aún el bárbaro) con especialización en uso de hachas de combate, detrás de él se vislumbra a un explorador entrando de forma sigilosa y un mago (probablemente especializado) oculto entre las sombras, a la espera de un ataque para contrarrestar con su magia. Para este caso en específico, no existe un trasfondo con historia que permita dar una lectura mucho más detallada de lo que ocurre en la escena, más allá de la clara intención de mostrar una escena casi cinematográfica de los héroes irrumpiendo en una mazmorra.

Durante esta época, TSR todavía se encontraba en la cúspide del mercado y fue este auge el que los llevó a experimentar dentro de nuevos campos. Entre estas ideas estuvo la de lanzar una trilogía de novelas ambientadas en uno de los muchos universos creados para el juego, *Dragonlance*. Éste fue uno de los aciertos más grandes de la empresa, pues llegaron a entrar múltiples veces en el top de *Best Sellers* en Estados Unidos. Probablemente, debido al éxito de estas novelas, se decidió darle un toque más cinematográfico a la ilustración principal, atrayendo así a quienes se vieron interesados por las aclamadas obras literarias.

Figura. 15

Portada Manual del jugador Dungeons and Dragons 3rd edition Dungeons and Dragons (tercera edición) (2000)



Fuente: 3.0 Core Rulebooks, Dungeons and Dragons, https://www.tsrarchive.com/3e/3e2-core30.html

El formato de esta edición cambia completamente: aquí ya no se visualiza una ilustración que presente personajes. En esta ocasión, la ilustración es la totalidad de la portada, la composición presenta el uso de la simetría y la figura rectangular como base; en la parte superior se posiciona el nombre de la marca con el formato de logotipo que se utilizó para esta edición en específico, debajo de ella y dentro del marco centra, se encuentra el título del libro, seguido por un logotipo que contiene un círculo rodeando un libro abierto, el cual, a manera de separador, contiene una espada con el mango hacia arriba, debajo del logotipo está la leyenda "Core rulebook I". Son notables un par de bisagras del lado izquierdo y esquineros del lado derecho, una cerradura con cadena y diversas gemas que se encuentran distribuidas a lo largo de la portada.

En esta edición, se realizó un diseño que busca referenciar a los almanaques o libros de magia presentes dentro del universo de *Dungeons and Dragons*; de esta forma, la pedrería que se encuentra incrustada toma mayor relevancia. Los rubís, por ejemplo, son asociados al poder curativo de la tierra, debido a la capacidad de regeneración que otorgan a los golems[20] de rubí, son empleados para crear tinta mágica con la cual escribir ciertos hechizos elementales y se relacionan con dioses como *Callarduran Smoothhands, Erevan Ilesere, Gorm Gulthyn, Haela Brightaxe y Labelas Enoreth.*

Las gemas azules podrían ser zafiros, los cuales son considerados sagrados por seguidores de dioses como *Aerdrie Faenya, Deep Duerra, Eldath y Gaerdal Ironhand*, siendo utilizados para rituales de sacrificio, consagrar objetos o ver presagios. Según el *Realmslore*[21], los zafiros tienen la capacidad de aumentar las habilidades mágicas y la fuerza del usuario, también han sido utilizados para forjar espadas y artefactos con capacidades psiónicas[22]. Así mismo, son capaces de generar efectos que provoquen miedo, desesperanza, furia o locura, efectos de los que puede ser protegido el portador de un artefacto mágico hecho a base de zafiro. Si es utilizado como componente de ciertos hechizos, el zafiro puede provocar un primer golpe contundente y de larga duración.

Analizando ahora las gemas amarillas, se puede tratar de topacios, gemas relacionadas con dioses como *Deneir, Horus-Re, y Gaerdal Ironhand.*

Comúnmente es utilizado para crear objetos que otorguen protección mágica: de igual manera, se menciona que el topacio contiene energía curativa por defecto, así que puede ser utilizada para lanzar hechizos de curación o como ingrediente para pociones con el mismo propósito.

Las gemas verdes hacen referencia a las esmeraldas, éstas tienen propiedades curativas que las asocian con la salud, la fertilidad y el crecimiento. Ha sido empleada para crear tinta mágica e imbuir objetos mágicos con sus propiedades. También son utilizadas para detectar la traición, el odio y el engaño, la señal de cualquiera de estos comportamientos provocaría que la esmeralda se quiebre. Es por esto que los reyes suelen llevar anillos con esta gema sobre todo a reuniones importantes, cierres de negocios, etc. La magia antigua vincula las esmeraldas con las puertas, una posible explicación de cómo los *golems* de esmeralda son capaces de teletransportarse.

Por último, las gemas moradas serían amatistas, las cuales son muy preciadas en el pueblo *drow*[23] que adora a *Ghaunadaur*. Fue utilizada para forjar las piedras de *loun*, una amalgama de múltiples gemas que permitían a usuarios mágicos mejorar el rango de sus hechizos. También es utilizada para hechizos que involucran la comunicación; es decir, aquellos que permiten transmitir mensajes de forma mágica. Se forjan armaduras que generan resistencia a ataques *psiónicos* y ciertas leyendas cuentan que la amatista puede prevenir intoxicaciones o neutralizar venenos.

Con cada una de estas gemas, es notorio que el libro puede estar protegido contra múltiples hechizos o daño en sí, lo que refuerza aún más el concepto de almanaque, ya que este tipo de libros son uno de los objetos más preciados para magos y académicos dentro del universo de *Dungeons and Dragons.*

Tras el éxito que fue Dragonlance y las novelas, la habilidad de innovación de TSR fue en declive, debido a lanzamientos fallidos como lo fueron en su momento la salida de *Dragon Dice*[24] o *Spellfire*[25], los cuales fueron fracasos reflehados en las bajas ventas. De la misma forma, la empresa comenzó a tomar represalias contra el *fanfiction* que involucrara directamente el universo de D&D. De la misma manera, TSR ya no era la empresa especializada en rpgs (juegos de rol) con mayor calidad, debido a que comenzaron a surgir White Wolf Publishing, West End Games, Palladium Books y SAGA System.

Empresas ya existentes como Chaosium comenzaron a tomar fuerza dentro del mercado, estas pérdidas para TSR llevaron a acumular deudas de $30 millones de dólares en 1996. La empresa Wizards of the Coast vio la oportunidad de comprar a TSR y así convertirse en el “padre del RGP” en 1997. Para 1999 Hasbro terminaría comprando Wizards of the Coast y con ello también a TSR, convirtiéndose así en una parte esencial de esta gran

empresa. Para el año 2000, los derechos y la propiedad intelectual ya pertenecían en su totalidad a Hasbro por lo que comenzaron con un cambio de imagen para la marca y una mayor distribución del juego. Es probable que debido a este cambio de administración se buscara una imagen única que nunca se hubiera empleado en la historia de D&D, razón por la cual se optó por una ilustración inmersiva, que diera la sensación de tener un manual de magia o un almanaque.

Figura 16

Portada Manual del jugador Dungeons and Dragons 3.5 edition (2003)

Fuente: 3.5 Core Rulebooks, Dungeons and Dragons, https://www.tsrarchive.com/3e/3e2-core35.html

Al igual que la edición anterior, se presenta una ilustración que forma la portada completa con todos los elementos incorporados en ésta. En la parte superior está el logotipo de la marca dentro de una placa de oro, debajo el título del libro y como elemento central, se encuentra el logo que incorpora el círculo, el libro y la espada. Esta vez, el círculo cuenta con un interior plateado que resalta la espada y el libro; debajo de éste, otra placa de oro con la leyenda "Core Rulebook v.3.5". Se mantiene el uso de bisagras pero se cambian las esquineras por un borde con acabados dorados, las gemas presentes se reducen a aquéllas de color ámbar y rojo.

A diferencia de la edición anterior, aquí únicamente se presentan dos variedades de gemas, las cuales pueden ser rubíes y ámbar, éste último debido a la diferencia de brillo y reflexión de luz que posee. Dentro de la historia de Dungeons and Dragons, el ámbar puede ser utilizado como componente mágico en hechizos que involucren cargas eléctricas (por su fuerte conductividad) así como tinta mágica que otorgue poder a los escritos que se relacionen directamente con estos hechizos; también se encuentra relacionado con la buena fortuna, específicamente cuando se trata de evadir enfermedades y plagas.

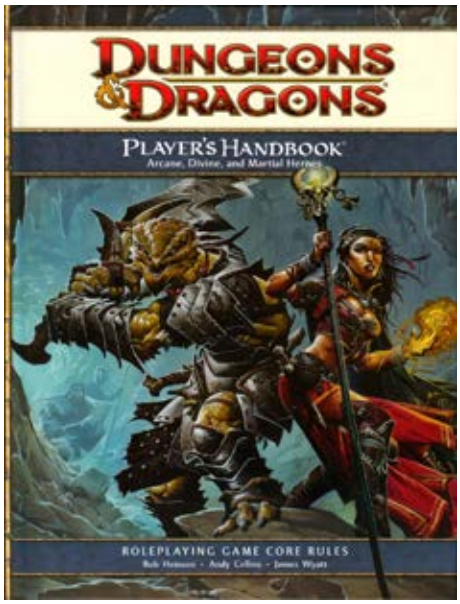
Con esta información, se deduce que el libro puede pertenecer a un mago, específicamente a uno que pertenezca a la escuela de la evocación o transmutación . Los remaches y múltiples protectores en las esquinas reafirman esta creencia, pues los hechiceros son conocidos por cargar consigo su almanaque durante enfrentamientos o batallas, así que se necesita un material resistente que no se desgaste tan rápido.

Para este punto, *Dungeons and Dragons* ya se había consolidado como una de las mayores marcas en cuanto a juegos de rol de mesa se refiere, esto hizo que el presupuesto para sus productos fuera mucho mayor. Si bien todas las ediciones habían sido en pasta dura, esta edición tiene acabados mejor logrados, implementado zonas satinadas y otras con barniz que ayudaron a dar un toque mucho más realista al concepto. Una vez consolidando a la marca como una nueva cara del mismo juego, Hasbro y Wizards of the Coast sólo tenían la meta de seguir creciendo y experimentando con esta línea. De esta forma, *Hasbro* lanzó la OGL (*Open Game License*), un conjunto de términos y condiciones que permitieron a los fanáticos publicar y compartir material creado por ellos que fuera compatible con el juego base.

Éste fue un gran acierto para la marca pues permitió que la popularidad del juego fuera en aumento. Debido a esta constante retroalimentación y recolección de opiniones a través de los productos hechos por fans, la empresa fue capaz de notar ciertos errores o elementos que no gustaban del todo a los jugadores, así que lanzó la versión 3.5, que si bien no cambiaba por completo la versión anterior sí traía consigo mejoras en mecánicas y reglas. Esta decisión pudo influir en mantener una misma línea de diseño que fuera fácilmente reconocible como parte de esta línea narrativa y conceptual.

Figura 17

Portada Manual de jugador (Tomo 1) Dungeons and Dragons 4th edition (cuarta edición) (2008)



Fuente: Core Rulebooks, Dungeons and Dragons, https://www.tsrarchive.com/4e/4e-core.html

En esta edición, se regresa a la implementación de ilustraciones como parte de la portada y no como un todo. En la parte superior aparece una nueva reedición del logotipo de la marca en un fondo blanco seguido por un divisor que contiene la leyenda *Player´s Handbook Arcane, Divine and Martial Heroes* (Manual del jugador, héroes arcanos, divinos y marciales). Bajo esa leyenda, hay dos personajes principales, uno con una espada larga y otro con un báculo dentro de una cueva en posición de alerta; detrás de ellos, otras dos siluetas que apenas se van adentrando a este lugar. La composición de esta imagen se basa en el desequilibrio y el uso de diagonales para aportar dinamismo a la misma. Debajo de los personajes, una segunda leyenda dentro de un rectángulo azul menciona lo siguiente: "Roleplaying game core rules" seguido de los nombres de los autores.

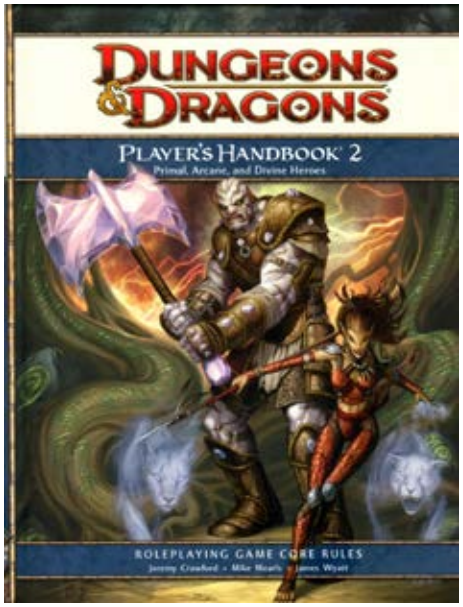
Como el subtítulo lo sugiere, estos dos personajes pertenecen a las clases arcanas y marciales; quiere decir que el personaje masculino pertenece a la clase "guerrero", conocidos por su habilidad con armas pesadas y armaduras militares. Por la situación en que se presenta, podría ser un luchador del foso, subclase que se especializa en las peleas dentro de mazmorras y fosos de pelea, lo que le otorga un estilo de combate más agresivo y menos "elegante". El personaje lleva consigo una armadura completa creada a base de cuero y metal y blande una variación de las llamadas "espadas bastardas", un arma exótica que mide 1.20m, por lo que requiere un entrenamiento específico, el cual puede obtenerse mediante la subclase ya mencionada. Éste guerrero en específico pertenece a la raza de los draconidos, seres descendientes de dragones que cuentan con piel escamosa, pero carecen de cola, tienden a ser relacionados con mercenarios, soldados y aventureros.

Por parte del personaje femenino, no cuenta con algún rasgo racial que pueda identificarla como una elfa o eladrin, por lo que se tomará como humana. En su caso, determinar la clase puede resultar un poco más complicado, porque varias de ellas emplean báculos como focos arcanos; en el caso de que fuera una bruja, se estaría hablando de aquélla que ha realizado un pacto infernal, debido al color de la vestimenta (rojos, naranjas, ocres) y los símbolos que aparecen alrededor de la mano que conjura fuego, ya que podrían pertenecer al idioma infernal o abisal. Ahora bien, si se tratara de una maga, se estaría hablando de aquélla que emplea un bastón de defensa, sin embargo, el mago siempre debe llevar consigo un grimorio, el objeto que contiene sus hechizos y, como se puede apreciar, el personaje no carga con nada que se le parezca, por lo que se mantiene como perteneciente a la clase del brujo.

Detrás de los dos personajes principales se encuentran dos siluetas, una perteneciente a un enano guerrero, es notorio gracias a su figura pequeña y ancha. Además, se observa que carga consigo una maza y un escudo, que pueden pertenecer tanto al guerrero como al paladín, pero debido a la falta de detalle en cuanto a su armadura y otros elementos dentro de su vestimenta no es posible determinar con exactitud a qué clase pertenece. El segundo personaje cuenta con una estatura promedio y se ve empleando un bastón, esta silueta es incluso menos detallada que la del enano, por lo que sólo se puede especular con el arma y la altura con la que cuenta; de esta manera se puede concluir que se trata de un humano clérigo o mago.

Figura 18

Portada Manual del Jugador (Tomo 2) Dungeons and Dragons 4th edition Dungeons and Dragons (cuarta edición) (2009)



Fuente: Core Rulebooks, Dungeons and Dragons, https://www.tsrarchive.com/4e/4e-core.html

La composición sigue manteniendo el desequilibrio dentro de la imagen, sin embargo, en esta ocasión se emplean dos líneas diagonales perpendiculares que guían a ambos personajes, siendo más notorias en la inclinación del hacha y del personaje con atuendo rojo; igualmente, se encuentran enmarcados por una figura ovalada formada por lo que parecieran ser raíces. Los textos son distribuidos de la misma forma que el libro anterior, los personajes pasan de ser dos en el foco principal a ser cuatro en total.

En esta ocasión, el libro presenta personajes "primales, arcanos y divinos"; el personaje masculino forma parte de la raza de los Goliat, un grupo de seres humanoides caracterizados por su gran estatura y su piel en tonalidades grises y blancas. Por el arma que lleva, es clasificado dentro de la clase de bárbaro, peleadores feroces que emplean armas a dos manos; en este caso, se observa un hacha a dos manos, probablemente de amatista, al igual que las incrustaciones con las que cuenta su armadura de cuero. Esto le otorga al Goliat una resistencia muy alta a ataques psíquicos.

Por su parte, el personaje femenino pertenece a la raza de los cambiantes, seres humanoides que manifiestan rasgos animales debido a sus antepasados licántropos. En el caso de este personaje se aprecia una nariz chata, ojos alargados casi felinos y orejas puntiagudas que difieren del diseño de las orejas de elfo, así mismo, su piel cuenta con una tonalidad marrón. Con respecto a la clase, se clasifica dentro de la clase chamán, ya que cuenta con dos guías espirituales que en este caso toman la forma de pantera, datos que la colocan dentro de la subclase de chamán pantera. Ella utiliza una lanza como arma principal y su armadura pareciera estar hecha de escamas, por lo que se clasifica como armadura ligera.

Figura 19

Portada Manual del Jugador (Tomo 3) Dungeons and Dragons (cuarta edición) (2010)

Fuente: Core Rulebooks, Dungeons and Dragons, https://www.tsrarchive.com/4e/4e-core.html

Con este tercer ejemplar, se puede afirmar que para esta edición el uso del desequilibrio y las diagonales forman una parte fundamental del diseño de portadas; sin embargo, en esta ocasión se emplean líneas diagonales paralelas, lo que da un mayor peso del lado derecho de la ilustración a pesar de que se pueden ubicar a los personajes en una gran parte de la ilustración en general. Las cajas de texto y su contenido se distribuyen de la misma manera que en los dos ejemplos anteriores.

El tercer manual del jugador presenta a los personajes "psiónicos, divinos y primales", teniendo en cuenta estas tres clasificaciones, se puede clasificar a los personajes principales de la siguiente manera: el primer personaje del lado izquierdo forma parte de los minotauros, una raza caracterizada por ser mitad humanoide mitad toro; cuenta con pezuñas en lugar de pies y cuenta con pelaje que cubre todo su cuerpo. El arma que carga puede clasificarse como una maza de dos manos que contiene runas talladas en ella. Estos datos permiten colocarlo dentro de la clase de sacerdote rúnico, personas especializadas en la talla y uso de runas como focos arcanos que permiten aplicar magia a los objetos en los que estos hayan sido puestos; su armadura es de una armadura completa de metal, lo que la convierte en una armadura militar.

El segundo personaje se trata de una mujer Githzerai, raza caracterizada por su piel en tonalidades verdosas, ojos finos, orejas puntiagudas y narices planas; son una raza dedicada al estudio de la magia y a la autorreflexión. La clase a la que pertenece es a la de los monjes, expertos en las artes marciales cuyas virtudes son la disciplina y concentración. Debido a que no posee ningún arma visible junto a su vestimenta y los vendajes en sus manos, se catalogará a este personaje dentro de esta clase.

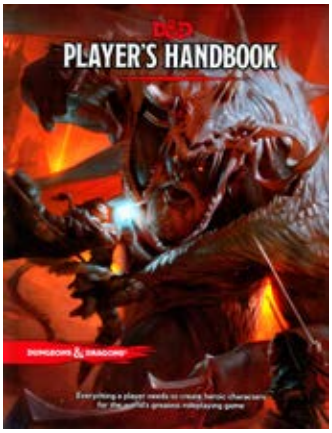
Como cada libro de esta edición fue lanzado con meses de diferencia, se realizará el análisis iconológico correspondiente en este apartado.

Para el año 2008, los videojuegos MMORPG[28] se habían convertido en todo un fenómeno mundial en el nuevo mundo del internet, siendo uno de los más conocidos e importantes el de *World of Warcraft*[29]. Esto llevó a *Wizards of the Coast* a buscar la manera de modernizar y atraer un nuevo público que se encontraba interesado en la fantasía y la exploración a su mercado. Dentro del propio manual se encuentran nuevas razas, clases, pero sobre todo historia de cada una de ellas relatadas de forma extensa. Esta cantidad de información es lo que llevó a dividir por categorías de mecánicas de clases y razas.

Los juegos de miniaturas como *Warhammer 40k*[30] estaban siendo uno de los más vendidos; por esta razón, *Wizards of the Coast* consideró implementar más mecánicas que implementaran miniaturas y mapas dentro del propio juego de *Calabozos y Dragones*. Tomando esto en cuenta, es posible inferir que se buscó un mayor nivel de detalle y especialmente al diseñar personajes y presentarlos como la cara del manual del jugador, pues el sistema de miniaturas permite al jugador personalizar sus propias figuras y dotar de características únicas a cada una de ellas.

Figura 20

Portada Manual del Jugador Dungeons and Dragons (quinta edición) (2014)



Fuente: Core Rulebooks, Dungeons and Dragons, https://www.tsrarchive.com/5e/5e-core.html

En esta edición la composición implementa el desequilibrio visual, al presentar dos personajes de tamaños completamente opuestos como foco principal. Así, se puede afirmar que se implementa una composición en L en la parte inferior derecha de la ilustración que combina dos elementos compositivos para formar una ilustración dinámica y con diferentes focos de atención. En la parte superior central, se encuentra el nuevo logotipo de la marca seguido por el título del libro "Player's Handook", justo debajo se encuentra un divisor rojo. Del lado inferior izquierdo, se encuentra una franja roja sobre la cual se lee el nombre de la marca. En la parte inferior central, se lee la leyenda "Everything a player needs to create heroic characters for the world's greatest roleplaying game" (Todo lo que un jugador necesita para crear personajes heroicos para el juego de rol más grande del mundo).

En esta portada hay cuatro personajes visibles: la criatura humanoide más grande es un gigante de fuego o ildjotunen, seres que fungen como artesanos y suelen vivir en zonas volcánicas o montañosas; miden alrededor de cinco metros y medio, tienen piel grisácea u oscura, su cabello tiende a las tonalidades rojizas y sus ojos suelen ser rojos. La descripción de este ser también señala que suelen utilizar armaduras de metal o de escamas de dragón. El gigante porta una armadura que aparenta ser el cadáver y la piel de un dragón y lleva consigo una espada que para el personaje puede considerarse una espada corta.

El personaje que se encuentra frente al gigante es de raza humana, ya que no presenta orejas puntiagudas o algún rasgo que la catalogue como perteneciente a otra. Respecto a la clase, se puede tratar de una hechicera o druida, esto se puede suponer debido al foco arcano que emplea (el bastón o báculo que lleva en su mano derecha); la ropa que lleva no revela algún tipo de armadura especial perteneciente a alguna de las dos clases mencionadas anteriormente. El orbe que surge de su mano puede tratarse de algún hechizo de hielo o de luz, pensando en la naturaleza del gigante, puede que la humana busque cegarlo o congelarlo.

La criatura que se observa detrás de la humana y el gigante es una bestia desplazadora, una criatura con apariencia felina y un par de tentáculos que crecen desde su espalda; suelen habitar zonas selváticas de follaje denso o en montañas con sistemas cavernosos profundos. Con estas especificaciones, se puede suponer que el combate se está llevando a cabo dentro de una cueva y la iluminación naranja puede provenir de los poderes del gigante.

El personaje que se encuentra en la esquina inferior derecha presenta rasgos que hacen referencia a linajes élficos, pudiendo ser o un alto elfo o un semi elfo. Por el uso del arco y la espada, puede tratarse de un explorador, clase experta en el uso de estas dos armas; los colores de su vestimenta pueden ligarlo a zonas boscosas.

Durante la década de 2010, los juegos de rol en general ya se encontraban en un punto relativamente alto de popularidad, sin embargo, la cuarta edición generó descontento por parte de jugadores veteranos, debido a los intentos de *Wizards of the Coast* por querer transportar mecánicas de juego utilizadas en MMORPGs. Esto llevó a la empresa a retomar el lado narrativo y de rol que habían dejado un poco de lado en dicha edición. Entre 2012 y 2013, la empresa creó una campaña de contenido colaborativo lla-

mada D&D Next, donde los jugadores proporcionaban su retroalimentación respecto a diversos cambios en las reglas. De igual manera, juegos como *Pathfinder*[31] comenzaban a cobrar bastante relevancia y se posicionaban como un verdadero competidor para la marca, sobre todo si se toma en cuenta que *Pathfinder* se encuentra basado en la edición 3.5 de *Dungeons and Dragons*. Éste puede ser uno de los factores principales por los que decidieron regresar a las portadas con una visión más fantástica y cinematográfica que retratara el mundo de fantasía que se podía explorar dentro de la nueva edición.

Figura 21
Portada Manual del Jugador Dungeons and Dragons (2024)

Fuente: Core Rulebooks, Dungeons and Dragons, https://www.tsrarchive.com/5e/5e-core.html

En esta edición, una ilustración que emplea una composición triangular o en pirámide, concentrando a los personajes principales en el centro de la imagen, mientras muestra elementos de la situación en el fondo o frente a los personajes. En la parte superior se encuentra la leyenda "The world's greates roleplaying game" (El mejor juego de rol del mundo) seguido por el nombre de la marca. En la parte inferior se lee el nombre del libro, *Player's Handbook*, para esta edición es poca la cantidad de texto comparada con la de otras ediciones, dándole un mayor peso a la ilustración en sí.

En esta edición, se retoma la idea de presentar personajes con historia de trasfondo en las portadas. Para ésta, se utilizan personajes pertenecientes a un grupo conocido como "La llamada del valor" (Valor's call en inglés), un grupo de aventureros que siempre buscan ayudar a quien lo necesite. El grupo fue formado por Strongheart, el humano paladín, "un temerario justiciero que arriesga su vida para asegurar que el bien triunfe sobre el mal, es pensativo, amable y rara vez impulsivo, sin embargo, esto no hará que dude a la hora de castigar a aquellos que le escupan en la cara a la ley y el orden" (Dragons, D. &. (2021) 228). Porta una armadura pesada plateada y aunque no es devoto a ningún dios, sigue su propio ideal: el mundo puede ser perdonado de la maldad por aquellos que están dispuestos a oponerse a ella.

El segundo personaje es Molliver, *le pícare humane*, es une ladrone que da la mayor parte de sus hurtos a los indigentes, quedándose con lo mínimo y siempre está dispueste a arriesgarse para ver a la justicia triunfar sobre la tiranía; sus armas incluyen las dagas, una espada corta y lleva una armadura de cuero. Del lado izquierdo, se encuentra Mercion, una clériga humana del dominio de la luz. Ella es un caso muy particular, pues, más que venerar a una deidad, ella sigue un ideal como regla de vida: La verdad le da vida a la maestría y belleza, aquéllos que abrazan el engaño deben ser castigados. Lleva consigo una armadura de plata y sus armas incluyen un bastón y un escudo.

Del lado derecho se ubica Elkhorn, un enano que ha sido el compañero más longevo de Strongheart. En su caso no cuenta con una especialización con alguna clase; sin embargo, es capaz de pelear con una espada larga, un escudo y dagas, utiliza una armadura de cadena. Por último, en la parte central se encuentra Yolande, una elfa hechicera que reina sobre las tierras de Celene, ubicadas en Greyhawk. Este último personaje puede ser crucial para comprender la escena en su totalidad.

Las criaturas que se encuentran al fondo de la ilustración o rodeando a los personajes son variedades distintas de dragones. Por un lado tenemos al dragón de oro que se encuentra al fondo; este tipo de dragón es considerado uno de los primeros seres draconidos, son agraciados y sabios, están en contra de la injusticia y el engaño. Suelen vivir en lugares hechos a base de piedra como cuevas y castillos, además, se refugian con otras criaturas que le son leales y, por lo tanto fungen como guardianes.

Las dos criaturas del lado derecho parecieran ser kobolds, una especie humanoide que tiene un aspecto de reptil similar a un dragón, pero de mucho menor tamaño, se especializan en cavar túneles y suelen habitar calabozos o castillos abandonados. Estas criaturas pueden fungir como guardianes de la guarida del dragón de oro.

El dragón que se encuentra frente al grupo de aventureros puede ser un dragón rojo; se caracteriza por custodiar grandes tesoros y ser muy avariciosos, valoran los bienes materiales más que cualquier otra cosa. Suelen ser solitarios pero aceptan la compañía de otros de su especie cuando tienen una meta en común.

Esta edición se lanzó en conjunto con la celebración del cincuenta aniversario de la marca. Esta nueva etapa busca hacer un homenaje a la primera versión del juego, sombrando así a esta versión únicamente como *Dungeons and Dragons.* Esta edición busca ser una mejora a la ya existente quinta edición, de la mano de la retroalimentación dada por los jugadores mediante redes sociales y foros especializados.

Durante el 2016, el juego comenzó a recobrar popularidad gracias a series como *Stranger Things* y durante la pandemia del 2020, este interés no hizo más que aumentar. Debido a esto, Wizards of the Coast tomó la oportunidad y comenzó a trabajar en múltiples estrategias de marketing, como ofrecer plataformas virtuales donde jugar las últimas ediciones. En esta expansión, nuevos jugadores llegaron a la mesa y con ello, la necesidad de aportar un espacio inclusivo y seguro, razón por la cual es probable que dentro de la portada se incluya a un personaje no binarie (junto a varias ilustraciones que apoyan a la comunidad LGBT+ o personas con discapacidad que se encuentran dentro del libro).

Discusión

A lo largo de este documento, se presentaron todas las portadas pertenecientes a las ediciones del manual del jugador. La hipótesis de esta investigación era conocer si existen elementos en común entre los diseños de portada que la empresa *TSR* y ahora *Hasbro* han desarrollado para el juego.

Durante las primeras cuatro ediciones, se puede notar una clara inclinación por la alta fantasía clásica. Inclusive se puede sustentar dicha tendencia bajo la idea de que los juegos aún se encontraban en manos de

los creadores originales, lo que los dotaba de esta línea de diseño que se venía manejando en juegos de guerra y la literatura de fantasía, aun cuando la controversia social como el pánico satánico generó un cambio en los conceptos que el propio juego manejaba. Sin embargo, la situación cambia radicalmente en el momento en que entra *Hasbro y Wizards of the Coast* y toma contra control del juego como tal.

Se puede apreciar un claro deseo de separarse, al menos visualmente, de lo que TSR había formado como marca, se buscaba una imagen moderna y actualizada de lo que sería el juego de ahora en adelante. Tanto la tercera edición como la 3.5 presentan una imagen que busca otorgar cierto realismo a los libros, generando una inmersión y conexión con el jugador, haciéndolo parte de este vasto universo y permitiéndole extender la fantasía más allá de la mesa de juego o del grupo de jugadores, llevándose una parte de este mundo consigo a su librero.

Sin embargo, este enfoque no duró demasiado, ya que la cuarta edición se enfoca completamente en la otra parte del juego, aquélla que regresa a los inicios del concepto, un juego más táctico que se especializa en la creación y detalle de los personajes, pero no como una historia donde la creación del jugador se vuelve el protagonista, sino que éste se vuelve un objeto que permite un nivel de personalización bastante alto, tanto así que era posible comprar su miniatura y decorarla como el jugador deseara, con todas las opciones que cada uno de los libros de esta serie permitía.

La empresa apostó bastante por esta versión de juego: aunque, al darse cuenta de que no se tomó en cuenta a cierto sector importante de los compradores, decidieron regresar a la fórmula que ya conocían, las ilustraciones que evocaban a esta fantasía inmersiva, pero no como lo hicieron en la tercera edición, si no que retomaron lo que TSR había implementado en sus libros. Se puede notar que la fórmula funcionó, ya que en la nueva edición de este 2024 decidieron continuar con esta línea de ilustraciones para su cincuenta aniversario.

Conclusión

Como se comentó anteriormente, no existe uno o varios elementos visuales que se repitan de forma consistente dentro del diseño de portadas de esta colección de libros; sin embargo, es verdad que todos siguen la línea de la alta fantasía, un concepto que, si bien podría parecer lógico, fue

resuelto de formas innovadoras y creativas por los diseñadores y artistas involucrados en estos proyectos. Inclusive se podría dividir en distintas fases tomando en cuenta las corrientes y tendencias de diseño que estos trabajos presentan, ya que siguen un ritmo cronológico y permiten conocer la evolución del concepto del propio juego meramente con su apartado visual.

Otro de los elementos conceptuales que se colocan dentro de estos proyectos es la figura del héroe y el heroísmo como concepto general. Aquellas ediciones que presentan una ilustración con personajes, escenarios y ambientación en específico recalcan la idea de grandes aventuras que pueden girar en torno o buscar un bien mayor, como derrotar algún ser o criatura que perturba el orden, descubrir algún plan secreto o enfrentarse a las propias fuerzas del mal.

Por otra parte, también se busca representar las posibilidades del jugador para la creación del personaje, esto se nota con mayor claridad dentro de las portadas que conforman la primera, la cuarta y la edición 2024, donde, en el caso de la primera, se presentan la mayoría de las clases que conforman las reglas básicas combinándolas con diversas razas que, de igual manera, se encuentran disponibles dentro del manual.

En la cuarta edición, se muestran las razas y clases más representativas de cada una de las divisiones que se crearon para cada una de las partes del manual. En la edición 2024, se presenta a un grupo de aventureros ya conocido el cual se encuentra integrado por clases variadas, agregando también un nuevo miembro al equipo que representa de forma objetiva lo que, en este caso, un hechicero puede hacer dentro de la batalla.

La investigación aquí presentada permitió llegar a un análisis basado en la iconografía e iconología con un enfoque hermenéutico, permitió señalar elementos que pertenecen al propio diseño de portada y les dieron mayor profundidad a fundamentos de diseño, conceptos ligados a la historia propia del juego e incluso permitieron dar un vistazo a situaciones económicas, culturales y sociales que llevaron a la creación de estas ediciones.

Este trabajo de investigación no debe tomarse como una respuesta definitiva a las interrogantes que engloben los diseños de ilustración que emplea la marca de *Dungeons and Dragons*, si no que puede utilizarse como un punto de partida, mediante el cual se analice el trabajo de artistas, ilustradores o incluso editores que estén inmersos en el trabajo visual que

lleva a cabo la marca. Se espera que este artículo pueda ser de ayuda para diseñadores y entusiastas del universo del *Dungeons and Dragons*, como un punto de partida hacia nuevos objetivos investigativos o inclusive como un incentivo a buscar más allá de un diseño de portada que parezca atractivo o "bonito".

Notas:

1) Juego de estrategia militar ambientado en el medievo
2) Compañía editorial estadounidense
3)Editorial multiplataforma perteneciente a IGN Enterteinment
4) Escritor de fantasía y ciencia ficción
5) Editorial estadounidense
6) Categoría o profesión que determina las habilidades de un personaje dentro del universo de Calabozos y Dragones
7) Destacado historiador del arte alemán conocido por su enfoque en la iconología. Su obra más importante es Studies in Iconology (1939).
8) Estilo ilustrativo empleado en relatos de fantasía con temática épica y sobrenatural, comúnmente emplea la monocromía y se asemeja al estilo cómic americano.
9) Destacada convención de juegos que se lleva a cabo anualmente en Norteamérica,
10) Criatura fantástica perteneciente al universo de Calabozos y Dragones, estatua gigante animada cuyo propósito es custodiar un sitio sagrado de alguna deidad o demonio
11) Criatura fantástica perteneciente al universo de Calabozos y Dragones, poderoso demonio.
12) Personaje antagónico de Calabozos y Dragones, archidemonio que servía a Belcebú.
13) Criatura fantástica de Calabozos y Dragones, monstruo reptil con la capacidad de petrificar a sus víctimas.
14) Ilustrador y escritor estadounidense, siendo creador de múltiples portadas para Calabozos y Dragones y autor del comic Wormy
15) Criatura del universo de Calabozos y Dragones, monstruos alados, normalmente fungen de familiares de hechiceros y magos.

16) Personaje del universo de Calabozos y Dragones, hechicero que usa sus poderes para ayudar a los indefensos, débiles y proteger a los inocentes. Su magia se centra en la ley y el orden.
17) Personaje del universo de Calabozos y Dragones, hechicero impredecible que puede ser encontrado en cualquier plano de la existencia
18) En 1979 Egbert desaparece en los túneles de la Universidad Estatal de Michigan y es encontrado un mes después, en 1980, Egbert se suicida y este caso es relaciona con el juego debido a que el joven era jugador activo de este al momento de su desaparición.
19) Organización estadounidense fundada por Patricia Pulling, buscaba difundir el supuesto peligro que representaba el juego de mesa para los jóvenes.
20) Criatura mágica perteneciente a Dungeons and Dragons, ente comúnmente de piedra o gemas sin razonamiento que sigue las ordenes de su creador
21) Artículos publicados por Wizards of the Coast en su página web oficial donde se explica con mayor detalle ciertos datos pertenecientes al mundo de Forgotten Realms
22) Habilidad mental existente en Dungeons and Dragons, poder con capacidad de afectar la mente de otros seres vivos
23) Raza perteneciente al mundo de Dungeons and Dragons. Subraza de elfos que viven recluidos en un mundo subterráneo conocido como Underdark
24) Juego de dados coleccionables creado por TSR, Inc. y producido por SRF, Inc. (1990)
25) Juego de cartas coleccionable creado por TSR, Inc. y basado en su popular juego de rol Dungeons & Dragons (1994).
26) Subclase de Dungeons and Dragons. Hechiceros especializados en manipular la energía de los objetos o crear objetos con energía del entorno.
27) Subclase de Dungeons and Dragons. Hechiceros especializados en transformar objetos o cambiar sus propiedades químicas.
28) Género de videojuegos conocido como videojuegos de rol multijugador masivo en línea (massive multiplayer online roleplaying game en inglés)
29) Videojuego de rol multijugador masivo en línea creado por Blizzard Enterteinment.

30) Juego de guerra ambientado en un futuro distópico creado por Rick Priestley y Andy Chambers
31) Juego de rol de mesa de fantasía lanzado en 2009, creado por Paizo Publishing

Referencias

@BugbearBrothers. (2021, 13 noviembre). Jeff Easley's artwork that would go on to grace the cover of the Advanced Dungeons and Dragons Players Handbook. There is some discussion about the wizard on the cover; he looks an awful lot like Ringlerun from the D&D toys, but the 1991 D&D Trading Card Set calls him Aldarr. https://x.com/BugbearBrothers/status/1470527727388094466

baseballcardstoreca. (2022, 1 abril). #18 - Aldarr. Trading Card Database. Recuperado 14 de octubre de 2024, de https://www.tcdb.com/ViewCard.cfm/sid/161257/cid/10352160/1991-TSR-Advanced-Dungeons-&-Dragons-18-Aldarr

Cook, M., Tweet, J., & Williams, S. (s. f.). Dungeons & Dragons Player's Handbook: Core Rulebook I V.3.5. https://archive.org/details/players-handbook-v-3.5/page/57/mode/2up?view=theater

Gómez, C. (2017, 21 mayo). D&D Next ¿Y esto de que va? - 2D10 JUEGOS.2D10 JUEGOS. http://www.2d10juegos.com/dd-next-y-esto-de-que-va/

Horvath, S. (2020, enero). Player's Handbook (2014). Recuperado 6 de noviembre de 2024, de https://www.vintagerpg.com/2020/01/players-handbook-2014/

Luis. (s. f.). La compra de TSR Inc por parte de WoTC en 1997 y el panorama oculto de la empresa. https://descansodelescriba.blogspot.com/2018/06/la-compra-de-tsr-inc-por-parte-de-wotc.html

Martín-Sanromán, J. R., Suárez-Carballo, F., & Galindo-Rubio, F. (2022). Identidad Visual Editorial Dinámica y diseño de portadas: el caso de La Luna de Metrópoli (2018-2020). Revista de Comunicación, 21(2). https://revistadecomunicacion.com/article/view/2928/2493

Mastrangeli, T. (2015, 27 enero). Dungeons & Dragons Fifth Edition Player's Handbook Review - Board Game Quest. Board Game Quest. https://www.boardgamequest.com/dungeons-dragons-fifth-edition-players-handbook-review/

Meehan, A. (2024, 15 mayo). Books for D&D's newest edition pay homage to classic heroes of the RPG's past. Dicebreaker. https://www.dicebreaker.com/series/dungeons-and-dragons/news/dnd-books-classic-heroes

Muralha, F. (2024, 1 octubre). Panofsky - 3 fases del método iconológico -Citaliarestauro. Citaliarestauro. https://es.citaliarestauro.com/panofsky-las-3-fases-del-metodo/

Juzgar un libro por su portada: la importancia del diseño para el lector. [Vídeo]. RTVE. Recuperado 15 de septiembre de 2024, de https://www.rtve.es/play/videos/telediario-fin-de-semana/libro-portada-importancia-diseno/6974895/

Rouco, F. (2020, 28 abril). La (casi) desconocida y apasionante historia de quién creó realmente «Dungeons and Dragons». Xataka. https://www.xataka.com/literatura-comics-y-juegos/casi-desconocida-apasionante-historia-quien-creo-realmente-dungeons-and-dragons

Quietus87. (2018). If you open your PHB and check the credits you will see a short summary of what's on the cover. [Comentario sobre "What's the monster on the cover of the 5e PHB?"]. https://www.reddit.com/r/DnD/comments/b3qxnx/whats_the_monster_on_the_cover_of_the_5e_phb/

Russell, M. (2024, 16 agosto). D&D 2024 Player's Handbook review - the future looks bright. Wargamer. https://www.wargamer.com/dnd/2024-players-handbook-review

Ruth, M. M. H. (2019). Estudio de casos: Método iconológico de Panofsky según la apreciación artística de los estudiantes del curso de Arte y cultura de una universidad privada de Lima 2019. https://repositorio.urp.edu.pe/handle/20.500.14138/2653

Shelkey, D. G., & Roxon, C. (2023, 24 marzo). Dungeons and Dragons The Campaign for the Open Gaming License. Morgan Lewis. https://www-morganlewis-com.translate.goog/blogs/sourcingatmorganlewis/2023/03/dungeons-and-dragons-the-campaign-for-the-open-gaming-license?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=es&_x_tr_hl=es&_x_tr_pto=sge#:~:text=Since%202000%2C%20the%20publisher%20of,license%20(OGL%201.0a)

Wiki, C. T. F. R. (s. f.). Archdevil. Forgotten Realms Wiki. https://forgottenrealms.fandom.com/wiki/Archdevil

Wiki, C. T. F. R. (s. f.). Malbolge. Forgotten Realms Wiki. https://forgottenrealms.fandom.com/wiki/Malbolge

Wiki, C. T. F. R. (s. f.). Moloch. Forgotten Realms Wiki. https://forgottenrealms.fandom.com/wiki/Moloch

Wizards of the Coast. (2008). Dungeons & Dragons Player's Handbook: Arcane, Divine, and Martial Heroes (Roleplaying Game Core Rules) (1. a ed., Vols.1–3).

Wizards of the Coast. (2009). Dungeons & Dragons: Player's Handbook 2-Roleplaying Game Core Rules (1. a ed., Vols. 2–3).

Wizards of the Coast. (2010). Player's Handbook 3: A 4th Edition D&D Core rulebook (1. a ed., Vols. 3–3).

Atribución-No Comercial-Sin Derivadas
Permite a otros solo descargar la obra y compartirla con otros siempre y cuando se otorgue el crédito del autor correspondiente y de la publicación; no se permite cambiarlo de forma alguna ni usarlo comercialmente.

José Eduardo Hernández García
Título de la Serie: “México *Express*”
Año: 2024

La proyección tridimensional como elemento central en el proceso proyectual de la resolución de problemas de diseño tridimensional: Caso de *stand* UNAM para la FIL Guadalajara 2024

Three-dimensional projection as a central element in the design process for solving three-dimensional design problems: Case study of the UNAM stand for the Guadalajara International Book Fair 2024

Catherin Nataly Arias Chavez*

Resumen

Este artículo se centra en el análisis del proceso proyectual de diseño enfocado en la creación de un *stand*, el cual ha sido documentado dentro de una bitácora y cuya problemática es resuelta mediante la proyección tridimensional sobre lo bidimensional, la cual refleja la visualización final de dicho *stand*. Desde un enfoque cualitativo, se analizan los puntos de conocimiento necesarios para poder proceder al bocetaje de ideas que serán aprobadas y dar paso a la creación de una proyección tridimensional en lo bidimensional que permita la visualización de la propuesta final creada por el diseñador. Los resultados muestran los beneficios de conocer y aprender lo que se necesita para crear tal proyección.

Palabras clave: Stand, proyección tridimensional, boceto, diseño tridimensional, diseño y comunicación visual, proceso proyectual de un stand.

*Egresada de la Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual, Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán, Universidad Nacional Autónoma de México. Mail: ***catherinariaschavez@gmail.com***

Fecha de recepción: enero, 2025
Fecha de aceptación: marzo, 2025
Versión final: marzo, 2025
Fecha de publicación: abril, 2025

Abstract

This article focuses on the analysis of the design process focused on the creation of a stand. This process was documented in a logbook and resolved through a three-dimensional projection onto a two-dimensional image, reflecting the final visualization of the stand. From a qualitative perspective, the necessary knowledge points are analyzed to proceed with the sketching of ideas for approval and then the creation of a three-dimensional projection onto a two-dimensional image that allows for the visualization of the final proposal created by the designer. The results demonstrate the benefits of understanding and learning what is needed to create such a projection.

Keywords: *Stand, three-dimensional projection, sketch, three-dimensional design, design and visual communication, design process of a stand.*

Introducción

Los diseñadores y comunicadores visuales trabajan las dimensiones bidimensional o tridimensional. Interactúan con una gran diversidad de áreas que precisan de sus servicios, a la vez que los mismos diseñadores disponen del conocimiento de otras áreas para poder dar resolución a sus problemáticas. De una u otra forma se nutren de una gran diversidad de información a lo largo de su formación y trabajo.

Durante el proceso proyectual de un *stand*, el diseñador se debe involucrar en toda información que sea relevante para el desarrollo antes de llegar a la fase de traducir sus ideas iniciales en posibles soluciones a la problemática, mismas que se visualizarán por medio de bocetos y proyecciones. Es aquí que el diseñador se sirve de su conocimiento en diversas áreas, de las metodologías del diseño que prefiera, así como del dibujo y la geometría que le han sido enseñadas o que ha aprendido por propia cuenta.

A decir verdad, es hasta que el diseñador se enfrenta por primera vez a un proyecto de este tipo que piensa en todo lo que conlleva y lo que necesita para representar sus ideas de manera que otros puedan comprenderlas. Independientemente de que esto lo realice a través de un medio

tradicional o digital, debe considerar en todo momento que es aquí donde se muestra toda la información de la que tiene conocimiento y el cómo la va a aplicar para resolver ese problema de diseño.

Luego de la experiencia de la autora al analizar el proceso proyectual de un *stand*, cuyo exponente sería la UNAM, para la materia de Diseño VIII (Diseño y Comunicación Visual), en la Feria Internacional del Libro de Guadalajara 2024, se plasman en este texto algunas cuestiones. A saber, la importancia de conocer los elementos que deben ser analizados e investigados antes de pasar al bocetaje y las formas en que se pueden realizar dichos bocetos y proyecciones para que dejen clara la visión del diseñador sobre la solución a la problemática de diseño; en esta ocasión, denominada *stand.*

Los métodos de diseño son útiles en el proceso de la resolución de problemas de diseño en general, y sin importar cuál sea el método predilecto por el diseñador, muchos coinciden en que debe existir un momento de investigación para nutrir el conocimiento que ya se posee sobre un tema en particular o sobre el proyecto en el cual se va a trabajar. Pero, si no se representan de forma adecuada las ideas que se quieren plantear, habrá retrasos o inclusive pérdidas monetarias cuando la resolución del proyecto dé el salto a la realidad.

Debido a la naturaleza de este tipo de proyectos, hacer una proyección tridimensional en lo bidimensional cobra una gran relevancia. Es necesario considerar no sólo la gran variedad de personas que estarán interactuando con éste, sino también las indicaciones del cliente o marca que estará aprobando las ideas hasta su creación.

A partir de este objetivo nace este artículo, donde se dará a conocer de forma concreta, breve y organizada la información que se debe poseer antes de comenzar a representar la propuesta, así como el procedimiento de bocetar y proyectar ideas de forma tridimensional en lo bidimensional a fin de presentar la solución, lo que para este tipo de proyectos puede ser beneficioso en varios aspectos. Esto tiene el objetivo de hacer que el proceso proyectual de un stand sea más organizado para el diseñador sin limitar su creatividad y teniendo un mejor manejo de sus propios tiempos de trabajo.

Marco teórico
Proceso de investigación para un *stand*

Generalmente, todo diseño tiene un propósito concreto que se centra en resolver un problema que requiere comunicar un mensaje a un público determinado. Los diseñadores participan en muchos asuntos, procesos, productos, etc., que se observan en el día a día de una forma u otra en la vida cotidiana de la humanidad. Una de estas formas son los *stands* solicitados por marcas de diversas áreas, de manera que, para comenzar a entender el proceso proyectual sobre este tipo de trabajos, es importante tener en cuenta qué es un *stand* y el propósito con el que generalmente son solicitados, lo mismo que la problemática que se enfocan en resolver.

Cueto Espinoza (1995) menciona en su tesis *Guía para diseño y montaje de stands* que un *stand*, más concretamente uno de exhibición, "es un espacio con elementos necesarios para mostrar de la mejor manera un producto, un servicio o un tema cualquiera" (p.9). Por otro lado, Negrete Argáis en su tesis *Stands, características y clasificación* menciona que "el stand es un elemento comercial completo con mostrador que permite realizar demostraciones... es la carta de presentación de la empresa cuando ésta decide tener presencia en el exterior" (p.8).

Se puede decir, de una forma más amplia, que los *stands* son aquellas unidades tridimensionales de una diversidad de productos de diseño creadas en un espacio que tiene como propósito dar a conocer el producto, servicio o tema que va a ofrecer una marca o expositor a un público determinado a través no sólo de la exhibición, sino también de la interacción con éstos. En donde la interacción con el público involucra principalmente al sentido de la vista, pero en el que también se pueden involucrar otros sentidos del cuerpo humano como el oído, el olfato, el gusto o el tacto, según las características particulares de la marca, de lo que se decida exponer y la forma en que se decida dar solución.

Tomando como base el ya mencionado análisis del proceso proyectual del Caso de *stand* para la Feria Internacional del Libro de Guadalajara 2024, cuyo exponente sería la UNAM, realizado por Arias Catherin, se puede observar que para poder iniciar el proceso proyectual de un *stand*, que será el objeto de estudio, es importante investigar toda aquella información que resultará relevante contextualmente y beneficiará su desarrollo antes de pasar a cualquier otro punto.

Dicha información puede ser dividida en dos formas: Información básica, la cual puede ser obtenida desde antes de empezar un *stand*. Esta primera información girará en torno a entender los tipos de *stands* que existen y sus sistemas constructivos, los cuales cobrarán relevancia debido al lugar en que el que se va a disponer del stand; el medio en el que se transportará dado el caso, el personal que va a estar a cargo de su instalación, entre otras cuestiones que más adelante serán mencionadas una vez que ya se tenga conocimiento de quién será el cliente o marca que lo solicita.

Además de eso, es importante informarse sobre otros asuntos que serán de utilidad para reducir los tiempos de investigación. En este sentido, se involucran cosas como los tipos de materiales, de los cuales se puede hacer uso tanto para paredes, pisos o techos, el uso de texturas, el color, la luz, el sonido o aromas; todo aquello que beneficia a la ambientación del *stand* mediante su uso.

Los materiales deben ser tomados en cuenta con base en las diversas características que el stand posea, ya que, como se menciona en el libro *Materiales en la edificación*, de Solano Naoki (2022), "se trata también acerca de cómo se usa el material y por cuánto tiempo" (p.55). Por esa razón, es importante relacionarse y conocer de otras áreas para tener conciencia de sus aportaciones y favorecer los proyectos de este estilo. Los *stands* son espacios creados de acuerdo con una serie de características particulares, en donde diversos elementos tridimensionales crean una unidad con la cual se va a relacionar un público amplio, su extensión está conformada por una diversidad de características físicas independientes a la segmentación del público.

Es aquí donde se hará presente un área importante como la antropometría, "la ciencia de la medición y el arte de la aplicación que establece la geometría física, las propiedades de volumen y las capacidades de resistencia del cuerpo humano" (López, 2019, p.2). Su estudio ayudará a conocer las medidas que han sido estandarizadas según una serie de consideraciones, que en este caso son necesarias para altos, largos y anchos de, por ejemplo, los pasillos, las distancias entre bancas o asientos, las alturas de marcos, los muebles que se utilicen, la distancia desde la que el *stand* va a ser visualizado, etc.

En general, cabe mencionar que la importancia de tener en consideración toda la información base, y la próxima a mencionar, se debe a que de ella y de las características particulares del proyecto dependerán las

posibilidades de moldear a conveniencia lo que se requiera y dar sustento a la solución del proyecto. Siempre dirigiendo estas ideas a la seguridad y comodidad del público, así como también a una correcta visualización de la marca.

La segunda forma en que la información se divide y obtiene es en el momento de tener ya determinado al cliente y lo que va a ofrecer. Para esto, se debe hacer un análisis de la marca o servicio con los que se está trabajando, lo cual puede conocerse a través de su contexto histórico o personal, el área en la que se desenvuelve y sus manuales de identidad para respetar aquello que los representa.

En esta parte, se adapta cada detalle, puesto que se conoce a profundidad el producto, servicio o tema a exponer y el público objetivo al que estará destinado. Muchas de sus necesidades particulares se hacen presentes, como las áreas que se necesitan para el *stand*, el transporte que se va a utilizar, las distancias que recorrerán los objetos que lo conformen, el personal que estará a cargo de la instalación, el personal encargado de atender durante la exposición, sus presupuestos, tiempos de trabajo e inclusive conocer a la competencia directa o indirecta que llegue a estar presente en el lugar.

En lo que respecta al lugar, también deben conocerse datos básicos, como el tipo de espacio, en el que estará dispuesto, si será abierto o cerrado, la zona en que se localiza, la temporada del año para saber el clima existente en dicho momento y las condiciones de acceso y accesibilidad.

En cuanto al espacio, existen los manuales de expositor como una referencia que puede ser consultada para conocer aquellos datos que son necesarios de forma particular para el *stand* y que son establecidos por los recintos en que estarán colocados; dependiendo del lugar, el cliente puede o no llegar a poseer uno.

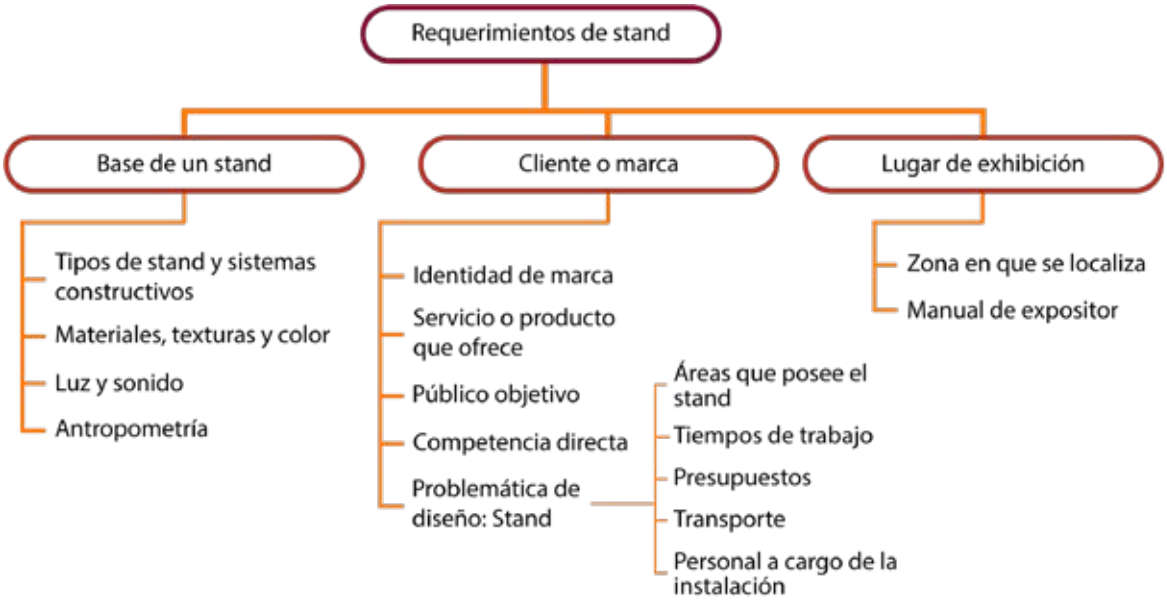
A grandes rasgos, lo relevante es la información que involucra los tipos de materiales que están permitidos, las dimensiones y alturas establecidas para los stands, herramientas que pueden ser utilizadas para el montaje, niveles de sonido permitidos, las fechas en que debe realizarse el montaje o ser retirado, etc. Es decir, todo aquello que ya ha sido establecido por los cargos principales de los recintos de exposición, reglas que no pueden ser violadas o podrían causar que no sea permitida la colocación del stand en dicho lugar. También se suelen mencionar las cosas de las que se puede disponer, como electricidad u otros servicios.

Cuando se tiene un primer acercamiento a este tipo de proyectos, es importante nutrirse de toda la información posible. Si no se tiene claridad de por dónde iniciar, las guías enfocadas en el desarrollo de proyectos tridimensionales y *stands* son una gran herramienta, éstas brindarán aquellos datos de forma más específica y todo lo que se requiere en el proceso de inicio a fin; desde las reuniones con el cliente hasta la instalación final.

Una vez que toda la información antes dicha sea conocida, investigada y ordenada, se tendrá claridad sobre lo que es necesario para resolver este problema de diseño; que en este caso será concentrado en la parte del proceso proyectual.

Esquema 1

Requerimientos de stand



Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar, el Esquema 1 contiene la información, a grandes rasgos, de lo que se debe conocer al momento de generar ideas que darán solución a este tipo de problemas de diseño.

Aquí comienza el nacimiento de ideas sobre las partes que van a componer el stand y que darán pie al bocetaje visualizado mediante su fijación en un sustrato y medio que permita mostrar al cliente cómo se piensa dar solución a este problema de diseño a través de las formas tridimensionales.

La información es vital, ya que sin ella sería imposible comenzar a resolver el problema de diseño. La creatividad y la imaginación son importantes para el nacimiento de ideas, pero si no se adecuan a los lineamientos establecidos por las diversas partes involucradas en un *stand*, entonces, sólo habrá caos sin propósito.

El diseño tridimensional como punto de partida

Para pasar al punto de las proyecciones tridimensionales es crucial recordar lo más básico del diseño y entender posteriormente lo tridimensional como un punto clave para traducir las ideas que han sido pensadas a través de la información antes obtenida. Esto ayudará a comprender el proceso que implica materializar las propuestas que solucionarán el proyecto de *stand*.

Para hablar de diseño tridimensional, es fundamental tener en cuenta sus características, de manera que hay que recordar los clásicos del diseño. Es imposible no mencionar a Wucius Wong (1995), quien en su libro *Fundamentos del diseño*, habla de varios puntos que son concernientes al tema. Comenzando por lo que envuelve al diseño tridimensional; primero, lleva al lector a entender el mundo bidimensional como aquél que sólo posee las dimensiones de largo y ancho, y el tridimensional como aquél que posee, además de las dos dimensiones antes mencionadas, profundidad. Los elementos importantes a tener en cuenta en el diseño tridimensional son los conceptuales, visuales y de relación.

La forma en que se harán presentes los elementos conceptuales en el *stand* será su materialización de ideas por medio del dibujo y la geometría en bocetos, planos o proyecciones; dentro de los cuales se hará uso del punto, la línea, la generación de planos y el volumen.

En lo que respecta a los visuales, son entendidos como la fachada final que va a constituir al *stand*, integrados a través de la textura y el color, los cuales más allá de ser dados por la constitución del material de los elementos también se puede influenciar por medio del uso de la luz.

El elemento de relación será visualizado en posición y el espacio que ocupará el stand en el lugar que le compete, la gravedad que le influye a cada una de sus partes gracias al material del que están constituidos, el tamaño de sus formas y la manera en que conviven unas con otras; además de la dirección que se le va a dar.

Aparte de lo anterior, hay dos conceptos clave a conocer: la figura y la forma. Wong (1995) se refiere a la figura como aquella área que está delimitada por medio de la línea, que en cuanto posee profundidad, grosor y volumen comienza a considerarse como forma.

En el bocetaje de ideas se debe tener en consideración cuál será más útil para representar las posibles soluciones de diseño. Esto dependerá de lo que se quiera mostrar cuando se realicen las plantas, cortes y las proyecciones finales, así como de los tiempos de trabajo que se tengan a disposición en esta etapa del proyecto.

Según Wong (1995), la forma también puede ser creada con diversos propósitos y complejidades, pero sobre todo en aquellos casos que llegan a ser tridimensionales, o más tangibles en la realidad, es que se tiene la posibilidad de interactuar alrededor de ella de diversas maneras y donde no necesariamente se encontrarán fijos.

Hay que considerar que un *stand* será observado desde varios puntos de vista y desde diversas distancias por el público, con lo cual se debe pensar y planear la forma en que va a interactuar, ya sea directa o indirecta. Desde luego, las formas tridimensionales no se limitan sólo a ser presentadas en la realidad, y en casos como éstos, antes de llegar a dicho punto de la creación del stand de forma tangible deberá ser aprobado por el cliente. Por lo tanto, la forma tridimensional que el *stand* va a poseer deberá ser representada en un medio bidimensional, mediante el cual se pueda presentar cada detalle antes de gastar recursos para su creación.

En el análisis del proyecto que aquí concierne, se observa que, dentro del proceso proyectual del *stand,* otra cosa que debe ser considerada es la planificación de recorridos estratégicos que el público va a realizar desde que se visualiza el *stand* hasta que se retira de éste. Es aquí donde los sentidos del público se harán presentes, comenzando por la vista y posteriormente, a través del recorrido, se podrá interactuar con sus demás sentidos. El propósito es no dejar ninguna área fuera del foco de atención, ya que cada pieza y centímetro que conforman al *stand* han requerido de cierta cantidad de dinero invertida por la marca o cliente, así que por ello debe sacarse el mayor provecho posible.

Para hacer un recorrido o varios que beneficien al *stand* se debe pensar en tridimensional, en la unidad que va a ser creada, las áreas que la conforman y todo lo obtenido en la parte de investigación. Esto es un proceso mental en el que se dará orden y se analizaran las áreas o partes que se quieren destacar y el cómo van a ser enlazadas unas con otras.

Es así que la forma que posee cada una de las piezas del *stand* cobran relevancia en su unidad, puesto que mediante éstas se puede guiar dicho recorrido. Desde la manera en que se puede acceder a éste y a cada una de sus áreas hasta el uso del color y el tipo de piso utilizado. Todo lo que se quiera destacar es lo que se hará relevante en la presentación de las formas y su interacción con éstas.

Las proyecciones tridimensionales

El diseño tridimensional no sólo es el que se hará presente, también lo hará el diseño bidimensional. Uno no puede ser separado del otro en los *stands*, ya que van de la mano durante las diversas etapas y necesidades del proyecto. Una vez entendida la etapa de investigación, donde se conocen las características del *stand* y la problemática particular a resolver y nutrir con conocimiento general, es momento de plasmar las ideas pensadas para dar solución al proyecto que se tiene en manos.

Es así que el dibujo será utilizado, en este caso, como una herramienta del diseño que va a permitir la visualización de las ideas a través de sus diversas técnicas. La que inicialmente será utilizada es el bocetaje, en donde se presentarán varias ideas como las posibles soluciones, dentro de las cuales se hará la selección de las que mejor resuelvan este problema de diseño. La imaginación no debe ser contenida, pero sí moderada con lo que tiene a su disposición para ser realidad, ahí está la importancia de la investigación como etapa principal en el proceso proyectual del *stand*.

En la actualidad, se cuenta con diversos sustratos y medios a través de los cuales ejecutar el bocetaje, desde los analógicos, que van de lo más básico, como el papel y un lápiz, hasta lo digital, por medio de tabletas y programas de computadora. Lo que se decida utilizar dependerá de las condiciones en las que se encuentre el diseñador y la forma en que se le sean solicitadas las entregas.

Independientemente de lo analógico o digital, se debe comprender que en la creación de bocetos lo importante recaerá en que los trazos empleados sean claros y concisos para transmitir el mensaje que se quiere comunicar en esta etapa. Es aquí donde el diseñador pone en práctica lo aprendido del diseño, el dibujo e inclusive la geometría. El bocetaje es un proceso individual en el que cada diseñador deberá analizar y determinar el momento de parar, teniendo en cuenta siempre el tiempo del que dispone para cada etapa de dibujo de este proceso.

Dentro de estos primeros bocetos, ya que se trabaja con algo tridimensional se puede hacer uso de los diversos tipos de bosquejo, como los mencionados en el libro de *Dibujo y comunicación gráfica* de Giesecke (2006), que engloban a la proyección de vista múltiple donde se visualizan una o varias de las caras de forma individual que le componen al objeto, la proyección axonométrica (isométrica), oblicua y de perspectiva, que muestran una sola vista, pero dentro de las cuales se pueden observar tres caras del objeto a representar. En lo que respecta a la proyección axonométrica, se abordará más a profundidad cuando se pase a la proyección tridimensional final.

Lo que se puede dibujar en esta etapa de bocetaje son algunas de las áreas que le constituyen al *stand*, así como algunas partes de la unidad que le van a conformar como repisas, estantes o muebles. Aquí hay que considerar varias opciones de resolución que puedan satisfacer al cliente o marca para su aprobación.

A la par de bocetaje antes mencionado, se comenzará a trabajar en la creación de la planta, entendiendo ésta como la representación bidimensional que visualiza la parte superior del *stand*, a través de la cual se va a representar de forma clara el orden en que van a estar dispuestas sus áreas y el espacio que las conforma.

En esta primera instancia del bocetaje, la planta sólo va a contener lo antes mencionado y conforme se vayan puliendo los detalles, va a poseer, además de la organización de las áreas, las medidas de cada una de éstas, de los pasillos, las distancias existentes entre los objetos y las medidas de los mismos. De manera general, se puede decir que aquí se visualizan todas aquellas medidas relacionadas al largo y ancho de lo que le concierne al *stand* y los elementos que lo va a componer.

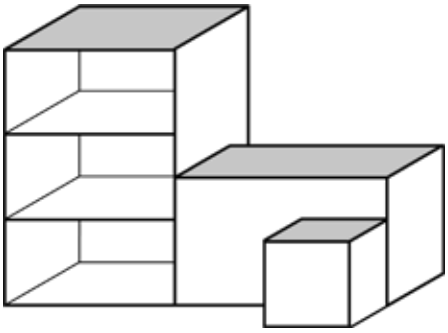
Cuando se tiene la aprobación de los bocetos y se consideran también los comentarios que el cliente o marca haya realizado sobre éstos, es momento de integrarlos y pulirlos. En la planta, por otra parte, se comenzará detallar cada una de las medidas, mientras que a los bocetos se le harán las modificaciones pertinentes.

La planta puede ser trabajada por capas para evitar tener una saturación de información que ya no permita su correcta visualización y lectura; es decir, se tendrá una base del *stand* completo sobre la cual se colocarán otras capas que contengan otro tipo de información, como las medidas, la organización de recorridos, los espacios que contendrán iluminación e inclusive el tipo de piso a utilizar dependiendo el área en que se quiera utilizar.

Todo esto será la base guía para la creación del *stand*, de ahí que en un inicio sea también útil informarse sobre el uso adecuado de las escalas y las herramientas que permiten su uso, como el escalímetro. Aun si se es diseñador aquí vuelve a aparecer la importancia de nutrirse del conocimiento de otras áreas.

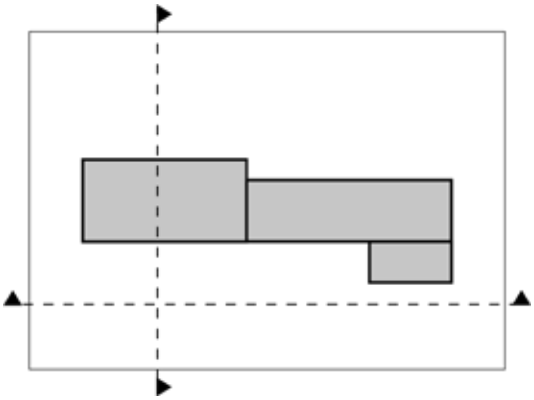
En la creación de plantas, se hace igualmente uso de los cortes; es importante conocerlos y retomarlos para este proyecto, puesto que son las representaciones bidimensionales que van a permitir que el *stand* sea visualizado de forma interna, con foco no sólo en lo largo de sus componentes, sino también en sus alturas.

Figura 1
Formas tridimensionales



Fuente: elaboración propia.

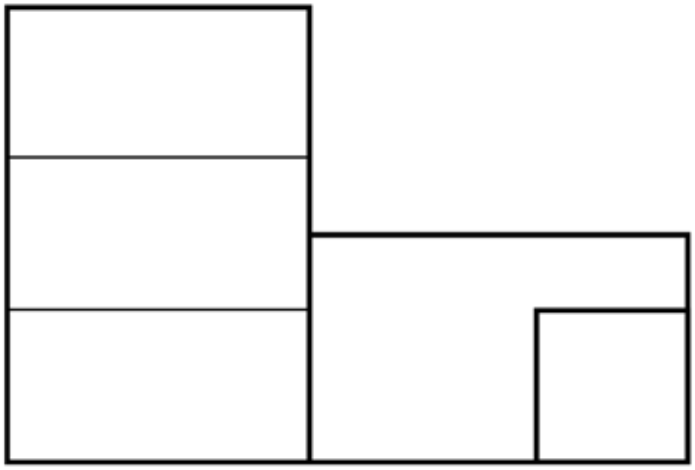
Figura 2
Planta



Fuente: elaboración propia.

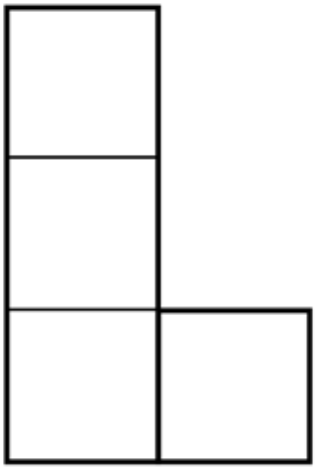
En la Figura 2, se tiene el ejemplo de una planta que visualiza las caras superiores de las formas tridimensionales de la Figura 1.

Figura 3
Corte 1



Fuente: elaboración propia.

Figura 4
Corte 2



Fuente: elaboración propia.

En la planta, también se representa la ubicación de los cortes que se decidan realizar indicando con las puntas de los triángulos la dirección hacia la que se visualizan. En la Figura 3, se muestra el corte realizado de forma horizontal y en la Figura 4 el corte realizado de forma vertical sobre el plano. Los cortes pueden atravesar por donde sea preciso y no hay un límite para la cantidad de cortes a realizar, lo importante es tener los necesarios.

Una vez que se posean el plano y los cortes necesarios, se podrá dar pie a la proyección tridimensional final del *stand* del proceso proyectual, dado que éstos contienen toda la información necesaria para hacer la visualización completa tridimensional, fungiendo el papel de las proyecciones de vista múltiples antes mencionadas y engloba no sólo un objeto, sino a toda la unidad de piezas tridimensionales que conforman al *stand*, donde se tendrán a mayor detalle las medidas de ancho, largo y profundidad.

La principal forma de representación tridimensional para el *stand* será la proyección axonométrica, descrita por Giesecke (2006): "el objeto está inclinado respecto al plano de proyección... Debido a esta inclinación, las longitudes de la línea, los tamaños de los ángulos y las proporciones generales dependen de la orientación exacta que tiene el objeto respecto al plano de proyección" (p.164).

Dentro de la proyección axonométrica, la que más interesa para este caso es la isométrica. Existen otras, pero para un primer proyecto de *stand* es más sencillo y rápido relacionarse con ésta, ya que, como menciona Giesecke (2006), en este tipo de proyección "el objeto se inclina hacia el plano de visión de forma que todas sus dimensiones principales se acorten de igual manera en la dirección de cada eje" (p.165). En otras palabras, las medidas, haciendo uso de las escalas a la par, van a conservarse sin alteración alguna a pesar de ser inclinadas en los ángulos que se decidan utilizar.

Lo importante a tener en cuenta de las proyecciones en general es que, a través de la que se utilice, el *stand* va a ser visualizado y representado por completo con cada uno de sus detalles relevantes. Ésta será la parte final de todo el proceso proyectual, la visualización de las ideas que el diseñador creó para dar solución a este problema de diseño antes de ser proyectadas a la realidad.

Poner en práctica el dibujo y la geometría desarrollará un mejor uso de éstos como herramienta de diseño, además de que, conociendo lo antes mencionado sobre planos, cortes y proyecciones conforme el desarrollo de proyectos de *stand* u otros de carácter tridimensional, se adquirirá una mayor habilidad para desarrollar en menor tiempo esta labor.

Metodología

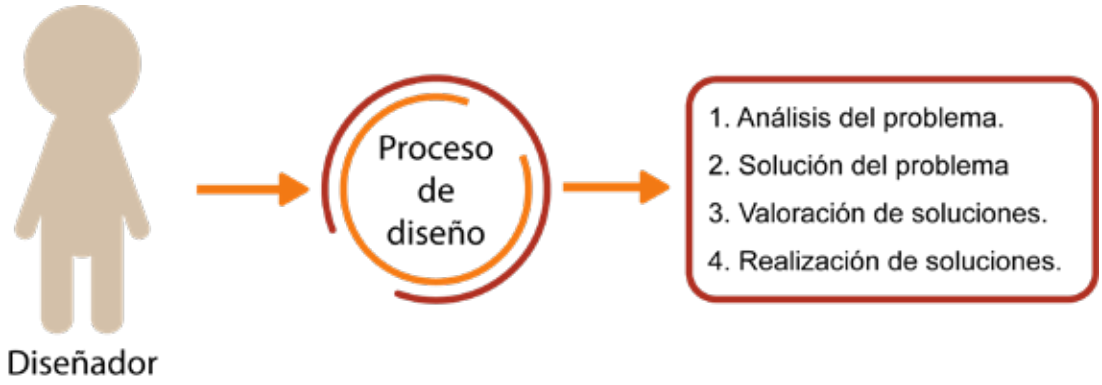
Esta investigación fue realizada con un enfoque metodológico cualitativo, luego del análisis de la bitácora del Caso de *stand* UNAM para la FIL Guadalajara 2024, en el cual se visualizó el proceso proyectual que ha sido necesario seguir para poder crear las proyecciones tridimensionales que reflejan las ideas pensadas para dar solución al problema de diseño denominado como *stand*.

Es así que se hizo uso de un diseño de investigación documental de tipo hemerográfico para tener un conocimiento más cercano del proceso descrito en la bitácora. Se recurrió a la búsqueda de información de temas relacionados como el diseño de *stand*, guías para el diseño, montaje y en general todo lo relacionado con el diseño tridimensional de manera general, a la par de otros temas, como el dibujo y las técnicas como el medio para la representación tanto de tipo bidimensional como tridimensional.

Para la recopilación de información, se usaron buscadores como Google Scholar, bibliotecas físicas y bibliotecas digitales, como la perteneciente a la UNAM, para obtener libros, tesis, tesinas y artículos digitales relacionados con lo antes mencionado que pudieran aportar más claridad al tema. Después, se hizo un desglose de los temas esenciales que le conciernen a un *stand* en su proceso proyectual para dar paso a la proyección tridimensional.

Se usó el método de diseño de Bernd Löbach, descrito por Luz del Carmen Vilchis (1998) en su libro *Metodología del diseño*, como el proceso creativo de solución de problemas. Dicho método aborda la relación entre el diseñador y el objeto que esté diseñado como aquel proceso que para poder ser funcional va a requerir de recoger información que posteriormente dará solución a su problema.

Esquema 2. *Proceso de diseño*



Fuente: Elaboración propia

En el Esquema 2 se puede observar una interpretación de forma más clara sobre el método de diseño de Löbach y lo que engloba al proceso de diseño dividido en cuatro momentos clave. Este método fue utilizado teniendo en cuenta tanto el proceso de diseño como las etapas del proyecto, que en este caso es el *stand* de forma general y de forma particular lo descrito en la bitácora.

Dicho proceso se dividió en varias etapas: El análisis del problema, en el que se definió cuál era el problema de diseño. La solución del problema, como aquel proceso de investigación enfocado en reunir toda la información que le compete al proyecto y el cómo se relaciona lo que obtiene de una forma creativa. La valoración de soluciones, enfocada en el desarrollo de ideas en forma de bocetos que retoman las particularidades que el proyecto debe poseer. Y la realización de soluciones, entendiéndola como las proyecciones tridimensionales finales.

Según lo anterior, se realizó el análisis comparativo de lo que la investigación documental ha proporcionado y lo que la bitácora captó durante su proceso proyectual, esto con el objetivo de comprender tanto las cosas positivas como las deficiencias que pueda llegar a poseer el Caso de *stand* UNAM para la FIL Guadalajara 2024. Para este caso particular, el método de Löbach se moldeó y fue retomado como cuatro momentos clave, con los cuales se desarrolló una pregunta particular para un análisis más concreto:

1. Problema a resolver: ¿Cuál es el problema de diseño a resolver y el proyecto a desarrollar?
2. Conocimiento para el proyecto: ¿Se reúne información relacionada con el proyecto y la problemática relacionándolo de forma creativa?
3. Ideas en bocetos: ¿Se desarrollan soluciones al problema tomando en cuenta los criterios particulares del proyecto?
4. Propuesta final de proyecto: ¿Se creó una solución adecuada al problema?

Para analizar la bitácora, se revisó el proceso que se documentó dentro de ésta con la temática y su caso particular, tomando en cuenta las fases por las que pasó para poder llegar a su solución del stand. Los criterios tomados en cuenta para cada una de las cuatro fases antes descritas se relacionan con la temática de *stand*, el caso desarrollado dentro de la bitácora y las características particulares que debía poseer.

Para la fase uno y dos, se observó el conocimiento que se tiene respecto al proyecto particular y el proceso de investigación. Para la fase tres, se observaron las formas en que se presentaron sus ideas como las posibles soluciones a la problemática de diseño en forma de bocetos. Y en la fase cuatro, se advirtió lo presentado bajo los conceptos planta, cortes y proyección tridimensional como su mejor propuesta y solución final para la problemática de diseño denominada *stand*.

Resultados

La analizada bitácora de Diseño VIII presenta la documentación del caso de *stand* UNAM para la FIL de Guadalajara de 2024, un caso hipotético realizado para tener un acercamiento a este tipo de proyectos y aprender sobre cómo realizar un *stand*. Lo documentado en dicha bitácora se desglosó en cuatro momentos de análisis para visualizar los resultados.

El primer momento denominado "Problema a resolver" se concentra en la pregunta: ¿Cuál es el problema de diseño a resolver y el proyecto a desarrollar? Se ha encontrado, dentro de la bitácora, en la página 2, de forma no explícita pero sí clara, que este proyecto tiene como problema de diseño la creación de un *stand*, donde el proyecto a desarrollar debe pensarse para ser expuesto en la FIL de Guadalajara 2024, cuyo exponente será la UNAM.

La etapa final del proceso proyectual es indicado de forma no explícita hasta el final de la bitácora, en las páginas 54, 55 y 56. Se entiende que la proyección tridimensional en lo bidimensional que visualiza la forma final que este *stand* va a poseer en caso de volverse tangible en la realidad era la solución que se debía de presentar para este problema de diseño.

El segundo momento, denominado "Conocimientos para el proyecto", se enfoca en el siguiente cuestionamiento: ¿Se relaciona información con el proyecto y la problemática de forma creativa?

Entendiendo la información relacionada con el proyecto como toda aquella mencionada en el Esquema 1 del apartado "Proceso de investigación para un *stand*" se tiene la siguiente tabla:

Información relacionada con el proyecto encontrado en la bitácora

Información relacionada con el proyecto encontrado en la bitácora			
Tema	**Página donde se encontró**	**¿Qué se encontró?**	**Datos extra**
Materiales, texturas y color	48	Se observó la creación de un *moodboard* sobre las partes que conforman el proyecto, los colores y las texturas a utilizar.	Se utilizó este recurso para crear conciencia visual de lo que se planteaba crear.
Antropometría	8 y 9	Se observaron apuntes e investigación sobre el tema como concepto.	Se retomaron medidas estandarizadas de la altura y ancho de pasillos.
Cliente, marca y expositor: UNAM	4 y 5	Investigación sobre la FIL de Guadalajara en años pasados por parte del expositor.	Sólo contiene fotografías.
Público objetivo	14	Se desarrolló un caso hipotético sobre una familia visitante compuesta por cuatro integrantes de diversas edades.	Se enfocó en el posible recorrido que haría la familia dentro del lugar.
Servicio o producto que ofrece	15	Se menciona un tipo de mobiliario particular denominado como estante o librero para contener el producto principal a ofrecer al público visitante, que son los libros.	No profundiza en las características de los libros ni el total de éstos que estará presente tanto en exhibición como en bodega.
Áreas que debe poseer el *stand*	15	Se encontraron todas las áreas que dicho *stand* debía considerar para su funcionamiento.	Este *stand* debía considerar área de presentaciones, prensa, público, almacén, presentación de libros, punto de venta, puntos de información y de exhibición.
Lugar de exhibición: FIL Guadalajara	17 a 42	Se investigó lo relacionado con el lugar donde el *stand* va a estar dispuesto.	Se enfocó en cinco puntos: 1. Sistemas constructivos de exposición permitidos. 2. Reglamento de operaciones. 3. Contratación, tiempos y presupuestos. 4. Fechas, país invitado, ubicación con mapa interior y fachada. 5. Logística de transporte y alojamiento.

Fuente: elaboración propia.

Notas sobre información relacionada al proyecto encontrado en la bitácora:

1. No se encontró investigación documentada en la bitácora de temas relacionados con tipos de *stands*, tipos de materiales, luz y sonido; tampoco aspectos relacionados con identidad de marca y competencia directa.
2. De la página 9 a la 13 se observaron apuntes e investigación sobre el dibujo isométrico, la planta y el bocetaje de la figura humana.

En las páginas 43 y 44 se mostró la consideración de la información obtenida de la investigación antes mencionada, relacionándola de forma creativa con la creación de su primera planta y sus primeros bocetos y con algunas de las partes y mobiliario del *stand.*

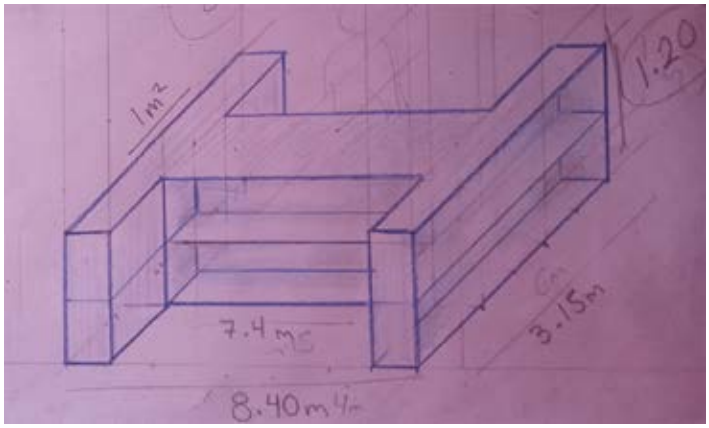
El tercer momento, denominado como "Ideas en bocetos" tiene la pregunta: ¿Se desarrollan soluciones al problema tomando en cuenta los criterios particulares del proyecto? Adicional a lo encontrado en las páginas 43 y 44, de la 45 hasta la 47 hay ideas en forma de planta y bocetos, teniendo así dos etapas de bocetaje antes de la creación de la solución final.

En ambas etapas, se consideraron las particularidades del proyecto en cuanto a sus dimensiones, las áreas que requiere el *stand* y el producto que va a ser ofrecido de forma general. También, se observó el uso de color y texturas en algunos de los muebles, al igual que representación de vegetación.

Desde la primera etapa de bocetaje, se contempla la tridimensionalidad de algunas unidades que conforman al stand, destacando dos principales que son las presentadas en la imagen uno y dos.

Imagen 1

Boceto proyección tridimensional de librero



Fuente: Bitácora Diseño VIII, de Arias Catherin

La Imagen 1, encontrada dentro de la bitácora, en la página 44, es uno de los primeros bocetos relacionados con el mobiliario en los se visualiza un librero creado particularmente para este proyecto. Muestra, por primera vez dentro de la bitácora, el uso de la proyección tridimensional para representar una idea que dé solución a una parte de su problema de diseño.

Imagen 2

Boceto proyección tridimensional del área correspondiente para presentaciones y prensa

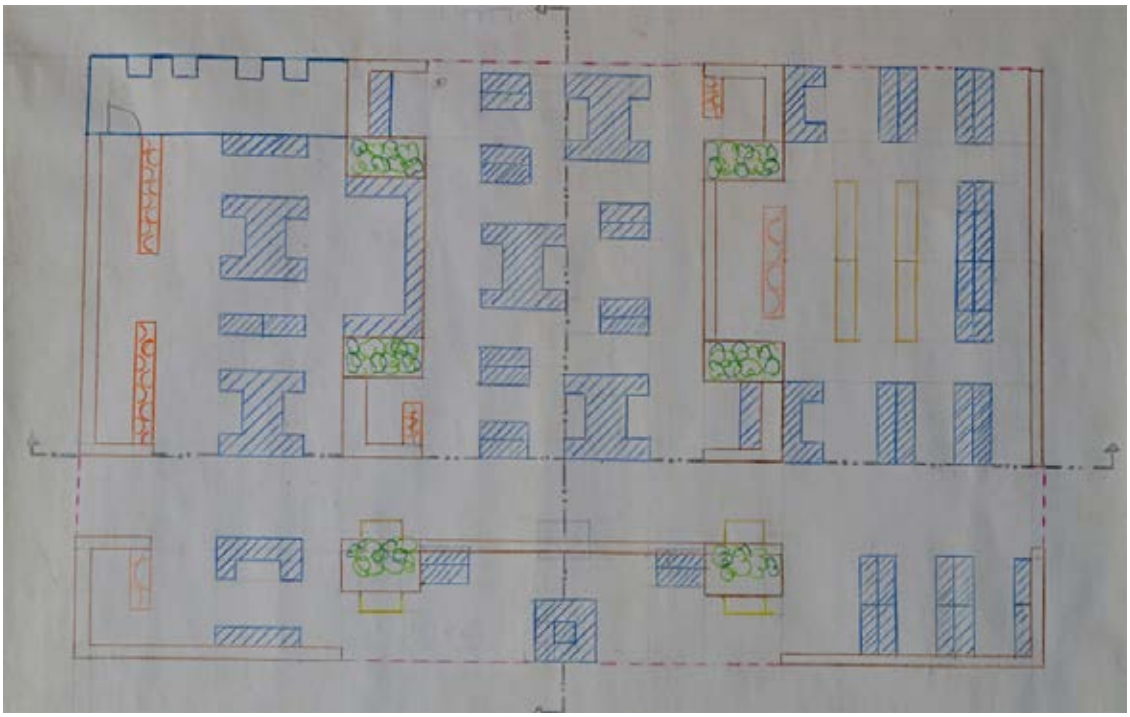
Fuente: Bitácora Diseño VIII, de Arias Catherin

La Imagen 2, encontrada en la bitácora en la página 44, muestra parte de lo que conformaría el área de presentaciones y prensa. En ésta se percibe el uso de texturas y color que dan a entender el empleo de madera, donde, además, se perciben otros detalles como la representación de naturaleza. Como nota respecto a las etapas de bocetaje: no se encontró ninguna idea planteada sobre la iluminación, sonido y tipo de piso a utilizar en las dos etapas de bocetaje.

Y el último momento denominado "Propuesta final de proyecto": ¿Se creó una solución adecuada al problema? Se encontró en la página 49 la visualización de la planta final, que es la que se muestra en la Imagen 3; en ella se aprecia el uso de color para representar las diversas formas del mobiliario que conforman el *stand* e indica la anotación de los cortes realizados dentro de éste mostrados a detalle en la página 53.

El primer corte, que es el no indicado en el plano, se enfoca en la fachada frontal del *stand.* El segundo se ubica aproximadamente en el segundo tercio del plano de forma horizontal, y el último corte se ubica a la mitad del plano de forma vertical. Estos dos últimos permiten la visualización interna del *stand* y contienen sus medidas correspondientes, mostrando de forma bidimensional la estructura y las dimensiones de ancho, largo y altura.

Imagen 3
Planta final del stand



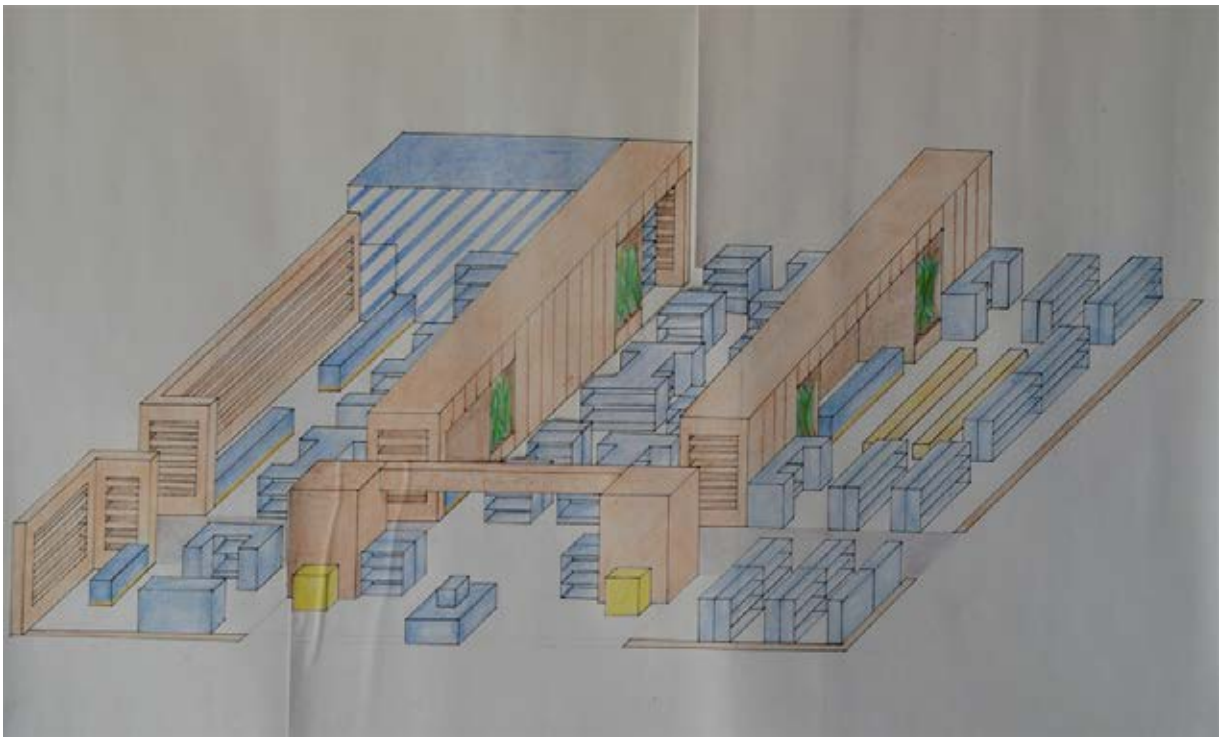
Fuente: Bitácora Diseño VIII, de Arias Catherin

En la página 50, se retoma la planta antes mencionada, con la diferencia de que ésta posee las medidas correspondientes al *stand* tanto de forma general como de forma particular para cada parte del mobiliario. En las páginas 50 y 51, se observan dos visualizaciones de planta con anotaciones correspondientes al tipo de suelo que se tiene pensado utilizar para el *stand.* En la página 52, se encontró una visualización de planta con anotaciones correspondientes a aquellas áreas que requieren iluminación.

Finalmente, en las páginas 54 y 55 se encontró la proyección tridimensional del *stand* de forma general en dos versiones, con sólo el delineado de las formas y a color, observado en la imagen cuatro. Además de acercamientos a algunas de las áreas del *stand.* Y en la página 56 la proyección tridimensional a color con sus respectivas medidas.

En la proyección tridimensional final, tanto la que es sólo línea como la que hace uso del color se observa la carencia del logotipo del expositor, el cual sí había sido considerado en los cortes antes mencionados de esta etapa.

Imagen 4
Idea final sobre stand



Fuente: Bitácora Diseño VIII, de Arias Catherin

Nota: La proyección tridimensional final posee detalles desprolijos en su presentación debido a que las medidas del *stand* no fueron adaptadas conforme al tamaño que el sustrato tenía como límite. Teniendo presente, además, que no se encontró en ningún momento el uso de escalas.

Todo esto es lo que conformó la solución del problema de diseño. Posee la consideración del producto a ofrecer, las áreas que se necesitaban, los requerimientos básicos necesarios y reglamentarios en cuanto al espacio correspondiente al cliente para su *stand* y las alturas máximas permitidas.

Un dato relevante sobre la bitácora que se observó es que toda la parte gráfica que conformó el proyecto en cuanto al desarrollo de soluciones, incluyendo la solución final, fueron generadas de manera analógica, es decir, realizadas en sustratos de papel cartulina y albanene haciendo uso de medios como lápices, plumas, colores de madera y plumones. Dichas imágenes físicas fueron fotografiadas para ser documentadas.

Discusión

A partir de los resultados obtenidos, se pueden retomar varios puntos clave para comprender lo que un problema de diseño de este tipo presenta. Desde las necesidades que posee y aquello a lo que el diseñador debe enfrentarse durante el proceso hasta las formas en que puede presentar la visualización de las ideas que propone.

En el primer momento de análisis, de los cuatro en que los resultados fueron divididos, se tiene el de "Problema a resolver". Donde se muestra la línea sobre la cual el proyecto va a ser desarrollado y que la solución para esta problemática de diseño es la creación de una proyección tridimensional en lo bidimensional, donde se visualice la forma final que el *stand* va a poseer en caso de ser construido de forma tangible para estar presente en el lugar de exhibición donde el cliente va a presentarse.

La importancia de tener claro el alcance del proyecto desde el inicio radica en que éste es lo que va a guiar la forma de resolver la problemática de diseño durante el proceso proyectual. Siendo así que da paso al segundo momento de los resultados denominado "Conocimientos para el proyecto".

En la fundamentación teórica de este artículo, en lo que concierne al proceso de investigación para un *stand,* marcado de forma breve y clara en el Esquema 1, se menciona aquello que debe considerarse para un stand en cuanto a su base, el cliente, marca o expositor con el que se trabaja y el lugar de exhibición.

No se indica un mínimo o máximo sobre cuánto se debe conocer por cada uno de los puntos antes mencionados para un *stand,* debido a que dependerá de las particularidades que el proyecto presente y de los conocimientos previos del diseñador. Lo importante es que la suma total de dicho conocimiento tenga en cuenta aquellas limitantes que deben ser respetadas, a la vez que permita desarrollar un *stand* que refleje la solución a la problemática de diseño de manera creativa.

Haciendo un análisis comparativo con lo que en el Esquema 1 se indica y los resultados del segundo momento muestran, se pueden percibir aquellos puntos que el diseñador del proyecto analizado no documentó bajo la primicia de ser investigados o considerados para su *stand*, del cual se puede afirmar que tampoco poseía como conocimiento previo, lo que se vio reflejado en los resultados de los dos últimos momentos.

Para demostrar lo anterior sobre si se reflejó que el conocimiento fue el necesario para seguir las directrices limitantes y creativas, es necesario pasar a los siguientes momentos de resultados.

Continuando con el tercer momento de resultados denominado "Ideas en bocetos", hay dos etapas de bocetaje, consideradas así debido a que fue donde se presentaron las posibles soluciones para resolver su problema de diseño antes de llegar a un resultado final aprobado, se refleja el uso del dibujo como una herramienta para el diseño. Crear tanto la planta como algunas proyecciones tridimensionales para representar algunas de sus primeras ideas de una forma gráfica, lo que permitió visualizar algunas áreas y mobiliario que conforman el *stand.*

La planta, por ejemplo, muestra puntos necesarios de conocimiento para crear un *stand* al presentar las limitantes a respetar en cuanto a las áreas que debían estar presentes indicadas por el cliente, las dimensiones de aquellas formas que serían parte del *stand* consideradas en todo momento con las indicaciones del recinto de exposición y la antropometría reflejada en las dimensiones de los pasillos. A su vez, la proyección tridimensional muestra la creatividad reflejada en el uso del color, texturas que reflejarían uno de los tipos de material a utilizar e inclusive la representación de vegetación que fue considerada para este caso.

En estos resultados, también se pudo ver reflejado cómo se retomó el diseño tridimensional, primero, desde lo bidimensional para dibujar aquellos bocetos de planta, pasando a lo tridimensional con los bocetos de mobiliario, donde se comprenden aquellos elementos conceptuales, visuales y de relación.

En estos bocetos, hay presencia también del bosquejo que engloba a la proyección axonométrica (isométrica), pues se visualizan tres caras de las diversas unidades que conforman al *stand.* Un ejemplo es la Imagen 1, presentada en los resultados del tercer momento, en donde se visualiza el primer boceto de un librero creado particularmente para este proyecto y parte del área de presentaciones y prensa, donde ambas muestran tres de las caras de aquella forma que representan.

El último momento de resultados, "Propuesta final de un proyecto", tiene varios elementos que lo conforman. Presenta de manera bidimensional la primera planta, que muestra la distribución de todo aquello que conforma al *stand* visto desde arriba y suma la anotación de los cortes realizados, otro de los puntos bidimensionales a analizar más adelante.

Posterior a esta planta, el albanene hace aquí varias funciones en diversas capas, una que contiene todas las medidas de las que se debe tener conocimiento en lo que respecta a ancho y largo de cada una de las unidades pertenecientes al *stand*; una segunda de delimitación de las áreas que poseían ciertos tipos de piso, dentro de los cuales se hizo un juego con las texturas para generar direcciones de recorrido dentro del mismo *stand;* y una última, donde se registró la función de remarcar aquellas áreas que requieran hacer uso de luz propia para una adecuada iluminación del *stand.*

En esta última capa, se refleja el conocimiento carente respecto a la iluminación, ya que no indica el tipo de iluminación artificial a utilizar ni un sustento de porqué coloca la iluminación en determinadas áreas. Además de eso, no se encontró nada relacionado con el uso de sonido. Éstos son puntos importantes en la creación base de un *stand* que pueden repercutir de forma negativa al no ser tomados en cuenta con la importancia debida.

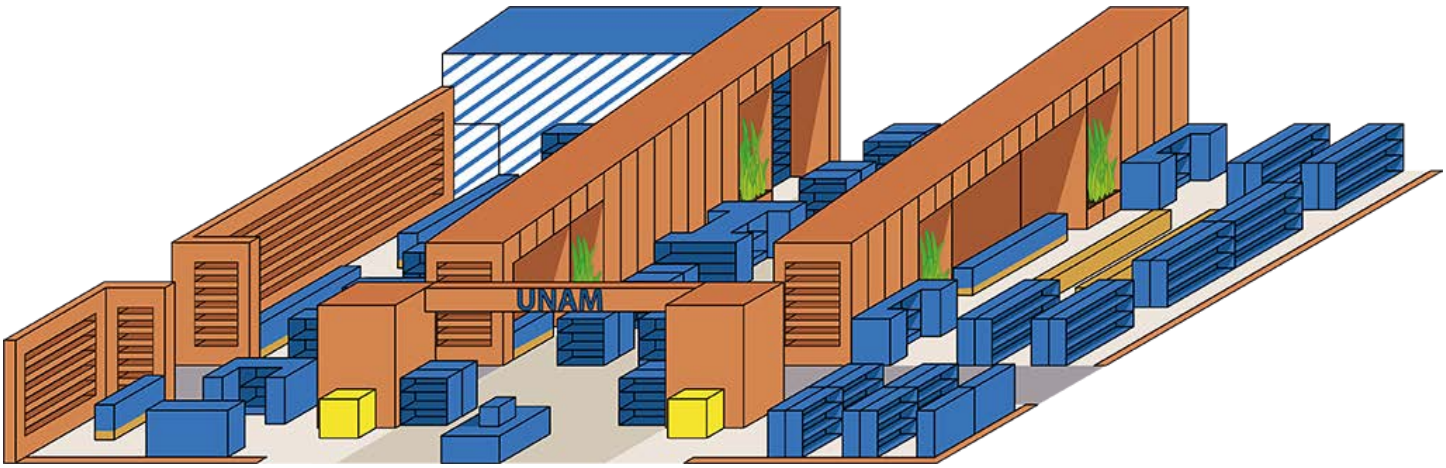
Un hallazgo para este tipo de trabajos es que organizar la información dependiendo del grupo que le correspondiese mediante capas evita la saturación de información dentro de un mismo espacio y facilita detallarla de acuerdo con el punto que tocaba. Se presentaron así sus soluciones de forma ordenada, eficiente y haciendo uso de lo ya realizado para agilizar los tiempos de trabajo.

Los cortes permiten ver de forma detallada una visualización bidimensional interna del *stand* y aquellas medidas que, al igual que las presentadas en la planta, son importantes para pasar al resultado del proceso proyectual que el diseñador debió seguir para presentar lo siguiente.

Finalmente, se llega a este punto cúspide, donde la proyección tridimensional tiene presencia significativa, ya que se usa para presentar la solución final y completa al problema de diseño. Si bien esta proyección, al igual que todo lo gráfico concerniente a la solución final del *stand*, fue desarrollada de forma analógica, es decir, haciendo uso de papel, estilógrafos y colores de madera, se optó por dar un paso más hacia lo digital en este análisis.

Imagen 5

Caso de stand UNAM para la FIL de Guadalajara 2024. Proyección digital del stand



Fuente: Elaboración propia

En la Imagen 5, se visualiza la proyección tridimensional realizada para el caso de *stand* UNAM para la FIL de Guadalajara. Para su creación, se tomó como referencia la información que se indicaba en la parte bidimensional de la solución final del *stand* respecto a la planta y los cortes. La creación digital de dicha proyección tridimensional permitió analizar si la información que se indicaba dentro de lo antes mencionado era la adecuada para llegar a la idea final del *stand* que se mostró en la Imagen 4.

Esta proyección tridimensional final engloba lo que va a conformar el *stand*, desde las áreas que lo integran y el mobiliario que estará presente hasta los colores a utilizar. Es aquí donde el proceso proyectual llega a su fin, presentando en lo bidimensional la tridimensionalidad. El producto respondió a una problemática de diseño, presentando una solución conforme a una serie de características tomadas en consideración.

Un aspecto relevante a considerar, descubierto al momento de visualizar la proyección tridimensional a color, es la importancia de conocer el espacio que puede llegar a abarcar la unidad tridimensional en lo bidimensional. Se observó que no se consideró hacer el uso de escalas o de algún referente de medidas de forma adecuada al tamaño del sustrato y la

proyección tridimensional, teniendo como consecuencia que el tamaño del sustrato no fuera suficiente y hubiera que añadir un poco más de sustrato al primero. Ello deja ver una deficiencia en la calidad de la proyección final analógica.

No se planteó un presupuesto para la creación de dicho *stand* en caso de ser llevado a la realidad, y habría sido un aspecto más para que el diseñador pudiera aprender, por ser un aspecto fundamental a considerar desde el bocetaje y la proyección tridimensional en lo bidimensional.

Las proyecciones tridimensionales sobre lo bidimensional ayudan a mostrar de forma gráfica el *stand* que el diseñador ha ideado, permitiéndole principalmente a su cliente observar y entender cómo las necesidades que posee serán cubiertas gracias al trabajo del diseñador. Se busca despejar así la mayor cantidad de dudas o malentendidos que puedan llegar a existir por ambas partes y permite que la comunicación sea más fluida.

Hacia el final, se percibieron dos detalles no considerados. El primero se encuentra relacionado con el producto principal que va a ofrecer la marca expositora: en la información sobre el producto, no se menciona nada más allá de que habrá libros; no hay alguna especificación sobre la cantidad total aproximada de libros ni un estimado de las alturas mínimas y máximas que éstos poseen. Datos relevantes para darle un sustento a la cantidad y dimensiones de los libreros que se visualizan en la proyección tridimensional final y corroborar si poseen la capacidad de contener el total de los libros a exhibir.

El segundo detalle está relacionado con la presencia de la marca, la cual se limita a sus colores representativos y su logotipo; lo que quiere decir que sin éstos dos últimos podría ser complicado reconocer quién es el expositor, a menos que ya se tenga experiencia con éste.

Concretamente, la proyección tridimensional permite al diseñador reflejar su trabajo realizado durante todo el proceso proyectual y el cómo permitió a su imaginación desenvolver ideas, además deja ver lo que el profesional plantea para dar solución de forma creativa a un problema de diseño mientras comunica la propuesta a su cliente de manera clara.

Conclusiones

La investigación para el diseño, la práctica y la actualización permanente benefician los procesos proyectuales del diseñador, con ello se pueden plantear ideas que, además de resolver la problemática, sean creativas y resulten novedosas.

Durante este artículo, se logró el objetivo de visualizar de forma organizada y concreta la información relacionada con el tema del *stand,* de la que se debe tener conocimiento para dar el salto hacia el bocetaje y reflejar las ideas que se plantean como las posibles soluciones. De tal forma, se demuestra que proyectar esas ideas y soluciones de forma tridimensional en lo bidimensional trae beneficios en diversos aspectos.

El poseer o carecer de información relevante sobre el *stand* que se planea diseñar, concebido en ocasiones bajo ciertos parámetros, puede favorecer o entorpecer no sólo el tiempo que se dispone para realizarlo, sino también causar pérdidas materiales y monetarias al cliente y al diseñador.

En el caso de los procesos de bocetaje, se mostró que pueden presentarse tanto en lo analógico como en lo digital, ya sea de manera bidimensional o tridimensional. Una proyección tridimensional en lo bidimensional puede tener diversos niveles de complejidad o detalle, yendo desde el mero boceto de algunas partes que conformarán el proyecto hasta aquello que muestra a fondo todo lo que conformará el *stand.*

Otro de los aportes de este caso es que para crear una proyección tridimensional más completa es beneficioso tener una planta y cortes que contengan la información necesaria, pues son un respaldo de datos. No hay que perder de vista que un *stand* está compuesto por varias unidades tridimensionales; es decir, una diversidad de información de la que se debe tener la mayor organización y control posible.

En el caso analizado aquí, la problemática se resolvió con la proyección tridimensional que muestra la visualización general del *stand.* Con esta proyección, se puede avanzar a los siguientes pasos, además de la creación en la realidad del *stand,* como la creación de maquetas a escala y proyecciones tridimensionales digitales de mayor calidad en donde se incluyan texturas más cercanas a la realidad, o que incluso permitan la visualización del stand desde más de un punto de vista. Esto último haciendo uso, por ejemplo, de programas de modelado 3D.

Algo adicional que se observó durante la creación de este artículo, es la importancia de que el diseñador documente los procesos de aquellos proyectos en los que se involucra tanto de forma escrita como fotográfica, usando las herramientas que mejor se adapten a sus necesidades, por ejemplo, dentro de una bitácora.

Esto puede beneficiar al diseñador en su aprendizaje personal al volver a observar y analizar lo que realizó, comprender los puntos a favor o en contra que se presentaron dentro del proyecto y la razón de éstos. Adquiere así la oportunidad de retomar aquello que puede beneficiar a sus nuevos proyectos y aprender de nueva cuenta qué debe trabajar para seguir mejorando y ofreciendo calidad e innovación en sus diseños.

Compartir el conocimiento a la vez que se aprende de otras áreas crea una gran red de información que beneficia diversos procesos de diseño. En la creación de proyecciones tridimensionales, sería muy valioso mirar la arquitectura, un área cuyos proyectos tridimensionales tienden a poseer un proceso proyectual que sería valioso analizar a futuro para nutrir los procesos en el diseño y la comunicación visual. Para muestra, un stand, aun si es para una exhibición temporal o permanente, tiene la característica de que estará en constante interacción con su público bajo un determinado espacio.

REFERENCIAS

Cueto Espinosa, C. L. (1995). Guía para diseño y montaje de stands [Tesis de licenciatura no publicada, Universidad Nacional Autónoma de México]. https://tesiunam.dgb.unam.mx/F/?func=direct&doc_number=000226327&noSistema&current_base=TES01

Giesecke, M., Spencer, H. y Novak, L. (2006). Dibujo y comunicación gráfica 3ª. Ed. Pearson Educación. [Archivo PDF]. https://sites.google.com/view/dibujoiti/biblioteca-digital-de-dibujo-t%C3%A9cnico

López Acosta, M., De la Vega Bustillos, E., Ramírez Cárdenas, E., Chacara Montes, A., Velarde Cantú, J. y Báez Hernández, G. (2019). Antropometría para el diseño de puestos de trabajo. Instituto Tecnológico de Sonora. [Archivo PDF]. https://www.itson.mx/publicaciones/Documents/ingytec/libro%20antropometri%CC%81a.pdf

Negrete Argáiz, C.P. (2005). Stands, características y clasificación. [Tesis de licenciatura no publicada, Universidad Nacional Autónoma de México]. http://132.248.9.195/ptd2005/00221/0351486/Index.html

Solano Naoki E. (2022). Materiales en la edificación. Universidad Nacional Autónoma de México. Facultad de Arquitectura. [Archivo PDF]. Repositorio de la Facultad de Arquitectura: Materiales para la edificación: material complementario para las asignaturas de Sistemas Ambientales I y II

Vilchis, L. (1998). Metodología del diseño. Claves Latinoamericanas, S.A. de C.V.

Wucius, W. (1995). Fundamentos del diseño. Editorial Gustavo Gili, S.A. de C.V.

Atribución-No Comercial-Sin Derivadas

Permite a otros solo descargar la obra y compartirla con otros siempre y cuando se otorgue el crédito del autor correspondiente y de la publicación; no se permite cambiarlo de forma alguna ni usarlo comercialmente.

José Eduardo Hernández García
Título de la Serie: “México *Express*”
Año: 2024

Iluminación y color en el cine contemporáneo del director Wong Kar-wai, un acercamiento a la película *Chungking Express* (1994)

Lighting and color in the contemporary cinema of director Wong Kar-wai, an approach to the film Chungking Express (1994)

José Eduardo Hernández García*

Resumen

En este artículo de investigación se aborda la filmografía del director hongkonés Wong Kar-wai mediante la exposición de sus principales características, técnicas, temas y el estilo propio que ha forjado a lo largo de su carrera. Se contempló como referencia y como objeto de análisis la película Chungking Express desde un enfoque del diseño y la comunicación visual para crear un proyecto y propuesta fotográfica como resultado y objetivo final.

Palabras clave: Iluminación, color, sensaciones, Hong Kong, contexto histórico, sociedad, composición, estética, estilemas, significado, significante, ciudad, travelling, ralentizaciones, barridos, técnicas, musicalidad, fotografía, emociones.

*Egresado de la Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual, Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán, Universidad Nacional Autónoma de México. Mail: ***by.traveler.1979@gmail.com***

Fecha de recepción: enero, 2025
Fecha de aceptación: marzo, 2025
Versión final: marzo, 2025
Fecha de publicación: abril, 2025

Abstract

This research article addresses the filmography of Hong Kong director Wong Kar-wai, exposing its main characteristics, techniques, themes and own style that the filmmaker has forged throughout his career. The film Chungking Express was considered as a reference and as an object of analysis from a design and visual communication approach to create a photographic project and proposal as a result and final objective.

Keywords: *Lighting, color, sensations, Hong Kong, historical context, society, composition, aesthetics, stylems, meaning, signifier, city, tracking shot, slowdowns, sweeps, techniques, musicality, photography, emotions.*

Introducción

El cine es una forma de arte que logra crear la ilusión de movimiento a partir de fotogramas y se vale de diferentes recursos que se relacionan estrechamente con el diseño, como la composición gráfica, la puesta en escena, tipografías, uso del color y hasta la creación de personajes que participan; su análisis requiere una capacidad intuitiva y metódica de observación.

En el presente artículo de investigación, se realiza un análisis del contexto histórico de la creciente industria cinematográfica durante las décadas de los años de 1980 y 1990, cuando el constante crecimiento económico y militar de la República Popular China favorecía los nuevos modelos en las industrias culturales y las formas de consumir la cultura. Es así como los líderes se dan cuenta de la importancia del cine como narrador de historias para transmitir su cultura al mundo exterior.

Una serie de reformas del sistema político y económico tuvieron como consecuencia cambios ideológicos dentro de la sociedad china y, por supuesto, en las obras cinematográficas y sus directores. Se despertó una conciencia individualista y gradualmente sus ideas tenían más autonomía y perseguían expresiones y búsquedas artísticas más personales, estéticas, íntimas y humanistas. En este contexto, surgen directores importantes de la sexta generación, como Zhang Yuan, Wang Xiaoshuai, Jia Zhangke, Lou

Ye y, por supuesto, Wong Kar-Wai, considerado uno de los cineastas más influyentes del siglo XXI, que se ha desempeñado como director, guionista y productor chino.

Como segundo apartado, se analizará en profundidad su estilo visual único, sus señas de identidad, narrativa visual y las temáticas particulares, así como los recursos visuales y auditivos que caracterizan al cineasta, lo mismo que su filosofía para plasmar conceptos tan complejos como el amor y la soledad y su voluntad de retratar la identidad de su ciudad natal, Hong Kong. Teniendo como objeto de estudio la iluminación, composición y teoría del color, se analizarán las características sobresalientes que identifican el estilo visual y narrativo del director, usando como ejemplo una de sus películas más representativas: *Chungking Express* (1994), en específico un par de escenas de esta película; esto, desde la perspectiva del diseño y la comunicación visual y la fotografía.

Como último apartado, y como parte de la investigación, se realizará y se explicará el proceso para realizar una serie fotográfica, tomando en cuenta y valiéndose de los recursos y estilo visual del cineasta, pero dando una identidad y estilo personal sin dejar de lado lo aprendido del director.

Fundamentación teórica

Ha sido un largo camino el que ha recorrido el cine chino hasta la actualidad. Teniendo en cuenta que desde el inicio el cine en China tuvo diferentes propósitos y objetivos, como un experimento, propaganda, arte o con fines comerciales, siempre ha sido un reflejo de sus transformaciones sociales, movimientos políticos y su camino a la modernización.

Es complicado comprender, empatizar y lograr una conexión con el cine de otros lugares y más cuando la distancia física, geográfica, pero sobre todo cuando se trata de culturas y perspectivas diferentes a lo conocido en “Occidente”. En China se consideró por mucho tiempo el cine como un producto del extranjero, no obstante, en los años treinta y cuarenta las mejores casas productoras de Shanghái y Hong Kong adoptaron técnicas y códigos *hollywoodenses* y los mezclaron con su tradición artística, literatura popular e ideologías de izquierda y nacionalistas.

Las bases del cine oriental de diversas maneras son diferentes al cine y al entorno occidental, especialmente pensando que el cine estadounidense domina la producción y comercialización de las películas, lo que provoca

que no se pueda tener una visión más amplia de otras culturas y no se pongan en juicio los códigos y técnicas de ver y hacer cine debido a la escasez de productos provenientes de Oriente.

El cine se introdujo en China en 1896 y la primera película china, *Montaña Dingyuan*, se hizo en 1905. En las primeras décadas, la industria cinematográfica se centró en Shanghái. La década de 1920 estuvo dominada por pequeños estudios y películas comerciales, especialmente en el género de acción *wuxia*[1]. Después de quedar completamente envuelta por la ocupación en 1941 y hasta el final de la guerra, en 1945, la industria cinematográfica de la ciudad estuvo bajo control japonés y se vio gravemente restringida, así que los cineastas se mudaron a Hong Kong y otros lugares.

Fundada el 1 de octubre de 1949, la República Popular China sepultó los intentos de lograr una cinematografía coherente y de calidad al nacionalizar los estudios de cine y ejercer censura en todo el proceso, desde el guión, la obtención de permisos y hasta el producto terminado, características marcadas por la cuarta generación. La disputa entre nacionalistas y comunistas se reflejó en las películas producidas, en vista de que las películas nacionales que ya se habían estrenado y una selección de películas extranjeras fueron prohibidas en 1951; después llegó un punto muerto, entre 1987 y 1972.

La cultura occidental cataloga como quinta generación a los realizadores que surgen de la época de la Revolución Cultural (1967-1976). Bajo este contexto, y como consecuencia de la Revolución Cultural, durante la década de los ochenta las películas dejaron atrás las normas establecidas por el periodo de la ocupación japonesa; apostaron por devolver al cine su estética-visual, sonora y narrativa, por explicar historias libres de posturas ideológicas, con emociones más profundas y capaces de dirigirse a individuos concretos y no a una masa de población.

La etiqueta de quinta generación[2] se aplica concretamente a los miembros de la quinta promoción de la Academia Cinematográfica de Pekín, graduados el año 1982. Antes de este periodo, todos eran llamados *zhiging*, concepto creado durante el periodo maoísta para referirse a los "jóvenes instruidos" apegados a la ideología socialista y nacionalista. Muchos de ellos fueron enviados al campo a "aprender del pueblo" entrando en contacto con la China profunda, rural, tradicional, la población minoritaria, sin influencias de discursos de modernización emitidos por el Gobierno. Todo esto sirvió de modelo para una nueva sensibilidad como consecuencia de

los desplazamientos masivos de ciudades a zonas rurales, además de la reapertura del Instituto del Cine (1978), lo cual fue un parteaguas importante para esta generación y la siguiente.

Los creadores de la quinta generación, al mudarse a estudios regionales, comenzaron a explorar la actualidad de la cultura local, de manera que las películas parecían casi documentales. En lugar de representar historias heroicas y de luchas militares, los temas se centraron en el drama de la vida cotidiana de la gente común. Además, presentaban un nuevo estilo de filmación, los directores utilizaron mucho color y planos generales para presentar y explorar diversos temas, desde la comedia negra hasta lo esotérico, pero siempre compartiendo el mismo rechazo a la tradición socialista-realista de cineastas de la era comunista.

Otros temas recurrentes son los de la China rural, la reafirmación de paisajes rurales y citadinos y el papel de la mujer en la sociedad tradicional, los cuales están en el cruce entre la vivencia personal y la perspectiva colectiva. La industria se vio enriquecida, desde mediados hasta finales de la década de 1980, con películas como *One and Eight* (1983) y *Yellow Earth* (1984); así, la quinta generación aumentó la popularidad de las producciones chinas en el extranjero, especialmente con el público occidental. Para la época final de la Revolución Cultural se estrenaron los *scar dramas*, que describen las consecuencias sociales y malestares emocionales dejados por la revolución comunista.

Este movimiento terminó después de las protestas y la masacre de la Plaza de Tiananmen en 1989, cuando varios de los cineastas se exiliaron a sí mismos a otros países como Estados Unidos y Australia, y otros tantos se dedicaron a trabajos relacionados con la televisión. Estas protestas y las políticas estatales de censura dieron lugar al siguiente movimiento cinematográfico con tintes vanguardistas y de manera clandestina hubo una ola de cineastas aficionados.

Es así como llegaría la sexta generación, la de aquellos realizadores que terminaron sus estudios en la primavera de 1989, quienes fueron menospreciados y obligados a trabajar con pocos recursos, una de las razones por las que cambiarían en muchos aspectos los códigos del cine chino. Muchas películas se filmaron de manera rápida y económica; utilizaron materiales como películas de 16 mm y video digital y casi siempre con actores y actrices no profesionales, lo que les daría una característica sensación de documental. El uso de tomas largas, cámaras de mano y sonido ambiental

cambiaban la forma de hacer cine comparado con las producciones exuberantes de la generación pasada. Se volvieron los temas más diversos, anclados a la cotidianeidad, se rechazó la institucionalización de la industria, había discursos más autónomos y menos limitados a los parámetros establecidos, se le empezó a dar prioridad a la sensibilidad del espectador, pero sin dejar de lado su capacidad crítica.

> En esta, la llamada "sexta generación", la preocupación está en la inserción de China en un mundo globalizado, la experiencia del capitalismo en la vida cotidiana y las contradicciones culturales de la "occidentalización". El escenario predilecto es el mundo urbano. Con las transformaciones económicas y la reafirmación política del Partido Comunista Chino en el contexto de la caída del muro de Berlín y la desintegración de la Unión Soviética, la censura se fortaleció. Sin embargo, esto no detuvo a los inquietos directores y sus cámaras. Comenzó a surgir una producción clandestina, de bajo presupuesto y rápida edición, que emulan al neorrealismo italiano: películas que reflejan principalmente la situación económica y moral de una sociedad en cambio, y reflexionan sobre los cambios en los sentimientos y las condiciones de vida. El trabajo, la vida cotidiana de los jóvenes, los vicios de una sociedad que comienza a conocer el capitalismo, etc. Aparecen las preocupaciones individualistas frente a la propaganda política o los intereses de la comunidad. (*Ampuero*, 2011)

Al analizar con detalle la cita anterior, se aprecia que salió a relucir la influencia del capitalismo, a pesar de todo esfuerzo de censura y control de parte del Estado. Los creadores encontraron una vía de escape para contar historias con una visión de la vida más individualista y antirromántica de la vida urbana contemporánea; demostraron un amplio bagaje cultural y representaron en especial a las personas marginadas y a los sectores menos apreciados de la sociedad, los afectados por la desorientación, la rebelión y la insatisfacción por el contexto socioeconómico de la China de esa época. Por ejemplo, *Beijing Bastards* (1993), de Zhang Yuan, se centra en la subcultura punk juvenil, presentando a artistas como Cui Jian, Dou Wei y He Yong mal vistos por muchas autoridades estatales, o la película debut de Zhangke, *Xiao Wu* (1997), que trata sobre un carterista provincial.

Históricamente, la zona oriente, sobre todo Hong Kong, Shanghái y la República Popular de China, han sido económicamente expansionistas

y sedes de grandes compañías multinacionales. Son centros financieros a nivel mundial, tiene presencia de muchos extranjeros, lo que las convierte en ciudades cosmopolitas y multiculturales, algo que provocó que la producción cinematográfica de China llegara a otros países y que las películas principalmente se proyectaran en el circuito internacional de cine.

Toda esta situación contextual, nacional e internacional de China se hace imprescindible para adentrarse en la vida y obra del director de cine Wong Kar-wai. Nació el 17 de julio de 1956 en Shanghai, China, siendo en su origen un emigrante exiliado de la sexta generación que vivió el proceso de cambio de Hong Kong como colonia de la corona británica a formar parte de la China Popular.

Conviene resaltar algunos aspectos que fueron esenciales como bases culturales de su futuro a su trabajo. Tuvo problemas para relacionarse con su entorno social debido a las diferencias de idioma; pasaba largas horas en los cines locales, ya que aprendió de su madre el gusto por el cine y por la música (en aquella época se hizo popular la música estadounidense y sudamericana). De su padre heredó el gusto por la lectura, la cual lo llevaría a encontrarse con escritores latinoamericanos como Gabriel García Márquez, Manuel Puig y Julio Cortázar; además, vivió en las cercanías de Chungking Mansions[3], donde la estructura urbana y vecinal serán parte del paisaje de sus filmes.

En 1980 se graduó en Artes Gráficas del Politécnico de Hong Kong. Se interesó por la narración audiovisual y se matriculó en la Television Broadcast Limited (TVB) en un curso de Capacitación en Producción y pronto se convirtió en guionista de la televisora en su ciudad, también llegó a trabajar como guionista para películas de todo tipo, así conocería a muchos de sus contactos con los que trabajaría en el futuro. Se podría decir que el trabajo es de un equipo autoral, ya que varias personas contribuyeron a construir el discurso fílmico y el proceso interpretativo que ayudaron a generar sus propios códigos. Entre los nombres que se reiteran en su equipo técnico, y los más significativos, se encuentran el australiano Christopher Doyle (fotografía), William Chang (dirección de arte y montaje), Frankie Chan y Roel A. García (bandas sonoras) y Maggie Cheung y Tony Leung (parte del elenco en varias de sus películas).

En 1988 llegó su ópera prima *As Tears Go By*, en donde ya se empezaban a distinguir sus principales rasgos narrativos y visuales, así como sus influencias. A continuación, una tabla donde se clasifica de manera cronológica la filmografía del director:

Tabla 1
Filmografía de Wong Kar-wai

Año	Titulo	Título en chino
1988	*As Tears Go By*	旺角卡門 *Wong gok ka moon*
1991	*Days of Being Wild*	阿飛正傳 *Ah fei zing zyun*
1994	*Ashes of Time* *Chungking Express*	東邪西毒 *Dung che sai duk* 重慶森林 *Chung Hing sam lam*
1995	*Fallen Angels*	墮落天使 *Do lok tin si*
1997	*Happy Together*	春光乍洩 *Chun gwong cha sit*
2000	*In the Mood for Love*	花樣年華 *Fa yeung nin wa*
2004	*2046*	
2007	*My Blueberry Nights*	
2013	*The Grandmaster*	代宗師 *Yi dai zong shi*

Fuente: Gómez Tarín, F. J. (2008). Wong Kar-Wai: grietas en el espacio-tiempo

En 2007 se propuso rodar su primera película en inglés (My Blueberry Nights), teniendo como protagonista a la cantante Norah Jones y en el reparto, otros actores populares como Jude Law y Natalie Portman. Otra prueba de su versatilidad es el video musical realizado para DJ Shadow (Six Days) en 2002 y la producción de grandes campañas publicitarias para empresas importantes como BMW, Motorola, Mercedes Benz, Lacoste, Dior, Louise Vuitton, Phillips, entre otras.

La filmografía de Wong Kar-wai: Estilemas

La obra de Wong Kar-wai está marcada por vivencias personales, su influencia literaria y que, con una mirada inocente sobre su infancia, demuestra una fijación por los años sesenta: nostalgia por los espacios y ambientes de la ciudad de Hong Kong y hasta por sus olores (se refleja en muchas escenas de comida en sus películas). Cuenta en diferentes películas historias que se entrecruzan e interactúan entre sí y, por lo tanto, poseen una gran cantidad de interpretaciones.

> [...] de ninguna manera podríamos adjudicar al cine de Wong Kar wai el calificativo de «occidentalizado» y si el de personal, formalista o estéticamente renovador. Su obra es ampliamente representativa de un tipo de discurso que penetra en la cotidianidad para desvelar desde ella las contradicciones y desesperanzas que embargan al ser humano en una sociedad cuyo flujo discurre por los derroteros del sometimiento y la homogeneización; sus filmes trascienden la historia para acceder a la Historia. (Gómez Tarín, 2003b)

Como menciona Gómez Tarín, el cine de Wong Kar-wai tiene una esencia profundamente humana y esto sólo puede lograrlo a través de experiencias vividas y que conectan con los espectadores, porque reflejan una cotidianeidad de la vida urbana. También el autor plantea dos tipos de estilemas: los narrativos (significado, estructura y contenidos argumentales de los filmes) y los formales (el significante): forma y contenido; es más, la forma es el contenido.

Se podría entender e interpretar la filmografía de este director como una progresión constante y una persistente búsqueda por encontrar un estilo particular y muy personal. Está hecha de fragmentos de historias que se componen de anécdotas vividas, sensaciones y recreaciones llenas de melancolía y nostalgia a través de una serie de elementos repetitivos como el uso de planos poco comunes (nadires, cenitales, picados, contrapicados), composiciones descentradas, juegos con la luz y sombras, utilización de *travelling* y gran angulares en cuanto a la cámara. A ellos se suman los característicos efectos de edición, como la utilización de ralentizaciones y aceleraciones del tiempo o contrastes extremos de color y los virados o el empleo del blanco y el negro. Tanto los códigos como los personajes y los entornos convergen una y otra vez sobre sí mismos y se van nutriendo de la experimentación y conocimiento previo.

Un aspecto importante es el método que usa con sus actores. Los sumerge en un espacio, sin un guión previo y la interpretación está ligada al efecto que tienen los actores al experimentar una inmersión en un entorno que los condiciona y donde van construyendo juntos la historia; personajes y espacios van edificando la narrativa a través de la experiencia misma del rodaje. “Cada espacio puede proporcionar su propia tensión dramática. El espacio puede ser emocional o inquietante [...] a veces pienso que el espacio es el personaje principal de una escena. Es un testigo” (Wong Kar-wai, 2001).

Figura 1
Fotograma de Chungking Express

Fuente: Chungking Express, 1994

Por un lado, está la cámara como un testigo que observa desde una mirada que podría decirse que es el *alter ego* del mismo director. Es un mega narrador con una mirada inquieta, como si se tratara de un niño curioso que explora y se sorprende de todo lo que atestigua, una mirada demasiado humana que conduce a adentrarse en el exterior de los personajes y pone al espectador como un testigo más, como un primer espectador; así, cuando un personaje realiza una acción como prender un cigarrillo o beber algo, la mirada de la cámara observa con detalle la acción y lo pone en primer plano.

Lejos de la dirección de cámaras del cine hegemónico en donde la cámara es una mirada absoluta, con planos de situación donde aparentemente los personajes se encuentran solos y que se produce la secuencia habitual de plano-contraplano; la mirada de Wong Kar-wai nunca se sitúa en la mirada de un personaje, sino que desde un ángulo frontal puede mostrar a los personajes mirándose entre sí, frente a frente como si estuvieran separados por un espejo que los refleja y la cámara en el vértice de ese espejo observa lo que pasa en ambos lados.

La utilización de planos emblema, que podrían definirse como un recurso utilizado para introducir el dato principal de la película en un plano exclusivo únicamente para mostrar información importante para el relato, se puede ubicar en cualquier parte de la película y tiene tal capacidad de

pregnancia que se queda en la mente de los espectadores. Como es el caso de los planos vacíos de las paredes (texturas), la cabina telefónica, la imagen de la selva filipina que se repite a lo largo del filme en *Days Of Being Wild*, o las repeticiones de espacios como corredores, escaleras, portales, restaurantes, cruces de calles, ciudad con lluvia en la mayoría de sus películas.

Por otro lado, las composiciones descentradas en las que los personajes no parecen asumir el protagonismo, sino que los espacios son parte de la narrativa, la presencia urbana se manifiesta como un personaje más del que no se puede desvincular la historia, sobre todo en trabajos donde llevó este recurso a la exageración, como *Chungking Express y Fallen Angels.* Su cine, más que preocuparse por contar una historia, se encarga de relacionar a los personajes con su entorno inmediato.

El manejo de la cámara busca siempre a los personajes, en muchas ocasiones a través de un espacio vacío (*travellings*[4] sobre las paredes, descentrados, desenmarcados), lo cual involucra al espectador como si fuera un personaje más dentro del relato con una mirada inquieta, curiosa y llena de sensaciones.

El paso del tiempo cinematográfico está impregnado de recursos como ralentizaciones, a veces casi imperceptibles, o de aceleraciones que, combinadas con la quietud de uno de los personajes (efecto que se logra con la actuación muy lenta o estática) afectan la temporalidad de la imagen, suspendiendo o acelerando la narrativa. El propio director, en una entrevista realizada por *Cahiers du cinéma* (1999) y que aparece en esta revista bajo su propia firma, ya decía: "La utilización que hago del *ralenti* es pragmática: es una llamada a una suspensión del flujo, una manera de dejar a los personajes y a los espectadores disfrutar de una mirada, de una atención a un ruido o a una luz".

El recuerdo, el amor frustrado, el desencuentro, la ausencia tienen efectos perceptivos y sensoriales dentro de los filmes, puestos en escena con la acumulación de elementos (música, montaje, espacio, tiempo, planos). Una parte importante es la musicalidad de sus películas, donde se fusionan estas sensaciones con la música acompasada. Las composiciones musicales están ligadas a los ambientes y al espacio, refiriéndose a la ciudad de Hong Kong y como muestra del mestizaje cultural vivido desde sus tiempos de la colonia británica, aparecen melodías chinas, temas en inglés, y sobre todo canciones latinoamericanas y caribeñas, en especial en sus

películas ambientadas en los años sesenta. Por ejemplo, *Muñequita linda* en los lentos *travellings* en *In The Mood For Love*, o el *Cucurrucucú* en la voz de Caetano Veloso sobre un plano aéreo de las cataratas de Iguazú en *Happy Together*, pero su momento culminante con Nat King Cole cantando en español *Quizás, Muñequita linda* y *Aquellos ojos verdes*, en *In The Mood For Love.*

La iluminación y el color en sus películas son recursos que valen la pena analizar con detenimiento, ya que no sólo se queda en la parte técnica y su dominio del conocimiento de los aspectos básicos de estos recursos, sino también en la formalización del relato y el estilo particular del director con la utilización de contrastes extremos, colores pregnantes, muchos contraluces y sombras, blanco y negro muy contrastados y virados.

Figura 2
Fotograma de la película Chungking Express

Fuente: Chungking Express, 1994

Iluminación y color en el cine. Una mirada a la filmografía de Wong Kar-wai

El artista y diseñador Bruno Munari menciona que las imágenes que se encuentran en la vida cotidiana son parte de la comunicación visual. No solamente las imágenes que forman parte de las artes visuales comunican, también lo hace el comportamiento de una persona, su manera de vestir, el orden o el desorden de un ambiente, la manera de utilizar un objeto, un conjunto de materiales y colores que pueden dar sentidos positivos o negativos. La construcción de ambientes mediante el diseño de iluminación es un tipo de comunicación visual.

Mientras tanto, la imagen es el material básico del lenguaje cinematográfico y está constituida por códigos visuales, símbolos y cuestiones psicológicas y estéticas que abarcan desde el vestuario de personajes, escenografía, encuadres y composiciones, perspectivas, movimientos y recursos técnicos de cámara y, por supuesto, la utilización de la iluminación y el color. Crear imágenes significativas que transmitan sensaciones, que no sólo sean espectaculares o llamativas, ayudan a reforzar la historia y es parte del diseño de iluminación, que se ayuda de la teoría del color. El cine, como arte escénico, utiliza estos recursos del diseño para crear las ambientaciones y atmósferas de las películas y aunque no lo es todo, la luz es lo que permite al espectador ver las proyecciones de imágenes.

La importancia del cinefotógrafo es crucial, pues su trabajo consta de diferentes tareas respecto a la iluminación antes, durante y después de la filmación. Su trabajo requiere diseñar la iluminación para aprovechar el set en relación con el estilo de la historia; crear una atmósfera que ayude a contar la historia; y también ajustar la exposición de cada emplazamiento, las indicaciones que las regulan y controlan la iluminación.

Así, el director de fotografía se encarga de traducir el guión de la película y transformar la visión del director en imágenes. Es capaz de comprender y trabajar en equipo con otros participantes destacados en el rodaje y, al mismo tiempo, controla su iluminación y los operadores de cámara. Para esto, debe tener una amplia cultura visual y de la luz, reconociendo las formas en las que se han iluminado películas del pasado, sabe decidir qué tipo específico de iluminación usar o no, pero también puede crear algo nuevo para transmitir múltiples emociones al espectador. Como lo señala el cinefotógrafo Jacques Loiseleux, los momentos o escenas de iluminación que el fotógrafo ha logrado reunir en su memoria y la colección de sentimientos y de emociones ligados a la impresión luminosa forman parte de lo que llama la mnemoteca de la luz.

Por otro lado, sin la luz no existiría el color. Para poder percibir los colores, la luz necesita incidir en las células receptoras de los ojos y éstas responden a las diferentes longitudes de onda. Tales estímulos pueden variar de persona a persona y producir una respuesta diferente; por ejemplo, la falta de algunos aminoácidos en el ADN provoca que las personas no vean exactamente el mismo color o matiz. Los colores tienen valores personales, culturales y universales y, dada la exposición continua a ciertos estímulos tonales, es esa percepción visual la que convierte en un lenguaje personal la aplicación de los colores en el arte de escribir con luz.

Entonces, el color y la iluminación en los filmes tienen un valor dramático, así como descriptivo y representativo en el tiempo y narrativa de la historia, involucrándose directamente en la acción de expresar plástica y estéticamente el drama de una escena y de los personajes. Para muestra, las posibilidades estéticas y emocionales del uso del blanco y negro comunican concretamente códigos visuales fáciles de identificar.

La profesora e investigadora en el área de educación artística María Acaso afirma que el sentido de la vista capta la información y emplea el código del lenguaje visual para transmitirla, pues las imágenes son unidades de representación. Este lenguaje no necesita aprenderse estrictamente para comprenderlo, porque al emitirse desde la comunicación visual casi siempre es entendible su significado para personas de diferentes culturas.

En ese sentido, el diseño de iluminación comunica mensajes que, aunque sean fáciles de entender, pueden ser percibidos en diversos sentidos. El diseño de iluminación ha estado presente en obras escénicas, pictóricas y arquitectónicas desde sus inicios, con la finalidad de crear experiencias visuales mediante el uso de luz artificial o natural, basándose en la iluminación de la vida cotidiana para comunicar dichos mensajes. Al igual que otro tipo de diseño, el diseño de iluminación lleva a cabo un proceso de programar, proyectar, coordinar, seleccionar y organizar acciones y elementos para la producción de comunicaciones visuales.

El uso de los efectos luminosos de la luz solar se convierte en la paleta de colores del cineasta para comunicar emociones al espectador. Es un lenguaje que usa a su disposición para expresar su visión del mundo y gracias a su estudio y conocimiento de la luz puede decidir el tipo de direccionalidad, color, calidad y cantidad de iluminación o tal vez usar luz artificial valiéndose del equipo necesario para crear el estilo visual de la película. Entonces, la tranquilidad de un sol pálido de primavera, un bosque frío a la luz de la luna, un pasaje con niebla o una luz sofocante del desierto, un ambiente dramático previa a una tempestad, entre muchas otras, son valiosos recursos de iluminación y color que el cineasta utiliza en favor de la historia y refuerza las emociones vividas y personalidad de los personajes de la trama.

En la filmografía de Wong Kar-wai, el ambiente y escenarios, en su mayoría, suceden dentro de la ciudad en la que apenas se puede ver el cielo. Escondidos entre enormes edificios se muestran los rincones más sórdidos de la ciudad en un entorno gris, oscuro, donde parece llover habitualmente, como una expresión de nostalgia que, puesta en escena junto con música, personajes, guión y montaje, constituye el estilo personal del director, en

donde la ciudad es un personaje más. Wong Kar-wai usa inteligentemente los recursos cinematográficos que necesita para contar sus historias, mismos que logra manipular y dominar a lo largo de su carrera.

Estos estilemas juntos fluyen una y otra vez como retórica de la elipsis y como presencias dentro del cine de Wong Kar-wai, sombras, reflejos, siluetas, espejos, pantallas vacías, a veces en total oscuridad, los fuera de campo y desenfoques que hacen sentir al público como un testigo de la escena capaz de sorprender con los movimientos de cámara y *travellings* que se integran a la estética del relato. Se podría decir que esta acumulación de juegos de iluminación, color y demás estilemas alcanzaron su madurez en *In the Mood for Love*, donde a partir del uso de luces, sombras, color, blanco y negro y escenarios ya no son sólo parte estética de la historia, sino que integran la formalización y discurso de la película.

En la película *Chungking Express*, lleva estos recursos cinematográficos a una exageración cuya expresión se puede entender como una oda a la ciudad de Hong Kong y específicamente al gueto de Chungking Mansions, donde pasó mucho tiempo de su vida. Wong Kar-wai usa colores vibrantes y muy contrastados, *travellings*, ralentizaciones, aceleraciones y juegos con el espacio-tiempo para contar dos historias de desamor. Sin ser una película convencional, con un inicio, desarrollo y final o con un viaje del héroe hasta conseguir su objetivo, usa figuras literarias e imágenes poéticas y juegos en la narrativa. Con el guión de los personajes, cuenta las historias usando metáforas, objetos y canciones que se repiten como elementos y presencias que aparecen y desaparecen constantemente como ecos de las historias que se entrelazan de alguna manera.

Figura 3
Otros trabajos de Wong Kar-wai

Fuente: Imagen promocional del grupo irlandés The Cranberries (izquierda) y Mamas and the Papas (de izquierda a derecha): Denny Doherty, Cass Elliot, Michelle Phillips y John Phillips (Getty Imagos) (derecha).

Con *Chungking Express*, Wong Kar-wai se dio a conocer internacionalmente, junto con la genial fotografía de Christopher Doyle y Andrew Lau, valiéndose de técnicas de la *nouvelle vague*[5] por el uso de monólogos de los personajes y escenas rápidas, cámaras manuales, grabación en las calles y tal vez también por su propuesta con más referencias a la cultura occidental, como en la música *dream pop* de Cocteau Twins, The Mamas & The Papas y The Cranberries. Esto lleva a la siguiente parte de la investigación, para la que se analizará una escena de la película de 1994 en donde se muestran los estilemas del director, la cual vale la pena analizar con detenimiento.

Metodología

El enfoque de esta investigación es de tipo cualitativo descriptivo porque se analizó la obra del director y su contexto histórico-social, particularmente la película *Chungking Express*. A la vez fue interpretativo, porque con base en el análisis e información recabada se realizó una interpretación formal y personal siguiendo los estilemas, narrativa, iluminación, colorimetría y principales temas de interés del director, sin dejar de lado un discurso visual propio para integrarlo a lo aprendido del director Wong Kar-wai en la realización de una serie de fotografías haciendo uso de los principales estilemas de su discurso visual.

El diseño de investigación es de tipo documental-hemerográfico. Primeramente, se realizó una investigación documental con base en libros, tesis y artículos de revistas consultadas en la biblioteca digital de la UNAM, así como en blogs de internet y artículos de profesores expertos en historia, cine, iluminación y diseño.

Posteriormente, se particulariza analizando la película *Chungking Express* de 1994, de la cual se tomó de referencia una escena en la que se hizo un análisis descriptivo desde el guión, la dirección de cámaras, la elección de iluminación, los tonos y colores usados, los estilemas y temas más representativos del creador y la manera de abordarlos hasta llegar a las escenas finales.

Para la toma de las fotografías se recurrió a dos modelos: un hombre y una mujer, ambos jóvenes. Se dispusieron escenarios y ambientes de la ciudad llevados al contexto de la Ciudad de México y Guanajuato para crear

las atmósferas e iluminación con las que se buscó transmitir sensaciones y emociones de nostalgia, soledad, desesperanza, melancolía, pero también placer, tranquilidad, euforia y un sentido onírico de la imagen.

Chungking Express

Cuenta dos historias que se relacionan a través de pequeños detalles sin llegar a conectar explícitamente la una con la otra y que son narradas de manera secuencial. Son protagonizadas por policías de Hong Kong que frecuentan el local de comida rápida *Midnight Express*. Tratan el desamor, la soledad y la obsesión mediante encuentros, amores no correspondidos y cruces improbables de desconocidos entre la multitud de gente que deambula en una ciudad cosmopolita y melancólica. Las tomas se llenan de matices, luces de neón, bares y puestos de comida rápida, dado que son parte del escenario para los personajes que, sumergidos en recuerdos, transitan en el peligro de los barrios bajos de la ciudad.

Estos personajes viven atados a objetos que tienen una relación con las personas que aman, como latas de comida, peluches, aviones, comida y otros objetos comunes, los cuales xponen su anhelo por el pasado y la nostalgia de su presente por pasiones vividas, además, simbolizan una obsesión desesperada por encontrar el amor. Este análisis se enfocará en la primera historia, específicamente una de las secuencias iniciales de la película.

Esta primera parte narra la historia del policía 223, He Zhi Wu, quien vive obsesionado con el recuerdo de su exnovia May, esperando su llamada, entre latas de piña que caducan la fecha de su cumpleaños, y con salir a correr "para sacar toda el agua de su cuerpo y así no poder llorar".

Vaga por la ciudad sumergido en el afán de contacto físico y emocional, sus noches transcurren en soledad esperando una llamada, hasta que se cruza con una mujer misteriosa que, como antagonista y en contraposición al policía, va vestida con un abrigo de lluvia, lentes oscuros y peluca rubia (el arquetipo de la *femme fatale*). La mujer se mueve en los bajos mundos, traficando drogas hasta que se entera de que sus días están contados, ya que recibe una amenaza de muerte en una lata de comida. Ella también tiene una historia de amor perdido, al que como último acto decide darle fin antes de morir y mata a su exnovio anglosajón, a lo que se le podría dar un sentido político en la última escena, cuando cumple su venganza y deja atrás su peluca rubia.

Análisis de la primera secuencia

Escena Inical, minuto 1,24 y 1,35.
Fuente: *Chungking Express* (1994). Director: Wong Kar-wai, Director de Fotografía: Andrew Lau.

La escena comienza con algunas tomas de la ciudad, específicamente del barrio Chungking Mansions, con cuatro tomas en plano general, contrapicado y nadir, apenas se puede ver el cielo entre edificios, fábricas y casas. Las nubes se mueven rápidamente y se utiliza el recurso de edición casi imperceptible para acelerar el tiempo; hay poca iluminación ambiental y los colores son fríos y oscuros, lo que podría evocar la soledad de las ciudades. El personaje con voz en off comienza a narrar la historia y de fondo se escucha música dramática que dinamiza el ritmo de la escena. El guión comienza planteando un pensamiento sobre la sensación de vivir en una gran ciudad, rodeado de cientos de personas que se cruzan a diario, pero en la que existe una gran soledad y tristeza en el interior de las personas:

Todos los días cruzamos nuestros caminos con muchas personas.
Personas que nunca conoceremos o que serán nuestros más cercanos amigos.

Escena Inical, minuto 1,56 y 2,01
Fuente: *Chungking Express* (1994). Director: Wong Kar-wai, Director de Fotografía: Andrew Lau.

En un primer plano aparece el personaje principal, el policía 223, se presenta con la voz en *off* y con el recurso de grabar a bajos fotogramas por segundo (fps), después se duplican o triplican, para luego proyectar a los fotogramas estándar (24 fps); lo que da un efecto de tiempo acelerado, cuando en realidad es lo contrario, es una ralentización del tiempo. El policía camina rápidamente en una calle concurrida; el concepto de la sobrepoblación se hace presente entre rostros extraños que pasan alrededor mientras el policía parece ir buscando a alguien.

Con gran cantidad de barridos y movimientos rápidos de cámara, al mismo tiempo que el recurso de ralentización, los juegos con el tiempo y la percepción de lo que viven los personajes imprimen en la escena dramatismo y sentido de persecución. Con iluminación ambiental sobre todo el color blanco de la calle de una ciudad de noche, llena de iluminación pública y luces de locales y comercios, los colores se perciben fríos, oscuros, con los cuales es fácilmente identificable el ambiente solitario para las personas que viven en grandes ciudades.

Soy policía, el número 223.
Mi nombre es He Zhiwu.

Escena Inical, minuto 2,07 y 2,10
Fuente: *Chungking Express* (1994). Director: Wong Kar-wai, Director de Fotografía: Andrew Lau.

Mientras continúa caminando, el policía se encuentra con un sospechoso que tiene el rostro cubierto e inicia una persecución en la calle entre locales y la multitud de personas. Con movimientos de cámara rápida y un ritmo acelerado, se muestran algunos planos generales y algunos planos con cámara en mano, como poniendo al espectador en el momento de la acción, sin dejar de lado los barridos y ralentizaciones la música, ambiente,

iluminación y color continúan siendo naturales de la calle, donde se perciben vehículos, locales y anuncios. Se enfoca en la visión del policía y en algunos planos generales y tomas desde lejos para darle contexto del lugar.

¡Detente!

Escena Inical, minuto 2,13 y 2,17
Fuente: *Chungking Express* (1994). Director: Wong Kar-wai, Director de Fotografía: Andrew Lau.

Hay algunos planos generales y tomas desde lejos de la acción, pero siempre enfocando al personaje principal entre la multitud. El efecto de ralentización aparta al personaje del mundo que le rodea y enfatiza la acción de persecución del sujeto con barridos que se quedan presentes en la memoria. La iluminación clara de la ciudad y los colores saturados por luces de neón están presentes, acompañados de cláxones de vehículos y de la música dramática continua. En la primera imagen, podría hablarse de un plano emblemático del director, el cual es un claro ejemplo de cómo utiliza, moldea y juega con el tiempo, a la vez que les da un estilo y estética particular a sus películas.

Escena Inical, minuto 2,19 y 2,23
Fuente: *Chungking Express* (1994). Director: Wong Kar-wai, Director de Fotografía: Andrew Lau.

La persecución continúa con una cámara de mano en momentos y después con un plano secuencia por la espalda del policía; los planos se observan descompuestos y asimétricos. Mientras el policía corre confundido, llega a un túnel lleno de comercios con anuncios fluorescentes, el policía se observa dudoso sobre la dirección que tomó el sospechoso; con un ligero contrapicado, el policía gira y ve nuevamente al sospechoso. La iluminación es oscura y fría por momentos y genialmente contrastada con las luces fluorescentes y colores vibrantes del neón, que son la principal fuente de luz; parece que el protagonista observa al sujeto entrar a un tipo de mercado donde hay gran cantidad de personas.

Escena Inical, minuto 2,28 y 2,32
Fuente: *Chungking Express* (1994). Director: Wong Kar-wai, Director de Fotografía: Andrew Lau.

El sospechoso, que parece estar tapado con una bolsa en la cabeza, corre entre la multitud en un plano medio. El policía sigue su camino y aparece por primera vez la mujer con peluca rubia y lentes oscuros, de espaldas, y se observa que viene de frente el policía cuando de pronto se corta la secuencia para dar lugar a otro plano emblemático del creador.

Escena Inical, minuto 2,34 y 2,35
Fuente: *Chungking Express* (1994). Director: Wong Kar-wai, Director de Fotografía: Andrew Lau.

El tiempo se hace nuevamente presente, esta vez con un primer plano de un reloj que marca la fecha viernes 28 de abril a las 8:59 de la noche. Hay una iluminación sombría y tonos azulados y fríos en lo que parece ser una oficina; cambia la toma y la cámara hace un acercamiento a la hora cuando cambia a las 9:00 de la noche, marcando la coincidencia entre los relojes con la hora exacta y anticipando el choque improbable entre los dos protagonistas.

Escena Inical, minuto 2,37 y 2,43
Fuente: *Chungking Express* (1994). Director: Wong Kar-wai, Director de Fotografía: Andrew Lau.

Se produce el cruce entre los protagonistas, ambos sin saberlo, al encontrarse en un mercado donde hay mucha iluminación artificial, mostradores con luces led y focos incidentales que muestran variedad de frutas y gente pasando. Con un encuadre asimétrico, la mujer del lado izquierdo se muestra confundida y un poco indiferente ante el impacto casual mientras observa cómo se alejan corriendo los sujetos. Los colores vivos naturalmente de un mercado contrastan con la situación caótica, la música dramática y el guión con la voz en off continúan mientras la imagen se congela con la imagen de la mujer y se va desvaneciendo poco a poco.

Esto es lo más cerca que hemos estado.
Sólo 0.01 cm entre nosotros.
Pero 57 horas después...
...Me enamoraría de esta mujer.

Discusión

Como parte de la discusión, se presenta el diseño proyectual de una serie de fotografías que, inspiradas en los estilemas que se analizaron con anterioridad, tienen como referencia de la filmografía del cineasta varios recursos. Con ellos, se experimentó en las fotografías finales, para el montaje, escenografía, iluminación, vestuario, maquillaje, composición y edición.

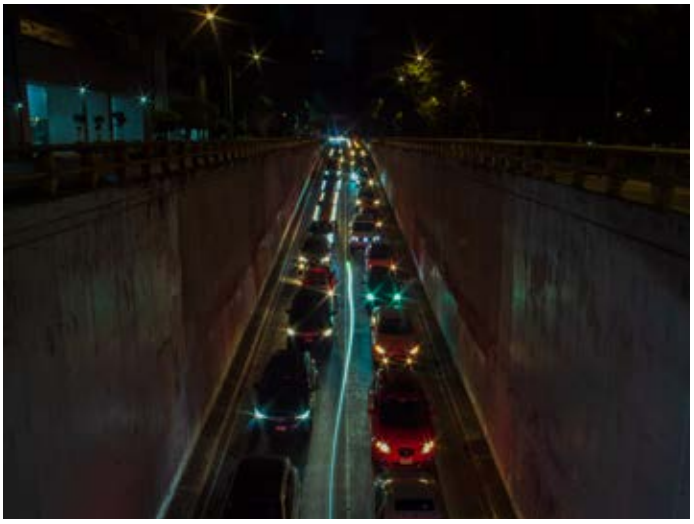
En cuanto a la parte técnica, se utilizó una cámara fotográfica con accesorios de lentillas de acercamiento, con las cuales se lograron efectos de desenfoque, barridos, bosque y profundidad de campo, así como la iluminación fría que contrasta con los colores vibrantes y contrastados de la ciudad. El uso de accesorios comunes en el cine de Wong como cigarros, el humo y lentes oscuros se hace presente dentro del montaje.

También se utilizó el recurso de baja velocidad de obturación para lograr fisiogramas con el paso de los automóviles en las calles.

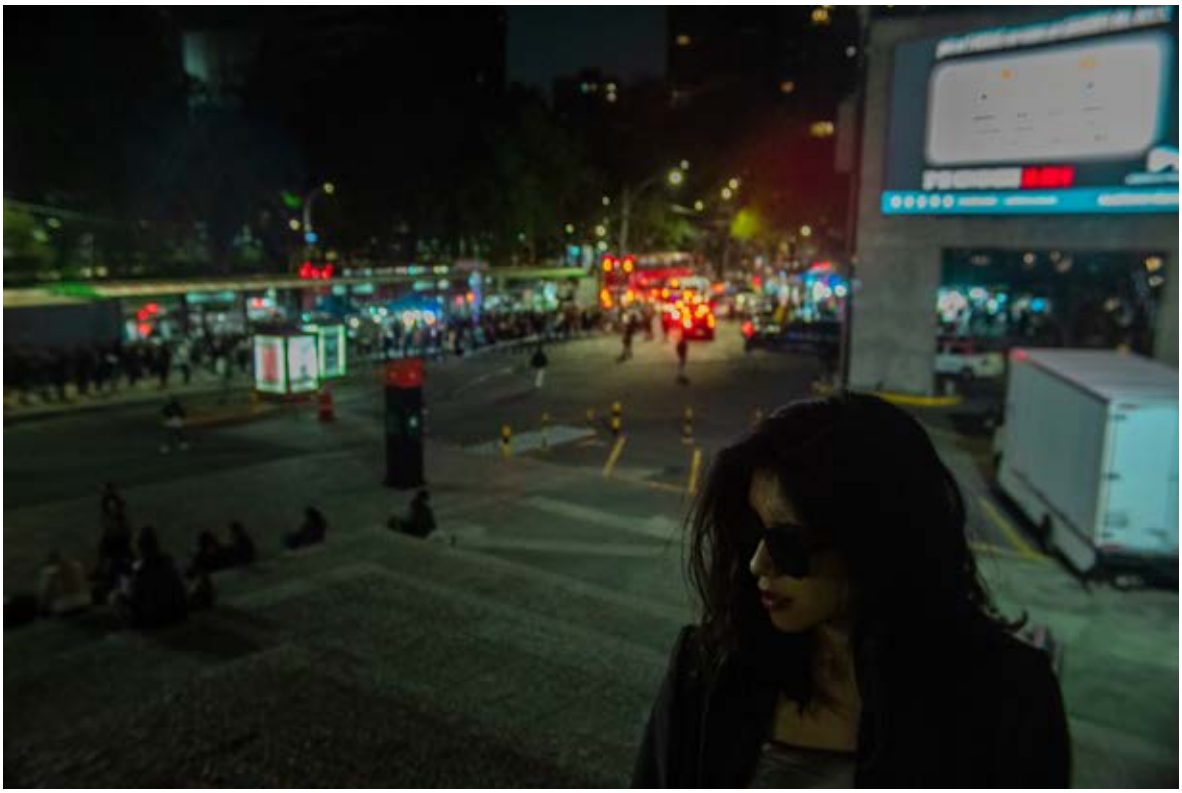
Otra similitud está en las escenas, donde la ciudad es un personaje más dentro de la historia. Se realiza una acción y hay acercamientos y movimientos de cámara hacia lo que sucede en el momento.

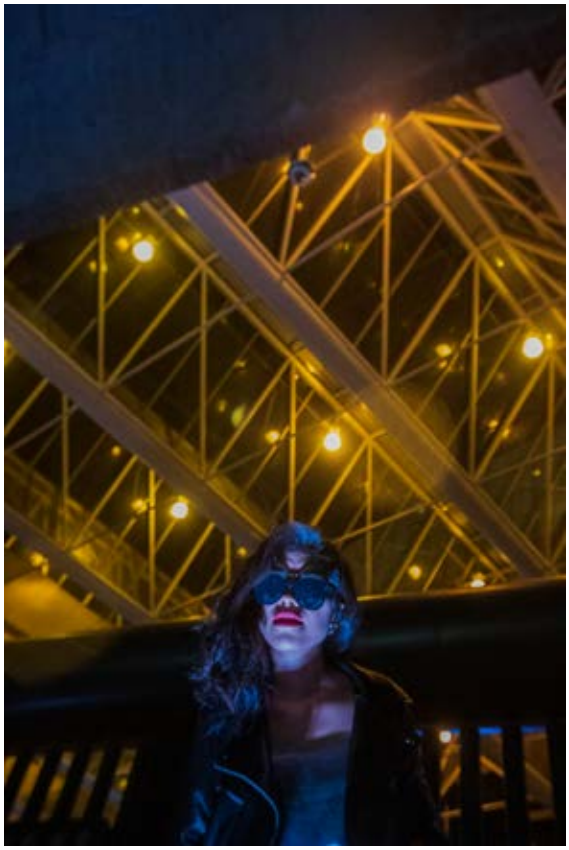
Al comparar el resultado obtenido en la serie de fotografías, se aprecian muchas similitudes con una cultura ajena al contexto nacional. La Ciudad de México y Hong Kong son dos grandes ciudades cosmopolitas en donde conviven diversas culturas, con infraestructuras de grandes edificios, comercios, tráfico y sobrepoblación.

Fotografía artística de autor: José Eduardo Hernández, 2024.



Fotografía artística de autor: José Eduardo Hernández, 2024.





Fotografía artística de autor:
José Eduardo Hernández,
2024.

Conclusiones

En esta investigación se advierten de manera general las marcas personales que caracterizan al cineasta Wong Kar-wai. Aunque existen diversos análisis de su obra, la mayoría reconoce, incluyendo este análisis muy general de su filmografía, su manera única de contar historias fuera del mundo occidentalizado. En este caso, además del trabajo de investigación, redacción y análisis desde el punto de vista del diseño, se experimentó con las técnicas aprendidas del cineasta para crear un diseño proyectual de una serie de fotografías, en donde la influencia del cineasta está marcada no sólo en lo visual, sino también en la complejidad que enmarcan sus obras, mismas que fueron y siguen siendo una corriente de aire fresco para el cine de su época y el cine actual, que aunque parece lejana sigue siendo una referencia para el cine actual.

Puede parecer una obra completa, pero al final tienen sutiles conexiones entre sí y queda un camino hacia la posibilidad de contar nuevas historias, siempre buscando alternativas sobre las técnicas del cine comercial que domina el mercado y que también busca los temas en los cuales se plasman temas de la filosofía existencialista, la liberación juvenil y sexual y, por supuesto, el (des)amor, temas pocos abordados en el cine de una manera tan real, honesta y divertida.

Se trata de un cine que no se puede someter a los calificativos y las expresiones del modelo occidental, más bien es un cine que prioriza los efectos sensoriales y sentimientos. El tiempo efímero que maneja y penetra a través del espacio representa un momento concreto o detiene el tiempo en un espacio determinado, donde sucede una acción humana que se mezcla con una compleja voz en off de los personajes situándose como espectadores de su propia existencia; los diálogos se muestran en parte como narradores y también como pensamientos propios.

A las personas como espectadores les corresponde interpretar las imágenes y todo el conjunto de recursos que implica el cine. En palabras del cineasta, el uso de monólogos ayuda a dar información que no se puede transcribir a la imagen en la pantalla. A veces está carencia informativa puede ser contradictoria para los espectadores quienes están acostumbrados a saber todo sobre los personajes y el desarrollo de la historia, pero no conocen casi nada sobre ellos mismos y esto es lo que conecta con la vida personal de los consumidores de un cine diferente.

Siguiendo la metodología planteada, se pudieron observar, analizar y vislumbrar desde una perspectiva del diseño y la comunicación visual las características señaladas durante el desarrollo y resultados del artículo. La intención es conocer y abrir la perspectiva sobre otras formas de hacer cine y de contar historias, pero sobre todo divulgar el cine que se hace en otras partes del mundo, así como encontrar diferencias y similitudes con el contexto histórico, social y emocional de cada espectador. Sin embargo, el trabajo del director hongkonés tiene muchas posibilidades y vías de investigación no sólo en el área del diseño y el cine, sino también en otras áreas, como la dirección de arte, que involucra vestuario, maquillaje y escenografía, la musicalidad que acompaña los filmes o la gran capacidad actoral de los artistas que participan.

En este artículo, se plantean las propiedades más sobresalientes del imaginario de Wong Kar-wai, con la ambición de contribuir con la investigación y difusión del cine de directores poco conocidos en el mundo occidental, pero también para inspirar y alentar a las nuevas generaciones de cineastas, investigadores, profesores, estudiantes, etc., a ver más allá de lo que ofrece el cine popular y adentrarse a un mundo lleno de posibilidades técnicas y estéticas que sirven para la creación de nuevas experiencias visuales y sensoriales. Al final todos los involucrados en las experiencias artísticas y creativas están en busca de un estilo que sobresale de lo que ya se conoce, porque como dice Paco Ignacio Taibo II "el estilo es un tono con el que recorres la vida". Fuente: Taibo II, P. I.(2024, 11–20 de octubre). XXIV FIL Zócalo, CDMX.

NOTAS:

1) El Wuxia, que literalmente significa 'caballeros de las artes marciales' o 'héroes de las artes marciales', es un género distintivo de la literatura, televisión y el cine chino.
2) Hay seis momentos o generaciones de la filmografía en China continental. La primera se inicia en 1896, cuando se introduce la grabación cinematográfica en Shanghái. La segunda fase comienza por la derrota japonesa en 1945. Con la revolución socialista de 1949, se inicia una nueva fase en la cultura. En plena época de la política de masas, se vio en el cine un medio de propaganda de gran poder. La cuarta gene-

ración es consecuencia de la vorágine política, social y cultural de la segunda mitad de la década de los 60. La política de "reforma y apertura", promulgada por Deng Xiaoping en 1978, abrió las puertas a una nueva concepción de la realidad y la cultura. En la década de los 80, surge con fuerza la quinta generación de directores chinos, innovadores en el tratamiento de las historias y el manejo del arte y la fotografía (Pablo I. Ampuero Ruiz, 2011).

3) "Conocido como el 'gueto de la ciudad', Chungking Mansions es el lugar donde se reúnen muchas de las minorías de Hong Kong. Si puedes ignorar a los vendedores ambulantes que intentan vender relojes falsos y trajes baratos, te ofrecerán una experiencia verdaderamente inmersiva. Deléitate con la cocina del sur de Asia más asequible de la ciudad y date el gusto de tomar un vaso de ron nepalí. Elige una prenda de ropa india o simplemente deambula por sus pasillos en busca de gangas". (Oficina de Turismo de Hong Kong, 2024)

4) Es un movimiento de la cámara montada sobre un vagón con ruedas, un auto, una grúa y hasta drones con el que se sigue el movimiento de los personajes, siempre con intencionalidades estéticas, narrativas y ritmo cinematográfico del realizador.

5) La nouvelle vague fue un movimiento artístico que surgió en Francia a mediados del siglo XX, el cual entendía que el cine debía ser más consciente de su propia naturaleza y no un medio superfluo que no tuviera nada que decir al espectador. Las características principales de este movimiento fueron la búsqueda artística de la verdad humana y exponerla con la mayor sinceridad posible.

REFERENCIAS

Bernal Quezada, M. E. (2013) Análisis de los estilemas del cineasta chino Wong Kar-Wai a partir de su trilogía: / Días salvajes 1990, Deseando amar 2000 y 2046 (2004) [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Autónoma de México]. Repositorio Institucional de la UNAM.

Hass,L(2020). Gran estado de ánimo. New Republic, Academic Search Ultimate de https://research-ebsco-com.pbidi.unam.mx:2443/c/df24kt/viewer/html/vadx4mfccb

Castillo Palacios, A. I. (2021). Nostalgia fragmentada: análisis del discurso audiovisual en el cine de Wong Kar-Wai en Chungking express, Fallen angels, Happy together e in the Mood for love [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional Autónoma de México].

Fontanellas, H. J. (2014), Manual de iluminación para cine y video, LIBRUNAM de https://www-digitaliapublishing-com.pbidi.unam.mx/viewepub?id=35449

García Besne García, V. A. (1998), La expresión audiovisual a través de la experiencia del color y del sonido en el cine [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Autónoma de México]. Repositorio UNAM.

Gómez Tarín, F. J. (2008). Wong Kar-Wai: grietas en el espacio-tiempo. LIBRUNAM. https://www-digitaliapublishing-com.pbidi.unam.mx/viewepub?id=27887

Reynaud, Bérénice (1999). Nouvelles Chines, nouveaux cinemas. París: Cahiers du Cinéma.

Ricardo Hipólito, A. E. (2021). Diseño de iluminación en el cine: la cultura de la luz de Agustín Jiménez "Café de chinos" [Tesis de maestría, Universidad Nacional Autónoma de México]. Repositorio UNAM

Villegas Castellanos, M. G. (2022). La arquitectura y la iluminación en el cine. Universidad Nacional Autónoma de México.

Duarte, M. L. R. Acaso. (2009), Manual de Lenguaje Visual.

Wong kar wai. (2001). Deux ou trois choses sur Wong Kar-wai / Entrevista por Yves Montmayeurla.

Wong Kar-wai. (1997). Entrevista celebrada en el Park Hyatt Hotel de Tokio / Reproducidas en Lalanne, Martínez, Abbas y Ngai.

Atribución-No Comercial-Sin Derivadas
Permite a otros solo descargar la obra y compartirla con otros siempre y cuando se otorgue el crédito del autor correspondiente y de la publicación; no se permite cambiarlo de forma alguna ni usarlo comercialmente.

José Eduardo Hernández García
Título de la Serie: “México *Express*”
Año: 2024

Colección de Exvotos
del Museo Amparo

Exvotos mexicanos: Análisis iconográfico e importancia de su preservación en la memoria cultural

Mexican Ex-votos: Iconographic Analysis and the Importance of Their Preservation in Cultural Memory

Araceli Herrera Cruz*

Resumen

La palabra “exvoto” proviene del latín ex voto, que significa ‘proveniente de un voto’; es decir, algo que se promete realizar al cumplirse o recibirse un favor y son ofrendados a una deidad. La tradición de los exvotos pintados llegó a México en el siglo XVI, con el arribo de los españoles. Durante el siglo XVIII, solamente las personas acaudaladas podían pagar este tipo de pinturas, pero en el siglo XIX, con la Independencia de México y la desaparición de los gremios de pintores, el exvoto se convirtió en un arte libre.

Depreciados por las clases altas, los exvotos muestran la voz del pueblo a través de su religiosidad y dan fe de testimonios que han ayudado a los historiadores a tener un acercamiento más humano y real con el contexto de la época; reflejan las preocupaciones de un tiempo narrado a través de imágenes. Los exvotos han cambiado a lo largo del tiempo y actualmente se elaboran con variantes más seculares.

*Egresada de la Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual, Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán, Universidad Nacional Autónoma de México. Mail: ***araceli.hr7784@gmail.com***

Fecha de recepción: enero, 2025
Fecha de aceptación: marzo, 2025
Versión final: marzo, 2025
Fecha de publicación: abril, 2025

En México, el constructo identitario no podría entenderse sin la presencia religiosa como parte fundamental del mismo, se profese alguna o no. Ejemplo de esto, es la gran devoción que se le profesa a la Virgen de Guadalupe en nuestro país, que comenzó a gestarse poco después de la Conquista y aun hoy en día es referente cultural innegable de la identidad mexicana en el mundo. Los exvotos forman parte de la memoria cultural y son objetos de arte popular valorados por su sentido espiritual y religioso, pero también como piezas culturales e históricas que dan cuenta de la organización, situación y creencias de una sociedad.

Gracias a la aplicación del método iconográfico e iconológico de Erwin Panofsky al exvoto (Flores, E. (1864). Retablo a la Virgen del Pueblito *EXVO.10074,* Museo Amparo), referente al Sitio de Puebla de 1863, se pudo constatar que contiene una iconografía e iconología que permite una comprensión extensa de lo que sucede en esta imagen, lo que refuerza lo argumentado.

Palabras clave: Exvoto, contexto, cultura, memoria.

Abstract

The word ex-voto comes from the Latin "ex-voto", which means "from a vote"; That is, something that is promised to be done when a favor is fulfilled or received and is offered to a deity. The tradition of painted votive offerings arrived in Mexico in the 16th century with the arrival of the Spanish. During the 18th century, only wealthy people could afford this type of painting. In the 19th century, with the Independence of Mexico and the disappearance of the painters' guilds, the votive offering became a free art. Depreciated by the upper classes, votive offerings show the voice of the people through their religiosity and attest to testimonies that have helped historians to have a more human and real approach to the context of the time, reflecting the concerns of a narrated time. through images. Votive offerings have changed over time and are currently made with more secular variants.

In Mexico, the identity construct could not be understood without the religious presence as a fundamental part of it, whether one is professed or not. An example of this is the influence of the Virgin of Guadalupe in Mexico, which began to take shape shortly after the Conquest. Even today, it is

an undeniable cultural reference of Mexican identity in the world. Votive offerings are part of cultural memory, they are popular art objects valued for their spiritual and religious meaning by believers, but also as cultural and historical pieces that give an account of the history, organization and beliefs of a society.

Thanks to the application of Erwin Panofsky's Iconographic and Iconological Method to the votive offering (Flores, E. (1864). Altarpiece to the Virgin of Pueblito EXVO.10074, Amparo Museum) Altarpiece to the Virgin of Pueblito Amparo)

referring to the Siege of Puebla of 1863, it was possible to verify that it contains an iconography and iconology that allows an extensive understanding of what happens in this image which reinforces what was argued.

Keywords: *Votive offering, context, culture, memory.*

Introducción

En México, según el último censo de población y vivienda del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2020), en el apartado *Clasificación de religiones*, se estima que alrededor del 77,7 % de la población mexicana se reconoce católica, lo cual representó cerca de 97,9 millones de mexicanos, religión predominante sobre otros cultos a lo largo de diversas épocas; esto no es sorpresivo considerando la historia de colonización y posterior evangelización.

Como la historia lo muestra, la inserción de una nueva religión en la Nueva España transgredió la forma de pensar y vivir de los ciudadanos y a pesar de que fue impuesta a través de la violencia y explotación, también se buscó el consenso y la participación de los feligreses en las actividades comunitarias, para hacerla más cercana a su vida y costumbres. Posteriormente, se convirtió en algo muy importante lejos de la idea de imposición, un sincretismo religioso que permitió una nueva etapa.

Siglos después de esta aceptación cristiana, las personas han tenido diversas formas de apropiación de fe y de cómo profesarla, además de cómo expresar su gratitud ante los favores o milagros recibidos por las deidades a las que veneran. Es en este punto donde surgen los exvotos. La palabra "exvoto" proviene del latín ex voto, que significa 'proveniente de un voto'; es decir, algo que se promete realizar al cumplirse o recibirse un

favor (en este caso a una deidad). Existen varios tipos de exvotos y toman diferentes formas dependiendo de las características religiosas de cada una de ellas, pueden ser objetos, bailes, rituales, donaciones, oraciones u otro tipo de actos.

En este artículo, se revisarán sólo los exvotos pintados sobre lámina o madera, teniendo como objetivo conocer su historia y aportes socioculturales (si es que los tienen) en la memoria cultural y como elementos integrantes del constructo de identidad, además de analizar si contienen información gráfica que se considere de importancia para la comprensión social o histórica de sucesos de la historia mexicana, teniendo como hipótesis que es así.

Para la obtención de estos resultados, se realizará, aparte de la documentación escrita, un análisis iconográfico-iconológico de un exvoto, siguiendo el método de Erwin Panofsky, bajo los tres niveles de comprensión que se sugieren en esta metodología.

Del León & Ramírez (2023). Los presentan de la siguiente manera:

> El primario o natural: La obra de arte se analiza desde un nivel primario o básico, el nivel natural que se desprende de una visión simple de ella, en la que las figuras, elementos u objetos representados no se relacionan con asuntos o temas determinados.
> El secundario o convencional (consiste en descifrar es la interpretación más profunda dada por el significado intrínseco de la obra, su concepto y su alcance en contextos determinados. Este nivel corresponde a un grado lógico proveniente del conocimiento cultural, las fuentes icónicas, históricas, literarias, etc., que conectan al objeto estudiado con otras representaciones y contextos.
> El terciario o intrínseco: Se necesita un amplio conocimiento del contexto cultural relacionado con la obra de arte. Para lo que se necesita un amplio conocimiento del contexto cultural relacionado con la obra de arte.(Secc."Lee, La Lectura de Imágenes, El método iconográfico e iconológico de Erwin Panofsky)

Se eligieron como objeto de estudio estas piezas en particular por representar no sólo un objeto pictórico cuyas características per se pueden analizarse, sino por algo que va más allá: ese hito de fe anclado en cada una de ellas. Tales obras han representado una ofrenda de redención o expiación, ejercidas bajo un sentimiento profundo, por acontecimientos o pasa-

jes de la vida, en los cuales se recurre a este "acercamiento con la divinidad" que rescata; una práctica común en México durante varios siglos. Los exvotos hablan acerca de las preocupaciones, miedos, vivencias, formas de vida e ideas morales de las personas que los elaboraban o siguen elaborando, ya que, como se detallara más adelante, este tipo de ofrendas se continúan haciendo, aunque actualmente de forma distinta.

Lao-Tsé (como se citó en Sánchez, 2022) afirma que "El agradecimiento es la memoria del corazón"., y no podía haber mejor frase que devele el sentimiento que existe detrás de los exvotos, por lo que este artículo incluye también el proceso de elaboración de uno propio, que responde igualmente a este llamado del corazón hacia el agradecimiento, por salir avante de una situación médica.

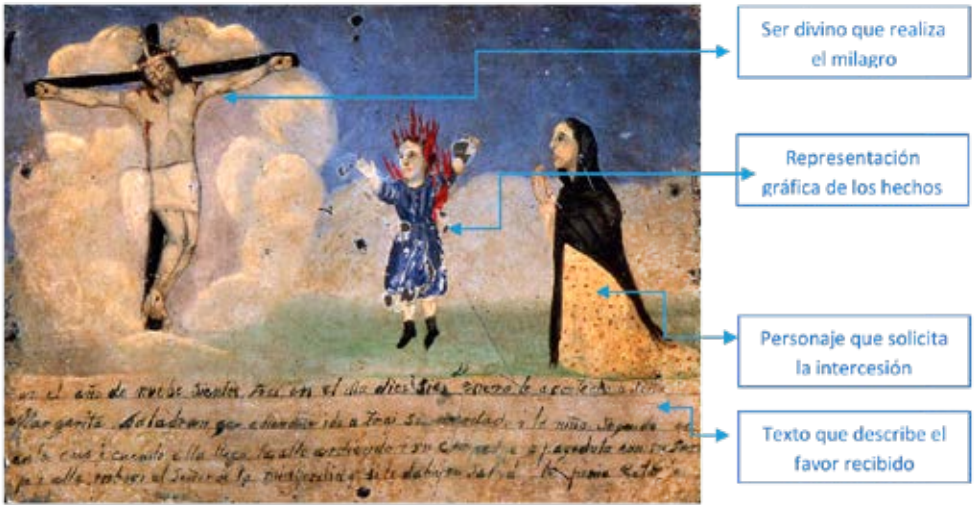
Acerca de los exvotos

Se le llama exvoto a toda clase de ofrendas dedicadas a deidades, Dios, vírgenes o santos, en agradecimiento por la ayuda brindada para mitigar o erradicar alguna enfermedad, dolencia, problema o una situación de peligro, que también da constancia del milagro recibido. Según Bargellini (2018):

> Los exvotos representan un intercambio entre lo terrenal y lo sagrado no sólo expresan gratitud por un hecho único y singular; también buscan fortalecer la relación y comunicación entre lo humano y lo divino de manera que se extienda en eficacia y duración en el tiempo, así como difundir la importancia de esa relación entre los que lleguen a conocer sus beneficios. (p.12)

Estos exvotos realizados al óleo sobre lámina o madera en diversas dimensiones, que pueden incluso ser pintados directamente sobre las paredes de los templos o iglesias, son también llamados "retablitos". Están elaborados generalmente por autores desconocidos, aunque también existen algunos firmados y otros que por sus características pueden atribuirse a cierto artista; son una muestra de expresión gráfica de la religiosidad mexicana y piezas integrantes de la cultura popular. Su composición incluye generalmente tres elementos principales: el ser divino que obró el milagro, la representación gráfica de los hechos y el personaje que solicita la intercesión, el cual usualmente se representa de rodillas, además de un texto que describe el favor recibido.

Imagen 1
Esquema del retablo



Elaboración propia con base en el exvoto Retablo al Señor de la Misericordia, Desconocido, 1903. Colección Museo Amparo

Esta tradición llegó a México en el siglo XVI con el arribo de los españoles.

> Durante el siglo XVII esta tradición se empieza a gestar como la conocemos, es decir, el exvoto pintado de tipo católico, cuya pieza más antigua se conserva en Santa María Tulantongo, Texcoco, Estado de México, y data de ese siglo. Asimismo, durante el siglo XVIII solamente las personas acaudaladas podían pagar este tipo de pinturas, ya que eran hechas en lienzos importados y realizados por el gremio de pintores, es decir, eran piezas en las que se puede ver una destreza académica, por lo cual eran costosas.
> En el siglo XIX, con la Independencia de México y la desaparición de los gremios de pintores, el exvoto se convirtió en un arte libre. Cualquier pintor aficionado o con ciertos estudios los podía hacer, Por lo anterior, se convirtieron en un objeto asequible para la población. (Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura [INBAL], 2023, párr.7)

Esa particularidad tan especial, esto es, el hecho de que fueran las personas quienes los elaboraban directamente o que pagaran a algún pintor cercano, es lo que hace a muchos tan “francos”. En gran parte de ellos, se puede notar la falta de alguna técnica pictórica en su elaboración, incluso faltas ortográficas o coherencia en la redacción del texto, lo cual indica que

fueron elaborados por personas cuyos oficios eran ajenos a lo artístico, o con poca instrucción sobre esto; aun así, su fe los movía a realizar o pagar por la elaboración de estas ofrendas. También existen obras firmadas cuya técnica es más pulida, por lo que se sabe que eran obras de pintores que ofrecían sus servicios. Algunos artistas retableros reconocidos son Enrique Ávila, Rogelio Peña, Graciela Galindo, los hermanos Gonzalo y José Luis Hernández, el matrimonio de Flor Palomares y Gonzalo Palacios.

Depreciados por las clases altas, los exvotos muestran la voz del pueblo a través de su religiosidad y dan fe de testimonios vivos que han ayudado a los historiadores a tener un acercamiento más humano y real con el contexto de la época. El agobio por alguna enfermedad, accidente o plaga en su cosecha, el temor que causaban seres sobrenaturales como brujas y nahuales, incluso lesiones en batallas, además de otros temas, reflejan el contexto de un tiempo narrado a través de imágenes que ejercen el papel de huellas culturales de una sociedad cambiante. Los colores, la vestimenta y los problemas que aquejan a la población se transforman con los siglos y estas peticiones comunican, sin que sea su intención, el cambio social que están viviendo.

Arias (2002) señala en su libro *La enferma eterna: mujer y exvoto en México siglos XIX y XX*:

> Los motivos del exvoto femenino registran variaciones de acuerdo a las tradiciones y transiciones regionales que nutren la devoción de cada imagen milagrosa y han cambiado a través del tiempo. Con todo, en ellos quedaron plasmadas varias de las preocupaciones íntimas y sinceras de las mujeres a través de la historia. El exvoto, como un acto fundamentalmente público, aparece como un espacio social donde se han expresado y confrontado los intereses, principios, y valores. Visto así, el exvoto aparece como historia, pero como historia codificada, es decir, donde hay que asumir que hay asuntos de los que las mujeres han podido hablar y otros no: son los silencios cambiantes de la cultura. (p. 44)

Por otro lado, Zárate (1998) comenta:

> En los exvotos pintados del Santuario de Soriano he encontrado testimonios que permiten reconstruir una parte de la historia económica y social de la región, así como incluir temáticas aún inéditas en la historiografía regional, como por ejemplo procesos de modernización, vida cotidiana y familiar. (p.56)

Es gracias a éstos y otros estudios efectuados por investigadores e historiadores que destaca la importancia cultural y el reflejo social que develan los exvotos. Cambios sociales drásticos, como la revolucion y el asedio de algunas enfermedades, motivaron la realizacion más frecuente de esta práctica votiva. Pero, como se mencionó, no hubo interés y apreciación por los exvotos durante varios años.

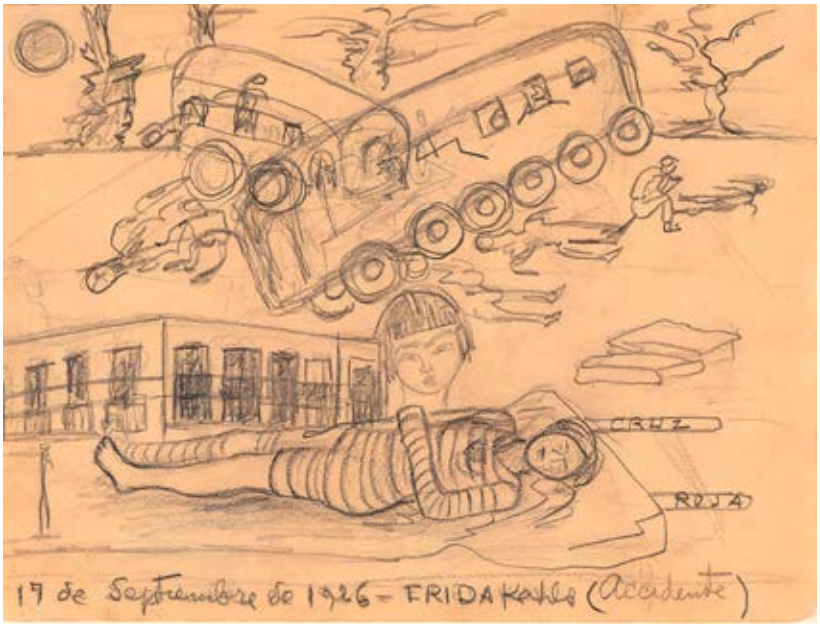
Diego Rivera y Frida Kahlo son artistas que se empiezan a interesar en ellos, los obtienen de algunos Santuarios y crean una colección importante. Es gracias a este interés que Diego Rivera comparte su punto de vista acerca de los exvotos en la revista *Mexican Folkways*, donde los definió como "la verdadera y única expresión pictórica del pueblo mexicano", obras que eran producto del sincretismo entre producción europea y lo indígena. También realizó una crítica dirigida hacia algunos miembros de la comunidad de artistas y a la burguesía (citado en Galeana, 2023).

Vergara y Lorenzo fundamentan: "Este tipo de arte popular religioso atrajo el interés de grandes artistas mexicanos como el Dr. Atl (Gerardo Murillo, 1875-1964) [quien publicó el libro *Las artes populares de México,* donde incluyó a los exvotos] y Roberto Montenegro (1885-1968)" (s.f., párr. 8). Pero también de María Izquierdo (1902–1955), Gabriel Fernández (1900-1983), Jorge Encizo (1879-1969), Javier Guerrero (1896-1974), Adolfo Best Maugart (1891-1964), Manuel Rodríguez Lozano (1896-1971), entre otros.

La misma Frida Kahlo ofreció una de estas piezas votivas, la cual es muy conocida por mostrar uno de los pasajes más trágicos de su vida: el accidente que sufrió en 1925, que tuvo lugar cuando viajaba en un autobús y éste fue embestido por un tranvía, lo que le ocasionó una fractura en la columna vertebral, perforación de la pelvis con el pasamanos del tranvía, fractura de costillas, clavícula y pierna.

Este exvoto lo hizo en nombre de sus padres por el agradecimiento que le profesaban a la Virgen de los Dolores por haberle permitido salir con vida de aquel fatal accidente. Kahlo realizó un boceto de la escena descrita (Imagen 2), pero años después encontró uno elaborado por otra persona que era muy parecido a lo que le sucedió y decidió retocarlo con algunas características particulares propias (como la ceja poblada) y además anexó el texto del acontecimiento que vivió (Imagen 3).

Imagen 2
Accidente, 17 septiembre



Fuente: Frida Kahlo, 1926, Banco de México, Fiduciario en el Fideicomiso relativo a los Museos Diego Rivera y Frida Kahlo, Ciudad de México.

Imagen 3
Exvoto (Retablo)

Fuente: Frida Kahlo, 1940, Museo Frida Kahlo, Ciudad de México.
Inscripción: *Los señores Guillermo Kahlo y Matilde C. de Kahlo le dan gracias a Nuestra Señora de los Dolores por salvar a nuestra hija Frida del accidente que tuvo lugar en 1925, en la esquina de Cuahutemozin y Calzada de Tlalpah.*

Este gusto por coleccionar exvotos y el estilo pictórico de los mismos representó una fuente de inspiración en su obra. Creó piezas que los emulaban, pero no para santuarios, sino como objetos cercanos de su vida diaria, en la cual, como se sabe, estaba implicado el dolor por los múltiples procedimientos médicos a los que debía someterse después de su accidente; situación que refleja en éstos también llamados retablitos. En varios de ellos, se sustituye la imagen de la divinidad por el retrato de su médico en señal de agradecimiento, por lo que el exvoto continúa con su función votiva, incluso con un giro fuera de lo religioso.

La producción de estos exvotos con variantes más seculares son un fenómeno del arte contemporáneo y tratan temas tan variados como irreverentes, pues se pueden encontrar piezas haciendo referencias a marcianos, luchadores, fútbol, personajes de ficción, así como a las nuevas variantes de identidad genérica. Incluso algunos han servido para la realización de memes, los cuales son compartidos principalmente en redes sociales y son motivo de diversión, ya que los temas mostrados parecen más una sátira de lo cotidiano. No obstante, también es posible encontrar exvotos que reflejan situaciones graves, como la pandemia de COVID-19 sufrida hace apenas unos años (2019).

Estos cambios de temáticas y función responden nuevamente al cambio social de una época. Los retablitos muestran las particularidades de una sociedad y sus preocupaciones, por lo que es de esperar que con el paso del tiempo hayan tenido una transformación. Dado que la sociedad no es un ente estático, la religión, aunque con dogmas muy establecidos, también ha sufrido cambios y se ha enfrentado cada vez más a la pérdida de creyentes, aumentando el número de protestantes o personas que se denominan ateos. Así que las nuevas muestras de expresión gráfica van cambiando con esta nueva realidad que forma nuevas identidades.

Pese a que estas variantes también son estudiadas, se ha otorgado un mayor énfasis en el estudio y preservación de los tradicionales exvotos y varios de los santuarios donde se exhiben buscan alternativas para su conservación. Ejemplo de estas acciones se encuentra en el Santuario de la Basílica de Guadalupe, en la Ciudad de México, donde se realizan trabajos de clasificación, investigación y restauración de estos objetos que han sido depositados en este sitio, los cuales ofrecen testimonio de los milagros realizados por la Virgen de Guadalupe. Otros sitios con colecciones importantes de exvotos son la iglesia del Saucito, en San Luis Potosí; en la Basílica y

el Convento de Nuestra Señora de la Expectación, en Zapopan, Jalisco; el monumento a Cristo Rey y el santuario de San Miguel Arcángel en Guanajuato; además del Niño de Atocha, Señor de los Plateros, en Zacatecas; el Santuario de San Miguel Arcángel, etc.

Un vistazo a los exvotos

La clasificación que se les da a los exvotos por lo general depende del santuario o museo donde se encuentran exhibidos, pero algunos autores sugieren algunas clasificaciones generales. En este apartado, se presentan algunos ejemplos de ellos y su clasificación.

De enfermedad

Imagen 4
Retablo al Señor de la Piedad y San Nicolás Tolentino

Fuente: Desconocido (1876) Retablo al Señor de la Piedad y San Nicolás Tolentino, Colección Museo Amparo
"En el año de 1876 le aconteso [sic] Anicolas Mendosa en el mes
de Mallo [sic] el aberse [sic] enfermado (...) i bindose [sic] gravemente [sic] sin reconocer [sic]
en ningún[sic] alivio[sic], imboco [sic] con bera [sic] de (...)

Accidentes

Imagen 5
Retablo al Señor del Hospital

Fuente: Desconocido.(1935) Retablo al Señor del Hospital,
Colección Museo Amparo
"al niño Loreto Rodriguez lo atropello un camión [sic] y estando en mucha gravedad su padre lo encomendo [sic] al Sr. del hospital y al fin y llego a restableser [sic] por lo que le dan infinitas gracias dedicando el presente retablo. Silao Gto Julio de 1935. Leonisio Rodriguez

Injusticia

Imagen 6
Retablo al Señor del Hospital

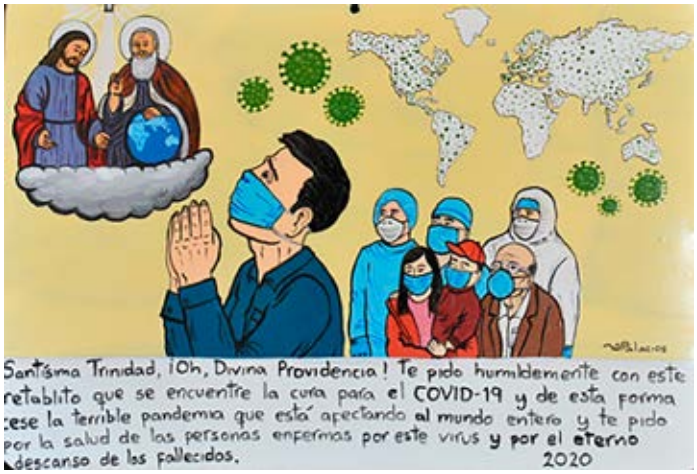
Fuente: Desconocido (s.f.), Retablo al Señor del Hospital, Colección Museo Amparo
"El señor José Almanza fue acusado de un falso crimen y encarcelado rigurosamente. Su afligida esposa invocó al Señor del Hospital con todas las veras de su corazón pidiéndole que intercediera por su esposo para que Dios le diera pronto su libertad prometiendo acer [sic](¿público?) el milagro en un retablo y que (...) quedando en entera libertad y reconosida [sic] (...)
Por lo que da (...) por las (...)".

Nuevos exvotos

Imagen 7
Retablito a Sor Juana

Fuente: Martínez. F. (2020) Dedico este retablito a Sor Juana.
"Dedico este retablito a Sor Juana Inés de la Cruz porque, aunque no es Santa, me ha inspirado eróticas composiciones que me han librado de salir de casa, ir al encuentro de los amantes y contagiarme de ese otro necio que hoy no es el amor sino el pinche Coronavirus Francisco Martínez Cruz CDMX abril 2020"

Imagen 8
Exvoto tomado de la red Santísima trinidad



Fuente: Palacios, G. (2020) Santísima Trinidad. Flirk.
"Santísima Trinidad, ¡oh, Divina Providencia! Te pido humildemente con este retablito que se encuentre la cura para el COVID-19 y que de esta forma cese la terrible pandemia que está afectando al mundo entero y te pido por la salud de las personas enfermas por este virus y por el eterno descanso de los fallecidos".

Imagen 9
Exvoto tomado de la red

Fuente: Desconocido,(2018) Exvotos, retablos y milagritos.
"Doy Infinitas gracias a Diosito por traerme un gatito tan bonito en una noche fría. 12 años con el" [sic].

Cultura, identidad y memoria

Como se ha descrito, los exvotos son piezas que poseen riqueza cultural y visual escondida bajo su iconografía, preservada gracias a la proximidad de las piezas con la realidad cotidiana de las personas, quienes buscaban exhibir un testimonio auténtico, sin falsas pretensiones.

Pero hoy en día resulta algo más complicado ser auténtico. En la era de la globalización y digitalización, es cada vez más común escuchar disputas generadas por la apropiación cultural. Resulta difícil escapar de la influencia de la industria cultural global, pero no concientizar sobre la cultura propia puede no ser una buena idea, dado que la integran elementos fundamentales del contexto social del individuo, que le posibilitan entender su entorno y un rol que juega en él; de ahí la importancia de conocerla, lo cual contribuirá con una mejor coexistencia colectiva, ya que ésta es evolutiva modificando las variables religiosas, sociales, de valores y políticas.

El término cultura posee una infinidad de definiciones o aceptaciones según diversos autores, por ejemplo: El concepto freudiano de cultura (1972) implica "todo aquello en que la vida humana ha superado sus condiciones zoológicas y se distingue de la vida de los animales" (p.34). Este concepto rechaza de algún modo "lo natural" como concepto cultural, pero con el paso del tiempo las definiciones de cultura han integrado el patrimonio natural, puesto que éste forma parte importante del entorno humano y con el que el individuo crea memorias.

Otra definición refiere que cultura es un conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social etc. (Real Academia Española, s.f., definición 3). De acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO,2023) "cultura es todo lo que constituye nuestro ser y configura nuestra identidad".

Entonces, en un contexto más actual se puede observar cómo se han ido integrando elementos como el arte, la ciencia y la identidad en la concepción de estas definiciones, lo cual lleva a entender que la cultura forma parte del individuo social y su forma de entender el entorno, además de que lo sujeta a predisposiciones de juicios, valores, apreciación y entendimiento distinto según el lugar donde se desarrolla. Estas variaciones culturales marcarán diferencias entre épocas y regiones, que a su vez provocarán cambios en la concepción de la individualidad y colectividad de una persona, es decir, en su identidad cultural.

Para Berger y Luckman (1986), la construcción de identidades es "un fenómeno que surge de la dialéctica entre el individuo y la sociedad" (p.24) Por otro lado, Gilberto Giménez (2007/2016) argumenta "el concepto de identidad es inseparable de la idea de cultura, debido a que las identidades sólo pueden formarse a partir de las diferentes culturas y subculturas a las que se pertenece o en las que se participa" (p.54).

Siendo así, ¿cómo podría el individuo no involucrarse en una realidad en la que se encuentra inmerso? Según Melucci (2001) "Se requiere cierto grado de involucramiento emocional en la definición de la identidad colectiva. Este involucramiento permite a los individuos sentirse parte de una común unidad" (pp. 70-71). Los sentimientos o actitudes que se generan a partir de alguna experiencia o asociación con algo que ayuda al individuo a sentirse parte de un grupo arraigan de una manera más íntima a éste dentro de la colectividad.

En México, este constructo identitario no podría entenderse sin la presencia religiosa como parte fundamental del mismo, se profese alguna o no. Ejemplo de esto, es la devoción a la Virgen de Guadalupe en México, que comenzó a gestarse poco después de la Conquista. Lo que en un principio fue un fenómeno transmitido principalmente de forma oral, con el tiempo se transformó en un símbolo central de la identidad novohispana en el siglo XVIII (Boletín UNAM-DGCS-1094, 2023) y aun hoy en día es referente cultural innegable de la identidad mexicana en el mundo.

Como se mencionó, esta información que se transmitía de manera oral fue tan importante que aportó las bases de una creencia religiosa colectiva predominante. Ésta también llamada memoria oral, se enriquecía además con la narrativa del relato mismo, ya que cada persona o comunidad aporta su propia experiencia y es por ello que el relato se modifica en algunos lugares, aunque suele conservar su esencia.

En este sentido, dice Acosta (2019): "La memoria histórica se refiere a los recuerdos y experiencias que una comunidad comparte y que son transmitidos de generación en generación" (p.83). Al remontarse a épocas pasadas, será fácil recordar cómo las generaciones obtenían gran parte de sus conocimientos, a través de la imitación y transmisión del mismo por medio del habla. La comunicación humana ha representado una de las vías primarias por medio de la cual el individuo obtiene habilidades de comunicación y conocimiento. Los padres y abuelos enseñaban a sus hijos y nietos tradiciones, oficios, anécdotas, ritos, creencias y en general su saber por medio del relato oral.

Las limitaciones acerca de la exactitud de los hechos han generado durante algún tiempo que esta memoria sea discutida entre diversos autores como un referente poco confiable; sin embargo, existen algunos textos que siguieren nuevas metodologías para reducir estos inconvenientes y que al contrario exaltan el valor de ésta, como una herramienta para la comprensión de algunas comunidades y su entorno social y religioso.

En la primera mitad del siglo XX, el sociólogo Maurice Halbwachs y el crítico literario y filósofo Walter Benjamin publicaron trabajos pioneros sobre la dimensión social de la memoria. Pese a que los dos destacan la importancia de la comunicación oral, a partir de la década de 1980 empezó a llamarse "memoria cultural", una memoria que no sólo se crea con base en relatos orales y la interacción cotidiana, sino también a través del uso de diversos soportes. En palabras de Didi-Huberman (2009):

> La importancia de vestigios y huellas, es sumamente productivo, entre otros ámbitos, para el estudio de la memoria de los pueblos originarios y de la memoria de otros grupos sociales marginados, ya que los residuos y huellas nos remiten al pasado sin que necesariamente sea posible construir un relato coherente de rememoración acerca de ese pasado. (p. 45)

Las "huellas" culturales de un pasado que muestra cómo se entendía la identidad y colectividad en otros tiempos también forman parte fundamental de cómo se entiende ahora. Aquí, radica la importancia del rescate de estas memorias y soportes que ayudan a entenderla; un elemento fundamental para llegar a conformar este entendimiento es el arte. Como es bien sabido, desde tiempos prehistóricos el arte ha representado una forma de comprobar la presencia humana en diversos lugares y manifestar sus inquietudes, su cotidianidad, sus temores, sus victorias etc., por lo que las manifestaciones artísticas han sido cruciales para la comprensión de las civilizaciones.

En este caso, se puede decir que los exvotos forman parte de esta memoria cultural; son objetos de arte popular valorados por su sentido espiritual y religioso por parte de los creyentes, pero también que son "piezas culturales e históricas que dan cuenta de las expresiones artísticas populares y de la historia, organización y creencias de una sociedad" (Secretaría de Cultura, 2019). Por su parte, Barragán y Castro (2011) mencionan:

> Los ex votos son un testimonio histórico, no sólo por reflejar la religiosidad individual y colectiva en un determinado tiempo, sino también por indicar sucesos de la vida cotidiana como enfermedades, accidentes, desastres naturales, problemas sociales y políticos, hechos de violencia, costumbres, entre otros, además de reconocer en algunos casos los paisajes naturales, la traza urbana, los medios de transporte, la distribución de los espacios al interior de la vivienda, los muebles y los objetos de uso cotidiano. (pp. 9-12)

Por lo que la riqueza cultural de estas piezas va más allá de un sentido religioso, reflejan actitudes, hechos y costumbres de grupos humanos a lo largo de la historia, ya que esta práctica continúa realizándose hoy día, aunque con menor frecuencia y con formatos distintos. Resulta relevante, entonces, su preservación en esta memoria y su difusión a las nuevas generaciones como acción de salvaguarda cultural e identitaria.

Metodología

Este artículo reflexiona y explora el tema de los exvotos mexicanos, como integrantes de la historia cultural del país y como elementos partícipes de la identidad cultural nacional. Por lo que, a continuación, se realiza un análisis iconográfico—iconológico del exvoto Flores, E. (1864) *Retablo a la Virgen del Pueblito EXVO.10074* (perteneciente a la colección Museo AMPARO), utilizando el método iconográfico de Erwin Panofsky, con el fin de visualizar elementos correspondientes al contexto social y religioso de la época en la que fue pintado; se aborda la descripción, clasificación, origen y evolución de la imagen en concreto. En ese tenor, se explora y reflexiona el tema de los exvotos mexicanos como integrantes de la historia cultural del país y como elementos partícipes de la identidad cultural nacional a través de una metodología cualitativa.

Figura 1
Método iconográfico-iconológico de Erwin Panofsky

Fuente: elaboración propia, 2024.

Primer nivel. Análisis pre-iconográfico: En este primer nivel, se analizaron elementos básicos como el formato, los colores utilizados, las figuras, acomodo, expresiones.

Segundo nivel. Análisis iconográfico: Al llegar al segundo nivel, se identifican temas, motivos, alegoría representada, técnica pictórica, planos, texto y tipografía, año de realización, clasificación pictórica.

Análisis iconológico: Se reconocen las situaciones políticas, económicas y sociales de la época, autores, interpretación de los elementos, significado intrínseco o contenido de la obra, valores simbólicos.

Análisis de Flores, E. (1864) *Retablo a la Virgen del Pueblito EXVO.10074* Museo Amparo con el método iconográfico e iconológico de Erwin Panofsky

Nivel pre-iconográfico

Formato horizontal

Elementos: Un hombre hincado, vestido de color café, en lo alto de un cerro, sosteniendo una vela en una de sus manos. Se observa una figura con vestimenta azul y una corona con nubes que la sostienen en el cielo azul; en la parte baja del cerro, varios hombres vestidos de azul que están sobre caballos y disparando cañones. En la parte inferior de la obra, aparece un texto escrito de color negro sobre renglones visibles, mismo que culmina con una fecha. Hay dos agujeros en la parte superior de la imagen para colgarlo.

Imagen 10

EXVO.10074 Retablo a la Virgen del Pueblito

Fuente: Flores, E. (1864) Retablo a la Virgen del Pueblito, Colección Museo Amparo

"Encontrándome en la batalla de Puebla del año de 1863 una bala de cañón me alcanso [sic] en una pierna y encontrandome [sic] yo en medio del campo estaba yo tirado y las balas me pasaban rosando (sic) cuando lla [sic] me llevaron a la enfermería y el doctor dijo que era necesario cortarme la pierna, pero llo [sic] me encomendé a la santísima virgen del Pueblito para que no me cortaran la pierna dedico este retablo por el doble milagro que me hiso [sic] Esteban Flores da las grasias [sic] a la Sma [sic] virgen. Septiembre 29 de 1864".

Nivel iconográfico

Exvoto pintado sobre tabla de madera para agradecer el favor de alguien vinculado con alguna batalla. La guerra y el sitio es la escena principal, el personaje que se encuentra en la parte central se trata de una Virgen Ampona triangular (Imagen 11) de características similares a la virgen de San Juan de los Lagos y Zapopan; la sostienen un conjunto de nubes y un personaje con hábito marrón usado por La orden de los Franciscanos tiene un cordón que se llama cordón de San Francisco, el cual es una cuerda con tres o cinco nudos. Debajo de ella, una llanura donde se disputa la batalla, los hombres del ejército van vestidos de color azul, con lo cual se determina que pertenecen al ejército francés, y usan artillería de cañón con un montaje rígido en un carro estilo Napoleón (Imagen 12).

El personaje que se encuentra hincado vestido de color café es Esteban Flores (Imagen 13); es el creyente que resultó herido durante la batalla que se ve reflejada en la escena, cuyo nombre aparece inscrito en el texto de agradecimiento fechado en septiembre de 1864. La tipografía pertenece en letra script y el texto contiene algunas faltas ortográficas (Imagen 14).

Imagen 11

Fuente: Flores, E. (1864) *Retablo a la Virgen del Pueblito* (fragmento)

Imagen 12
Fuente: Flores, E. (1864) *Retablo a la Virgen del Pueblito* (fragmento)

Imagen 13
Fuente: Flores, E. (1864) *Retablo a la Virgen del Pueblito* (fragmento)

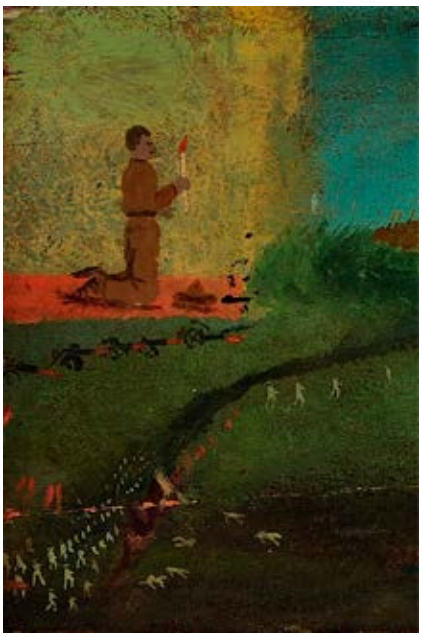
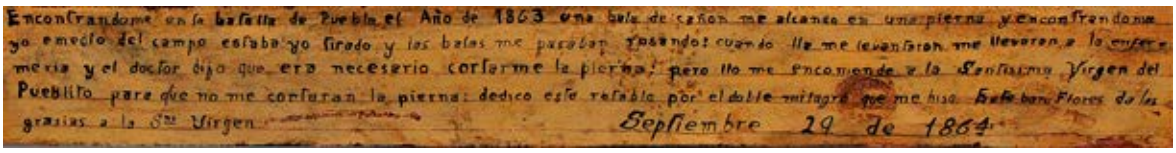


Imagen 14
Fuente: Flores, E. (1864) *Retablo a la Virgen del Pueblito* (fragmento)


Encontrandome en la batalla de Puebla el Año de 1863 una bala de cañon me alcanzo en una pierna y encontrandome
yo en medio del campo estaba yo tirado y las balas me pasaban rozando: cuando ya me levantaron me llevaron a la enfer
meria y el doctor dijo que era necesario cortarme la pierna: pero yo me encomende a la Santisima Virgen del
Pueblito para que no me cortaran la pierna: dedico este retablo por el doble milagro que me hizo Esteban Flores da las
grasias a la Sta Virgen Septiembre 29 de 1864

Nivel iconológico

Este exvoto fue la muestra de agradecimiento de Esteban Flores a la Virgen del Pueblito por su intercesión para evitar que perdiera la pierna, la cual le había resultado herida por un cañón en la batalla de 1863. Se reconoce que se trata de esta evocación mariana de la Virgen de la Inmaculada Concepción por los colores azul y blanco de su vestimenta, además de que lleva a su lado izquierdo la venerable imagen del Niño Jesús de pie sosteniendo con la mano; a sus pies, una nube y la imagen de San Francisco de Asís, en las que aparece de rodillas en posición de Atlas, sosteniendo con ambas manos tres mundos que se apoyan sobre su cabeza, simbolizando las tres órdenes que fundó: Frailes, Religiosas y Franciscanos Seglares.

"El Señor Obispo don Marciano Tinajero y Estrada realizó la solemnísima coronación de Nuestra Señora del Pueblito el 17 de octubre de 1946 en el Estado de Querétaro" (García, 2021).

Imagen 15

Fuente: Flores, E. (1864) *Retablo a la Virgen del Pueblito* (fragmento)

Fray Sebastián Gallegos,1631, Diócesis Ciudad de Querétaro

Imagen 16

Fuente: Flores, E. (1864) *Retablo a la Virgen del Pueblito* (fragmento)

La batalla que se ve reflejada en este exvoto es el Sitio de Puebla del año 1863 por parte del ejército francés, a la ciudad de Puebla (Imagen 15 EXVO.10074 fragmento) documentada por el general Ignacio Zaragoza, quien sigue el plan de defensa de la ciudad, pero estando ahí enferma y muere, por lo que el Ejército de Oriente queda a cargo del general Jesús González Ortega. Él decide empezar el ataque en el cerro de San Juan, donde se generan los bombardeos, así como en toda la ciudad. Las tropas francesas eran dirigidas por Fréderic Forey y su ejército (los cuales vestían uniformes con el tradicional color azul). La adopción del uniforme azul grisáceo conocido como "azul horizonte" se realizó porque se pensaba que evitaba que los soldados se destacaran en el horizonte; éste fue aprobado por la Cámara de Diputados francesa el 10 de julio de 1914.

> La intención de González Ortega, como afirma la investigadora Patricia Galeana en el libro *El sitio de Puebla*, era resistir el ataque enemigo el mayor tiempo posible con el fin de desgastarlo y que la llegada de la temporada de lluvias lo obligara a abandonar el sitio, pero, antes de que llegaran las lluvias, Puebla cayó. Los franceses realizaron con meticulosidad un archivo fotográfico que documenta el ruinoso estado de la ciudad tras el asedio. (Galeana, 2023)

Imagen 17
Fuente: Flores, E. (1864) *Retablo a la Virgen del Pueblito* (fragmento)

“Además de las fotografías existen dibujos que si se comparan con el exvoto se encuentran similitudes en cuanto a la geografía” (Pérez 2022). Esteban Flores era integrante de un pelotón proveniente de Querétaro (esto explicaría por qué dedicó su exvoto a la Virgen del Pueblito, que es venerada en este estado), que fue enviado para apoyar durante la resistencia de la ciudad. Se sabe de la existencia de este grupo por la correspondencia que mantuvieron algunos comandantes con Jesús González Ortega, éste aparece de rodillas en la escena con un cirio en mano, la posición de arrodillamiento ante la divinidad solicitada, lo cual es signo de que uno depone sus arrogancias: es muestra de humildad.

Este exvoto fue realizado en el año 1864, es decir, un año después del sitio de la ciudad, el cual culminó con la toma de Puebla y el paso del ejército francés a la Ciudad de México, dejando atrás destrucción y muchas muertes, pero no la de este personaje, que agradece el hecho de no haber perdido la pierna a pesar de las heridas. La obra es una de las más conocidas y valoradas por su contribución gráfica de este hecho histórico, por testimonio de una persona que lo vivió y por los detalles en la imagen que, si se comparan con los documentos históricos, son muy certeros, pero además muestra cómo se vivía la fé durante el combate, en este caso resultó ser la esperanza de Flores.

Elaboración de un exvoto

Se elabora un exvoto siguiendo una línea tradicional, más los materiales utilizados (soporte y pintura) son diferentes a los tradicionalmente usados para los mismos en el pasado. Esto no afecta el efecto votivo (proveniente de un voto) del mismo; al contrario, se desea mostrar que, en la actualidad, se cuenta con una opción vasta de materiales con los que se pueden realizar este tipo de obras, por lo que se sugiere elaborarlos con los materiales que se tengan disponibles.

Materiales:

- Hoja de papel de algodón, de 100 libras, de 22.8 cm x 30.4 cm de 300 gr. de algodón
- Acuarelas en pastilla
- Pinceles de varios tamaños
- Agua
- Marcador permanente fino color negro

Elaboración:

1. Motivo del voto

Como primer paso, es importante tener clara la intención por la cual se desea agradecer y a qué deidad se ofrendará. Experimentar el sentimiento que motiva la realización del mismo ayudará a plasmar de una forma sincera la imagen votiva.

2. Bocetaje

Como primer paso, se divide en dos partes el espacio del soporte de manera horizontal: la primera división ocupará aproximadamente el 70 % y la segunda el 30 %; el espacio mayor se destinará para la imagen, mientras el menor será para el texto. En el espacio para la imagen, se planean los espacios que se le otorgarán a los elementos principales del exvoto, la deidad, la escena, y la persona que agradece. Una vez determinados los espacios, se procede a dibujar con un lápiz duro, no ejerciendo demasiada presión sobre el papel y con línea fina.

En este punto, se recomienda tener una imagen referencial de la deidad para poder aplicar los detalles iconográficos e iconológicos de la misma, puede no ser de una forma tan detallada, pero sí es importante que, aunque se trate de una imagen sencilla, se puedan destacar elementos que permitan identificarla. Finalmente, se escribe un texto bajo la imagen que narre el acontecimiento por el cual se da gracias o se ofrece el exvoto; debe ser un texto breve, que suele acompañarse con la fecha y el nombre del creyente.

Imagen 18

Boceto

Fuente: Herrera A.(2024) Boceto Imagen propia

3. Color

Una vez trazado el boceto, se elige la paleta de color y se aplica. En este caso, se utiliza la técnica de acuarela, para la cual se debe humedecer el pincel con un poco de agua para que la pastilla desprenda el pigmento y se pueda aplicar; aquí, se utilizaron tanto colores fríos como cálidos.

Imagen 19

Paleta de color

Fuente: Herrera, A. (2024). Paleta de color Imagen propia

4. Delineado

Cuando se encuentre seca la acuarela, se procede a delinear el dibujo con el marcador y se repasa el texto con el mismo.

Imagen 20

Exvoto a la Santísima Trinidad AH

Fuente: Herrera, A.(2024) Exvoto a la Santísima Trinidad AH Imagen Propia

5. ¡Y listo! El exvoto está terminado y puede ser depositado en algún santuario o colocado en algún lugar que el creyente considere apropiado.

Imagen 21
Exvoto a la Santísima Trinidad marco

Fuente: Herrera, A. (2024) *Exvoto a la Santísima Trinidad* marco Imagen propia

Discusión

Durante del desarrollo de esta investigación, se encontró que existe una gran cantidad de información documentada de los exvotos mexicanos en libros, revistas periódicos y páginas web, así como blogs y apartados en páginas gubernamentales que cubren este tema, por lo que se constata que su valor cultural es reconocido. Algunas importantes autoras como la Dra. Bargellini Cioni, curadora del Museo Amparo e investigadora del Instituto de Investigaciones Estéticas de la UNAM, así como la Dra. Guadalupe Zárate Miguel, historiadora con más de treinta años de carrera en el INAH, concuerdan en que estas piezas de arte contienen fuertes contenidos sociales y expresivos.

Además, gracias a la aplicación del método iconográfico e iconológico de Erwin Panofsky al exvoto *EXVO.10074* (Museo Amparo), referente al Sitio de Puebla de 1863, se pudo constatar que contiene una iconografía e iconología que permite una comprensión extensa de lo que sucede en esta imagen. A pesar de parecer poco detallada, tiene los elementos suficientes para poder efectuar un análisis social, religioso y cultural correspondiente con la época y la situación, lo que refuerza lo argumentado. Esta aplicación metodológica a un exvoto resulta el principal aporte de esta investigación, ya que no se encontraron, (al menos en los documentos consultados para la realización de este artículo) análisis de este tipo efectuados a alguno de ellos.

Al contar con un marco teórico y referencial de los exvotos, los lectores cuentan con un panorama más amplio acerca de los elementos compositivos de los mismos, así como de su historia, que a su vez forma parte de una identidad religiosa. Esto contribuye a que el individuo sea capaz de identificar esta forma de expresión gráfica, que generalmente contiene de un modo muy notorio o sutil información cultural y social histórica importante.

El hecho de que la elaboración de los mismos vaya en descenso puede responder a varios factores, entre ellos, los cambios sociales que se han generado, producto de la globalización, y las nuevas apropiaciones culturales y religiosas que esto conlleva. También es motivo de reflexión observar los cambios que han sufrido los mismos respecto a su composición visual e iconológica, como se menciona en el artículo, las nuevas generaciones han retomado las características compositivas de los mismos y han eliminado o se han mofado del motivo votivo, ridiculizándolo o transgrediéndolo. En lo particular, concuerdo con la idea de algunos autores de preservar este tipo de arte tan propio de una manera más tradicional, conservando la esencia votiva real que emana de un sentimiento autentico, es por eso que resulta importante mostrar el paso a paso en la realización de una de estas piezas para su preservación y difusión.

Conclusiones

Los exvotos son piezas pertenecientes a la cultura popular cuyas aportaciones a son importantes, debido a que muestran de una forma simple y sin preocupación técnica, incluso ortográfica, las preocupaciones cotidia-

nas de las personas a lo largo de varios siglos; enfermedades, accidentes, guerras, injusticias, etc. Todas ellas reflejadas en un formato sencillo, cuya gráfica muestra, sin ser su principal intensión, los cambios sociales que se van desarrollando durante el paso del tiempo.

Algunos, como el ofrecido por Esteban Flores, resultan también valiosos al mostrar desde una perspectiva personal un suceso registrado en la historia formal, el Sitio de Puebla del año 1863, que ha sido estudiado justo por ser un testimonio cuya iconografía e iconología devela detalles que refuerzan estos registros históricos. El hecho de que estas piezas estén ligadas con un sentido religioso es fundamental para entender por qué se han elaborado durante tantos años; siendo que, como se detalló, la religión ha sido y sigue siendo parte fundamental de la cultura mexicana y es pieza clave para la construcción de la identidad cultural.

Estas piezas, ahora consideradas en el arte contemporáneo, han sufrido un cambio importante en su "esencia", ya que se ha perdido su objetivo primordial inicial el voto o agradecimiento, para dar paso a piezas que van más encaminadas a la transgresión de esta misma idea, y que al final del día muestran los cambios religiosos y sociales del país. Preservar y difundir la importancia de un bien cultural valioso por su testimonio gráfico, resulta esencial para la conservación de la historia cultural.

REFERENCIAS

Arias, P., D. J. (2002). La Eterna Enferma Mujer y exvoto en México Siglos XIX XX. Universidad de Guadalajara Colegio de San Luis.

Barguellini, C. (2018). Testimonios de fé: Colección de Exvotos del Museo Amparo. Editorial. https://museoamparo.com/publicaciones/detalle/35

Barragán Solis Anabella, C. G. (2011). Catálogo de exvotos de San Andres Huixtac Guerrero. Instituto Nacional de Antropología e Historia INAH.

Berger, P.,& Luckmann,T.(1986). La construccion social de la realidad.Amorrortu-Murguía.

Boletín UNAM-DGCS-1094. (11 de Diciembre de 2023). Revista Unam Global. Obtenido de https://unamglobal.unam.mx/global_revista/la-virgen-de-guadalupe-simbolo-dominante-de-la-religiosidad-mexicana/

Cruz, F. M. (2020.). Dedico este retablito a Sor Juana [Imagen]. Lado b. https://www.ladobe.com.mx/2020/05/exvotos-y-retablos-imagenes-de-resiliencia-y-agradecimiento/

Del León, V., & Rámirez, E. (2023-2025). Lectura de imágenes.El método iconográfico e Iconológico de Erwin Panofsky.Recuperado 13 de abril 2025, de https://liec.cgb.unam.mx/index.php/lee/la-lectura-de-imagenes

Desconocido. (1876). Retablo al Señor de la Pieddad y San NIcólas Tolentino [Imagen 4]. Coleccion Museo Amparo, Ciudad de Puebla. https://museoamparo.com/colecciones/pieza/957/retablo-al-senor-de-la-piedad-y-san-nicolas-tolentino

Desconocido. (1935). Retablo al Señor del Hospital [Imagen]. Colección Museo Amparo, Ciudad de Puebla.https://museoamparo.com/colecciones/pieza/1607/retablo-al-senor-del-hospital ("p.32").

Desconocido, (s.f).Retablo al Señor del Hospital. [imagen]. Colección Museo Amparo, Puebla. https://museoamparo.com/imprimir/1318/retablo-al-senor-del-hospital

Desconocido.(2018) Exvotos, retablos y milagritos [Imagen] (s.f.). Facebook. https://www.facebook.com/profile.php?id=100064650164150&locale=es_LA

Didi Huberman, G. (2012). Supervivencia de las luciérnagas. Abada.

Especial, G. G. (2004). Cultura de Identidades. Revista Mexicana de Sociológia. 77-96.

Flores, E. (1864) Retablo a la Virgen del Pueblito [imagen 10 fragmentos imagen 11-17]. Museo Amparo Puebla. Obtenido de https://museoamparo.com/exposiciones/pieza/retablo-a-la-virgen-del-pueblito

Galeana, M. (13 de Mayo de 2023). El sitio de Puebla cabe en un exvoto. La Crónica de HoyPuebla.https://cronicapuebla.com/cultura/el-sitio-de-puebla-cabe-en-un-exvoto

Gallegos, F. S. (s.f.). Nuestra Señora del Pueblito [Imagen]. Diócesis Ciudad de Querétaro, Diócesis Ciudad de Querétaro.

García, J. P. (28 de Octubre de 2021). Plaza de Armas portal de Querétaro. https://plazadearmas.com.mx/nuestra-senora-del-pueblito-y-75-anos-de-la-coronacion-pontificia/

Giménez. G. (2016) Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente (Ed.) Estudios sobre la cultura y las identidades sociales.,(primera reimpresión) Secretaria de Cultura. (Trabajo original publicado en 2007).

Gonzalez, J. A. (1986). Exvotos y retablitos Religión popular y comunicación social en México. En J. A. Gonzalez, Estudios sobre las Culturas Contemporáneas, Vol. I, (págs. 7-51). Colima.

Herrera, A. (2024) [imagen 18] Boceto.imagen propia.

Herrera, A. (2024) [imagen 19] Paleta de color .imagen propia.

Herrera, A. (2024) [imagen 20] Exvoto a la Santísima Trinidad AH Imagen Propia.

Herrera, A. (2024) [imagen 21] Exvoto a la Santísima Trinidad marco Imagen Propia.

Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura. (21 de julio de 2023). Presentará el Museo Casa Estudio Diego Rivera y Frida Kahlo el libro Por un favor recibido. Exvotos mexicanos, siglos XIX al XXI. https://inba.gob.mx/prensa/18311/presentar-aacute-el-museo-casa-estudio-diego-rivera-y-frida-kahlo-el-libro-por-un-favor-recibido-exvotos-mexicanos-siglos-xix-al-xxi

Kahlo, F. (1926). Accidente 17 [Imagen]. Banco de México, Fiduciario en el Fideicomiso relativo a los Museo Diego Rivera y Frida Kahlo, Ciudad de México. https://www.digitalmex.mx/cultura-y-espectaculos/story/22719/95-anos-del-tragico-accidente-de-fridakahlo

Kahlo, F. (1940). Exvoto (Retablo) [Imagen]. Museo Frida Kahlo, Ciudad de México. https://revistaestilo.org/2021/01/30/frida-khalo/

Martínez,F.(2020).Dedico este retablito a Sor Juana.[imagen].https://www.ladobe.com.mx/2020/05/exvotos-y-retablos-imagenes-de-resiliencia-y-agradecimiento/

Melucci, A. (2001). Códigos desafiantes acción colectiva en la era de la información. Cambridge University Press.

Mora, C. N. (2020). Milagritos virtuales apropiación de exvotos en el contexto de Internet. Sociedad, Paakat: Revista de Tecnología y sociedad.

Palacios, G. (2020). Covid Coronavirus Ex Voto Retablo Mexico [Imagen]. Flickr. https://www.flickr.com/photos/citlali/49872137307

Perez, F. V. (02 de junio de 2022). Exvoto sobre el Sitio de Puebla 1863.

Ramiro, A. D. (Abril 2023). Exvotos. Desde la fe, 5-9.

Real Academia Española. (s.f.). Cultura. En Diccionario de la lengua española. Recuperado en 13 de abril de 2025, de https://dle.rae.es/cultura?m=form

Sánchez, I. (2022). Una vida extraordinaria. Las ocho llaves del poder. Ed. Red Crecer

Secretaría de Cultura (27 de agosto de 2019). Exvotos; la materialización de la fe en la cultura popular. https://www.gob.mx/cultura/articulos/exvotos-la-materializacion-de-la-fe-en-la-cultura-popular?idiom=es

Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera. (16 de marzo de 2023). Gobierno del Estado de Puebla. https://www.gob.mx/siap/articulos/aniversario-del-sitio-de-puebla-de-1863

Sigmund, F. (1972). Psicología de las masas. Alianza.

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (Última revisión 13 junio 2023). La cultura, elemento central de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.Recuperado 14 abril 2025 https://courier.unesco.org/es/articles/la-cultura-elemento-central-de-los-objetivos-de-desarrollo-sostenible

Vergara Hernández, A., Lorenzo Monterrubio, C. (s.f.). Los ex votos, expresión genuina del arte popular mexicano. https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/ida/n7/e7.html

Zárate Miguel, G. (1998). Con veras de su corazón. Exvotos pintados del siglo XX de enfermos que consiguieron su alivio. Dimensión Antropológica, 56.

Atribución-No Comercial-Sin Derivadas
Permite a otros solo descargar la obra y compartirla con otros siempre y cuando se otorgue el crédito del autor correspondiente y de la publicación; no se permite cambiarlo de forma alguna ni usarlo comercialmente.

Problemáticas contemporáneas de la inteligencia artificial generativa: análisis del impacto de la innovación tecnológica en el diseño y la comunicación visual

Contemporary Issues of Generative Artificial Intelligence: Analysis of the Impact of Technological Innovation on Design and Visual Communication

Bryan Velazquez Quijada*

Resumen

La innovación tecnológica transforma y remodela continuamente la forma en que se concibe y práctica el diseño. Surge un fenómeno social recurrente dentro de la profesión del diseñador: la introducción de nuevas herramientas tecnológicas tiende a facilitar y mejorar los procesos del diseño. La Inteligencia Artificial ejemplifica un desarrollo innovador que presenta tanto desafíos como oportunidades, lo que provoca una reevaluación crítica del papel, la función y el valor profesional del diseñador.

En este contexto, el estudio identifica características clave compartidas por momentos significativos de innovación tecnológica en el campo del diseño. Centrándose en el desarrollo más reciente, la inteligencia artificial generativa, se examinaron sus capacidades mediante su aplicación en la generación de imágenes, simulando las demandas y atributos propios de la práctica profesional del diseño. Esta exploración también busca definir y reconsiderar el papel del diseño y el diseñador dentro de la sociedad contemporánea.

*Egresado de la Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual, Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán, Universidad Nacional Autónoma de México. Mail: bryve.12@gmail.com

Fecha de recepción: enero, 2025
Fecha de aceptación: marzo, 2025
Versión final: marzo, 2025
Fecha de publicación: abril, 2025

Palabras clave: Inteligencia artificial generativa, tecnología en el diseño, diseño visual, imagen del diseñador, lenguaje descriptivo, ciencia del diseño.

Abstract

Technological innovation continuously transforms and reshapes the way design is conceived and practiced. A recurring social phenomenon arises within the design profession: the introduction of new technological tools tends to facilitate and enhance design processes. Artificial intelligence exemplifies an innovative development that presents both challenges and opportunities, prompting a critical reassessment of the designer's role, function, and professional value.

Within this context, the study identifies key characteristics shared by significant moments of technological innovation in the field of design. Focusing on the most recent development—generative artificial intelligence—its capabilities were examined through its application in image generation, simulating the demands and attributes of professional design practice. This exploration also seeks to define and reconsider the role of design and the designer in contemporary society.

Keywords: *Generative artificial intelligence, design technology, visual design, designer image, descriptive language, design science.*

Introducción

La innovación tecnológica contemporánea ha traído herramientas de gran escala, particularmente en el terreno digital. Desde el siglo XX, con la evolución de los dispositivos computacionales se ve una visión y dirección clara, donde el ser humano tiene al alcance de su mano tecnología eficiente, de fácil acceso, costeable y sobre todo que le permite optimizar el tiempo que le puede tomar el realizar tareas desde las más simples hasta las más complejas; esto sin dejar de lado la calidad con que se realizan.

Es así como la necesidad y deseo del ser humano por mejorar a través de la reinvención ha llegado a transformar su realidad creando espacios virtuales, como la realidad aumentada, que le permite simular espacios

tridimensionales e interactuar dentro de éstos mismos o el desarrollo de mercados digitales que controlan las economías de Gobiernos y organizaciones a nivel internacional.

El desarrollo tecnológico no queda solamente ahí; emulando la conciencia y en la búsqueda de potenciar las habilidades humanas, surge la inteligencia artificial (IA), que hoy en día está presente en uso experimental-comercial. Transformando la realidad y desbloqueando un amplio número de posibilidades, se está aplicando en múltiples espacios, mismos que permiten evolucionar como sociedad y como individuos. Pero como toda innovación, cuando es presentada al mundo genera expectativas e interrogantes, las cuales son analizadas y estudiadas minuciosamente desde diferentes perspectivas y enfoques, involucrando tanto a las áreas de interés, como aquéllos que pueden llegar a ser impactados directa o indirectamente.

Particularmente, esta investigación se centrará en una de las vertientes de las IA que tiene profunda relación con el campo de estudio del diseño: las inteligencias artificiales generativas (IAG), las cuales, como su nombre lo indica, son instrumentos tecnológicos que se desempeñan en la generación de material gráfico. Esto a través de un proceso en donde el usuario interactúa emitiendo un prompt, una instrucción o indicación que se da comúnmente a través de texto o por voz, dando paso a un proceso algorítmico en el cual datos, imágenes, video, audio y en general material audiovisual es sintetizado y que a través de algoritmos arroja propuestas concretas.

Es aquí donde el diseño se enfrenta a una nueva transformación que promete cambiar la forma en la que socialmente se concibe el papel del diseñador; particularmente, centrado desde la perspectiva del diseño y la comunicación visual, abordando las amplias posibilidades y complejidades que la inserción de instrumentos digitales ha dejado. Este fenómeno, en el que los avances tecnológicos han creado momentos de tensión para sectores particulares y oficios, ya se ha visto con anterioridad a lo largo de la historia del diseño y las áreas que lo anteceden. Es importante comprender cómo se han integrado dichas innovaciones para vislumbrar los posibles caminos que tomará el diseño y, de la misma forma, implementar el uso de la IAG en favor del proceso creativo del diseñador, viendo la tecnología como un aliado y no como un riesgo.

Esta investigación utilizó un enfoque cualitativo y un diseño de investigación de tipo documental, a partir de los cuales se concretó un análisis

comparativo de tres etapas de desarrollo tecnológico que presentan problemáticas similares a las que ocurren en el fenómeno de la IA; de igual modo, se realizó un análisis prospectivo de la imagen del diseñador frente a la innovación tecnológica.

Para ello, se seleccionó la plataforma de inteligencia artificial generativa Adobe Firefly, para probar su funcionalidad e identificar alcances de funcionalidad práctica, sesgos y limitaciones para brindar propuestas gráficas a solicitudes específicas de usuario. Dichas propuestas fueron comparadas con productos de diseño fotográfico e ilustración generados por humanos, con el fin de encontrar similitudes y diferencias en el resultado de los diseños; esto a través de la metodología *proceso creativo de solución de problemas*, propuesta por Bernd Löbach.

Objetivo general:

Identificar problemáticas comunes en el campo del diseño, frente a los avances e innovaciones tecnológicas. De este modo, prospectar el rumbo del diseño visual y la imagen del diseñador con la llegada y uso de inteligencias artificiales generativas, comprobando sus alcances, sesgos y limitaciones, en contraste con el trabajo realizado por un humano.

Objetivos particulares:

- Identificar los sesgos, limitaciones y formas correctas de uso de las plataformas de IAG.
- Comparar los resultados de propuestas de foto-diseño e ilustración, realizadas por IA y diseñadores.
- Proyectar la imagen actual y futura del diseñador frente a los cambios tecnológicos dentro del campo de la comunicación visual.

Hipótesis

La relación del diseño y la tecnología determina las formas en las que el entorno social se construye. Por ello, la existencia de un patrón de causas y problemáticas está presente en cada época de cambio tecnológico en el diseño, así mismo se asume que el diseño se transforma, y se afirma que, el diseño actual, tiende hacia un pensamiento crítico y científico, no sólo práctico. En este sentido, se sostiene que las inteligencias artificiales gene-

rativas, presentes hasta el año 2024, son una herramienta potencial para el diseño visual, que hasta el momento se encuentra limitado a la construcción de materiales visuales dependientes de la creatividad y experiencia del usuario o diseñador.

Unidad de análisis I
Tres etapas de transformación tecnológica en el diseño: Problemáticas comunes con las innovaciones tecnológicas

A lo largo de la historia, el desarrollo de herramientas tecnológicas ha estado dictaminado por las necesidades del ser humano; dependiendo de la época, algunas de éstas pueden resultar más complejas que otras. Es cierto que en la actualidad, se da por hecho que algunos instrumentos pueden no requerir un nivel complejo para su elaboración o incluso puede ser que se vean como obsoletos; por ello, es importante dar un vistazo al pasado, cuando la innovación de tecnologías aplicadas trajo consigo beneficios en practicidad, economía y tiempo, lo mismo que problemas de adaptabilidad, discriminación y desplazamiento de oficios o mano de obra.

Es así que en este apartado, como primera unidad, se destacarán tres etapas de transformación tecnológica, que, a consideración propia, encaminaron y representaron un salto importante para la construcción de lo que hoy se concibe como herramientas funcionales dentro del diseño y la comunicación visual. Cabe mencionar que no son los únicos momentos que han tenido relevancia o influencia en dicha área, pero son los que en esta investigación ayudarán para remarcar este gran salto tecnológico; esto para comprender el fenómeno y el impacto de la IAG.

El diseño como actividad práctica y como una ciencia humanística está ligada con múltiples campos de conocimiento teórico y práctico; para hablar de sí, hay que retomar la historia del arte e inclusive en determinados contextos mucho antes de que algunas manifestaciones gráficas fueran consideradas como tal.

Situado, entonces, como primera etapa, en la Edad Media, una de las actividades que destaca es la escritura de textos manuscritos. Según Sánchez y Zuluaga (2019) ésta se convirtió en la forma predominante de llevar conocimiento al final del periodo antiguo (el latín y griego), mismo que fue

adoptado por el cristianismo junto con la tecnología, procesos y las mismas estructuras de escritura; pero claro, éstos fueron transformados en favor de su fusión con el clero.

La cuestión es que los textos eran realizados con materiales que, si bien eran de larga duración y de poco cuidado no eran de fácil obtención: "el material que fue usado principalmente como superficie de escritura en los manuscritos medievales fue, el 99 % de las veces, pergamino, esto es, piel de animal" (Sánchez & Zuluaga, 2019, pp. 34-35). El pergamino al ser un material que no resulta costeable ni de fácil acceso, pasaba a ser un elemento de alta gama, por lo que es evidente que en un principio no había grandes producciones editoriales y no eran de acceso popular, ya que solamente se encontraban en monasterios, escuelas catedralicias y en el siglo XII en las universidades.

El proceso de elaboración de un ejemplar necesitaba de un grupo amplio de personas, especializadas en áreas concretas, desde el hacer de los materiales: pergamino y tinta, hasta el proceso de escritura y encuadernación.

> La escritura de un códice manuscrito medieval precisaba de al menos una persona, si bien era corriente la participación de dos más. En primer lugar, estaba el escriba principal, cuya función, además de la escritura del texto, consistía en marginar y delinear el pergamino para prepararlo para la escritura. Luego estaba el rubricador, encargado de demarcar las divisiones de párrafos y otras partes del texto. Finalmente, estaba el ilustrador o iluminador, encargado de producir las denominadas capitales historiadas, las ilustraciones a los márgenes [llamadas "marginalia" por su ubicación], y en general cualquier otra figura o dibujo en el texto. (Sánchez & Zuluaga, 2019, pp.39—40)

Con base en los datos anteriores, se pueden puntualizar algunas problemáticas por las cuales en los años próximos el desarrollo tecnológico de la imprenta revolucionaría a la sociedad. En primera instancia, es notorio que sólo un grupo privilegiado y selecto tiene acceso al contenido teórico de los textos, discriminando a otros grupos sociales; la única forma indirecta de aproximación sería perteneciendo a las profesiones de escriba, rubricador o ilustrador, inclusive los propios académicos no tenían un fácil acceso, evidentemente esto a causa del contexto social, político y sobre todo religioso que lo controlaba. En cuanto a los desafíos técnicos, es evi-

dente que, al requerir en la elaboración a un grupo amplio de personas, el tiempo de producción era extenso, derivando en un costo alto del material.

Pasados algunos siglos y llegada la imprenta, en el siglo XV, con la conocida *Biblia de Gutenberg*, el proceso de producción de un impreso evolucionaría, trayendo consigo un nuevo proceso e instrumentos mecánicos; "el proceso de impresión constaba de cuatro etapas, usualmente: fundición de tipos, composición, impresión y secado. Con todo, estos procesos no siempre se daban en un mismo lugar" (Sánchez & Zuluaga, 2019, p. 57).

Se observan algunos beneficios evidentes en la producción de material impreso; resaltan, principalmente, la mejora en la producción del volumen en poco tiempo, al igual que un cambio relevante en la sociedad vislumbrando nuevos alcances, dentro de los cuales destacan el aumento de lectores, la facilidad para la adquisición de libros, la divulgación de nuevas ideas políticas y científicas.

Pero cabe mencionar un hecho importante y es que en esta época las naciones que se estaban construyendo no eran similares entre sí. Las condiciones políticas económicas y sociales son variantes que siempre han influenciado los avances tecnológicos, por lo que, si en determinado espacio geográfico buscaban gozar de estos beneficios, debían contar con características particulares que permitieran la integración de la imprenta. Dichas características recaían principalmente en la construcción de condiciones sociales: que en el territorio existieran "patrocinadoras, consumidoras y nodos de circulación de los objetos impresos" (Sánchez & Zuluaga, 2019, p. 53).

Estas condiciones, en algunos casos, eran impulsadas por las propias formas de Gobierno. Ejemplo de ello fue la consolidación de la monarquía española, que, pese a que se consolidó años después de la llegada de la imprenta, otorgó los medios para su uso, aplicación, expansión y supervivencia. Es así que se observa un fenómeno importante, puesto que las colonias que no cuentan con esta estructura, carecen de los recursos y, por ende, la aplicación de esta tecnología queda nula y tiende a ser desechada.

Como segunda etapa, tras un gran salto en el tiempo, se halla el instrumento tecnológico que cambió por completo la forma de percibir la imagen. La fotografía como avance tecnológico tuvo distintas etapas de evolución; presentó manifestaciones previas de los principios de abstracción de la imagen, es por ello que para hablar de técnicas e instrumentos hay que conocer su naturaleza. La cámara oscura es el principio físico y pos-

teriormente una técnica que utiliza el comportamiento de la luz a través de un pequeño orificio, éste permite proyectar la imagen de donde proviene el rayo de luz, principio que se asemeja a cómo el ser humano percibe las imágenes a través de los ojos.

Este conocimiento fue planteado desde el Renacimiento, incluso se dice que desde antes, con Aristóteles (384-322 a.C.). En el siglo XV, la cámara oscura como fenómeno físico se había observado y narrado por Leonardo Da Vinci (1452-1519), siendo utilizado en un siglo posterior como un instrumento que podría ser utilizado para el grabado y principalmente como herramienta para los dibujantes. Éstos últimos cobran relevancia, ya que en un periodo donde el desarrollo técnico y tecnológico incrementaba eran ellos los encargados de proponer nuevas ideas y proyecciones futuras, por lo que la experimentación de nuevos instrumentos en favor de la creación artística traería los principios de un objeto más complejo, que sería la cámara fotográfica.

El uso de la cámara oscura tuvo auge un siglo después de su invención, los artistas la utilizaban como una forma de proyectar la realidad y poderla calcar. Teniendo en cuenta que la cámara oscura en un inicio era un espacio amplio en el cual el artista tenía que entrar, no resultaba funcional, sino hasta que se volvió un instrumento portátil (Newhall, 2002).

En los siglos XVII y XVIII, se le colocaron lentes a este instrumento. Éstos se iban modificando para encontrar una imagen más nítida, además de que dentro de la caja se posiciona un espejo a 45° cuyo reflejo termina por proyectarse en un vidrio colocado horizontalmente. Esto permitió que el dibujante pudiera calcar sin el error de la imagen invertida.

En estos mismos siglos, las corrientes artísticas de auge fueron el Barroco, rococó y el Neoclasicismo, los artistas hacían parte de este artefacto como uno de sus equipamientos habituales, pues según Incorvaia (2013), los pintores barrocos utilizaban las cámaras oscuras para obtener visiones panorámicas, esto se notaba en el resultado de perspectivas comprimidas y fondos exageradamente amplios. Se puede observar que los artistas, dibujantes y aquéllos que estaban inmiscuidos con la creación de gráficas, representaciones visuales y en general creaciones artísticas y estéticas, se encontraban en una constante actualización de nuevos instrumentos que facilitaran y mejoraran la calidad de sus obras; claro que estos objetos no realizaban todo el trabajo del dibujante o artista, éste debía tener conocimientos sobre el manejo de las perspectivas, los materiales, las técnicas de dibujo, entre otras.

Es así que, por un lado, se mejoraron estas herramientas en otros lugares del mundo y en otros terrenos de conocimiento se experimentaba con materiales químicos y procesos físicos, los cuales desencadenan nuevas formas de registrar la imagen.

Para estos años, estaba ocurriendo un fenómeno interesante, bajo el contexto donde se vivió la Primera Revolución Industrial, en la clase media a finales del siglo XVIII, la población demandaba formas de producir imágenes, sobre todo para los retratos. "La clase media quería retratos; en sus manos se colocaron los dispositivos mecánicos que eliminaban la necesidad de una prolongada preparación artística, con lo que cualquiera podía convertirse en un dibujante, si no en un pintor" (Newhall, 2002, p. 10). Se advierte cómo a nivel social se presentó una oportunidad de mercado motivada por la necesidad de un grupo de nuevos instrumentos tecnológicos que, de forma más inmediata, lograran producir una imagen personalizada.

En este lapso, en respuesta, se produce la conocida cámara lúcida, que en función es parecida a la cámara oscura, pero ésta es más fácil de transportar y más compacta; no requiere de un expertís técnico de dibujo, sin embargo, sí de conocimientos básicos. Pero a pesar de que estos instrumentos y técnicas resolvieran estas tareas, el uso de papel y lápiz tenía una deficiencia y es que no sólo tomaba tiempo, estas representaciones aún carecían de ser idénticas a la realidad a pesar de ser una calca de ella, sobre todo requería de otra persona con algo de experiencia para realizar la imagen. En este punto, lo que se busca es una forma en que la imagen quedara fija directamente desde la cámara con la luz, sin la necesidad de tener que dibujar.

Durante 1725 a 1727, el alemán Johan Heinrich Schulze, tratando de replicar un proceso realizado por Balduin, en el que produjo una sustancia luminiscente, experimentó y combinó materiales químicos hasta que descubrió lo que denominó *escotóforo*, que es en esencia una mezcla sensible a la luz, hallazgo que publica en actas de la Academia de Filósofos Naturales de Nuremberg, en 1727. (Newhall, 2002) Este descubrimiento fue muy atractivo en Europa, ya que a la par, la cámara oscura tenía una gran relevancia.

La competencia por fijar una imagen trajo consigo técnicas como la heliografía, en 1816; Joseph Nicéphore Niépce (1765-1833) logró fijar una imagen empleando ácido nítrico sobre papel tratado con cloruro de plata y reemplazó el proceso de la litografía. Pero Niépce no se detendría sola-

mente en reproducir impresiones, así que, en el año de 1827, expuso estas placas dentro de una cámara oscura; se dice que la exposición duró ocho horas aproximadamente hasta que se grabó la imagen, convirtiéndose en la primera fotografía de la historia.

En este sentido, el surgimiento de la fotografía trae nuevos personajes a la historia que buscan pulir los procesos fotográficos. Es evidente que el tiempo que tardaba una fotografía era demasiado, considerando que la época exigía prácticas eficientes, baratas y en poco tiempo. Por lo que la meta era crear una técnica que permitiera reducir el tiempo de exposición, mejorar la calidad de la imagen (hablando en términos de nitidez), un costo de producción accesible y que más adelante, una vez obtenida la imagen, ésta no se deteriorara con facilidad.

Daguerre cobra relevancia, además de patentar la fotografía como proceso con los daguerrotipos en el año de 1839, éste se encargaría de generar un producto que será difundido tanto en Europa como en América Latina. Comenzó en Londres vendiendo su licencia a Antoine Doudet en 1841 y éste creó el primer estudio fotográfico; para el mismo año fue llevado a Alemania e Italia, pero el impacto y crecimiento se dio realmente en Estados Unidos. Por otro lado, a América Latina no tardó mucho en llegar este innovador proceso fotográfico, puesto que en México la primera fotografía se realizó el 26 de enero de 1840.

Si bien el daguerrotipo ya era un producto que gustaba a la sociedad, no fue suficiente, la época con una sociedad industrializada, demandaba reproductividad en serie de fotografías, algo que este proceso no permitía, por lo que a la par en Gran Bretaña, William Henry Fox Talbot comenzó a experimentar con haluros de plata sobre papel, lo que abrió paso al *calotipo*, proceso que genera un negativo que posteriormente permite su reproductividad. Este proceso, al igual que los anteriores, fue patentado y difundido, desplazó al daguerrotipo, e inclusive se generó un monopolio cuyo declive comenzó en 1852, y a la postre fue liberado al público (Newhall, 2002).

La fotografía análoga tuvo distintas etapas en las que se realizaron transformaciones y nuevas propuestas en los procesos, ejemplo de ello fue el colodión húmedo. La imagen fotográfica trajo exigencias en el conocimiento de procesos químicos, físicos y tecnológicos por lo que fue necesario implementar instrumentos que permitieran controlar las variables y condiciones de la toma fotográfica, lo que derivó en instrumentos como lentes con características diversas y de mayor calidad, luz artificial como el

flash, máquinas ampliadoras, instantáneas, entre otros. Los instrumentos sofisticados, de mejor calidad y de mayor accesibilidad, dejaron de ser sólo para profesionales, cualquier persona que quisiera experimentar del uso de una cámara y generar sus propias imágenes podía lograrlo. Los usos de la fotografía ya no se limitaban a los retratos; la cámara salió de los ambientes controlados, y con el fin de documentar, fue llevada a espacios de conflictos bélicos de distintas guerras.

Finalmente, lo que en verdad dio un giro radical en el terreno fotográfico, Incorvaia (2013) lo denomina *revolución fotográfica*, donde las cámaras una vez más fueron transformadas, se hicieron más compactas, con obturadores más rápidos, y materiales de registro fotosensible de mejor calidad y accesibles. Ejemplo de ello fue la aparición del celuloide en 1869 y el gelatino-bromuro en 1871; para estos tiempos la imagen del fotógrafo estaba establecida como una profesión indispensable e insustituible, ya que si se requería de alguna fotografía era necesario acudir a un estudio o con un profesional que supiera acerca de los procesos químicos y técnicos. Hasta que, en 1880, el norteamericano George Eastman lanzó al mercado la conocida *Kodak N.° 1*, vendida por 25 dólares con un rollo de papel de 100 fotogramas de 5 cm de diámetro. Para 1889, Eastman cambió el papel por un celuloide y creó el carrete de película, dando paso a lo que hoy se concibe como fotografía análoga (Incorvaia, 2013).

Las cámaras Kodak revolucionaron la forma de ver la fotografía, esta actividad ya no era sólo para profesionales, ahora cualquier persona podía tener acceso a una cámara y lo mejor es que no tenían que preocuparse por los procesos de revelado; Eastman había establecido una estructura de venta en la que el usuario únicamente se ocuparía de capturar la imagen y de llevar el cartucho de carrete a una sucursal de la empresa donde lo revelaran, crearan copias y le devolvieran otro cartucho listo para tomar nuevas fotografías. Esto sin duda se popularizó, lo que conllevó que la imagen del fotógrafo se viera afectada, "correlativamente los fotógrafos profesionales vieron con preocupación que su mercado se estrechaba y que el público sólo recurría a ellos en casos determinados, como bodas o bautismos" (Incorvaia, 2013, p. 62).

La toma fotográfica había cambiado una vez más, el alcance y acceso era amplio, surgieron fotógrafos *amateurs* y nuevos profesionales; esto permitió que los usos de la fotografía lograran expandirse hasta documentar del día a día, lo que trajo beneficios a nivel social, debido a que se re-

gistraban y divulgaban imágenes que mostraban la pobreza y explotación humana de aquella época.

Mientras tanto, en el arte se debatía si el uso y producto de la fotografía podía ser considerada como tal, pero esto no impidió que, en el surgimiento de corrientes y vanguardias, la fotografía tuviera su propia manifestación artística; además, las mejoras tecnológicas dieron pie a un nuevo uso fotográfico, la imagen secuencial que desembocaría en la imagen cinematográfica.

Esta segunda etapa tecnológica tuvo una evolución gradual pero acelerada. La exigencia de la época así lo demandaba y esto produjo alternativas y variaciones en las herramientas fotográficas, por lo que pensar en este avance no se le puede atribuir a un solo instrumento. Si bien trajo muchas mejoras, en un inicio el alcance y su distribución eran limitados a cierto sector poblacional y su utilización se reservó para unos pocos; en consecuencia, la demanda social presionó al grado de que los resultados y beneficios de la fotografía llegaron a cualquier grupo social, o al menos lo más cerca a cada uno de ellos. Pasado el tiempo, los instrumentos fotográficos se comercializaron hasta que dejaron de ser exclusivos, los costos de producción fueron menores y, por ende, accesibles.

Los artistas y dibujantes inicialmente utilizaban las herramientas básicas de la fotografía como parte de su proceso creativo, acotando tiempo y esfuerzo en la elaboración de representaciones gráficas. Se podría creer que con la consolidación de la fotografía éstos fueron desplazados; sin embargo, los artistas utilizaron esta misma innovación tanto que duró varias décadas la discusión de si las fotografías podrían ser concebidas como arte. La tecnología trajo un nuevo oficio y nuevas ventanas de conocimiento, nuevos usos y sobre todo un cambio social con una nueva voz a través de la imagen.

Finalmente, llegó la tercera etapa tecnológica, la era digital, con el uso de dispositivos electrónicos como equipos de cómputo, tabletas digitales, realidades virtuales, programas, plataformas, *software* especializados, entre otros instrumentos de uso actual en el diseño, así como la actual innovación, que es inteligencia artificial.

En el siglo XX, en la era digital, el diseño se consolidó como una disciplina, luego de un crecimiento arduo con la Revolución Industrial, dada la necesidad de crear objetos funcionales, reproducibles a gran escala con las mismas características y accesibles, pero que a su vez contaran con una

estética que fuera funcional a las exigencias del mercado. Más adelante, con la llegada de la Bauhaus, el diseño se consolidó y caracterizó por su multidisciplinariedad e integró áreas como la arquitectura, lo industrial y el arte. Es importante mencionar lo anterior, ya que el diseño adoptó métodos, técnicas y recursos de otras disciplinas, por lo que la tecnología computacional e instrumentos digitales de la época revolucionarían la forma de hacer diseño.

Previo a ello, en el campo del diseño y la comunicación visual, las actividades eran realizadas, en su mayoría, de forma manual y análoga; las maquetaciones o bocetos se realizaban en papel y soportes similares, donde destacaba el uso y manipulación de las letras, el color y las formas a través de la caligrafía y el diseño de usos tipográficos desarrollados con instrumentos manuales, como la pluma caligráfica, estilógrafos, tintas, escuadras para realizar retículas, entre otros medios. El diseño, a través de la representación gráfica y visual, se destacaba por la materialización impresa, las necesidades de identidad gráfica, de divulgación de mensajes a través de carteles, publicidad, entre otras. En su mayoría, terminaban siendo aterrizadas a una impresión u objeto tridimensional (como los empaques), por lo que los modos de impresión y de reproducción eran en su mayoría el offset, la serigrafía, litografía y métodos más antiguos, como la xilografía.

El diseño gráfico como actividad productiva de la época se caracterizó por la construcción de imágenes en relación con el mercado y la propaganda; además cobró relevancia por el uso de instrumentos para el desarrollo creativo y artístico, pero con algunos movimientos como la Bauhaus el diseño se asomó a través de una ventana en la que dejaría de ser solamente una profesión de valor práctica y comenzaría a verse como una actividad cognitiva, pensada desde la comunicación. Entonces, la era digital vendría a dar la primera ola de transformación, sacudiendo a la disciplina y retando a evolucionar.

La tecnología se ha caracterizado por tener etapas de distribución y propagación. En un inicio, cuando un desarrollo innovador es consolidado, pasa por un proceso de prueba al que sólo se accede dentro del entorno donde es creado, posteriormente, suele ser manejado por instituciones de alto poder y Gobiernos, para pasar a industrias privadas y empresariales y, finalmente, recaer en un mercado público, donde la sociedad tenga acceso a esta “nueva” tecnología.

La computadora y otros instrumentos digitales son el ejemplo claro de esto. En los años 40 las primeras computadoras digitales fueron desarrolladas, para los años 50 y 60, su propagación era limitada a instituciones gubernamentales, universitarias y corporativas. En los 70 comenzó a ser distribuida a un público más general, pero fue hasta la década de los 80 que, con la llegada de las computadoras personales (PC), la propagación y el acceso les fueron brindados al público en general. Claro es que en estas cuatro décadas las mejoras y sofisticación de los equipos computacionales iban en incremento, ahora eran más rápidas, con mayores funciones e inclusive más compactas.

Es por ello que el diseño, específicamente el diseño gráfico, se ve realmente influenciado hasta la década de los 90 y los 2000 con instrumentos electrónicos, nuevas redes de comunicación como el internet y con software que comenzaban a especializarse en la manipulación de medios gráficos. El diseño se había transformado gracias a la informática. Alegre et al. (2009) mencionan que en 1984 los procesos análogos para generar diseño fueron desplazados por los sistemas digitales, las computadoras personales y los sistemas de autoedición; por lo tanto, se abrió una tendencia de experimentación que dejó de lado la construcción de un criterio comunicativo que estuviera presente en las producciones gráficas; en otras palabras, se comenzó a producir a través de nuevas técnicas de diseño, pero sin pensar en una composición comunicativa, hacer sin pensar (p. 143).

A las generaciones, denominadas generación X nacidos entre la mitad de la década de los 60 y finales de los 70, y los *millennial*, desde inicios de los 80 y hasta mediados de los 90, en su mayoría, se les facilita adaptarse al uso de los instrumentos digitales, sobre todo a los más jóvenes. Dentro de la generación X sí podían observarse algunas complicaciones o, sobre todo, mayores tiempos de adaptabilidad en los de mayor edad. Por otro lado, los profesionales que abarcan el espectro generacional previo, los *baby boom*, se vieron frente a problemáticas más complejas, ya que las formas de trabajo habían cambiado radicalmente. La familiarización con esta nueva tecnología no había sido del todo gradual, por lo que hubo resistencia e intentos de aprendizaje que derivaron en dos resultados: algunas personas lograron manejar estos dispositivos y realizar sus actividades y, por otro lado, otro grupo se vio desplazado por esta tecnología.

"Hoy las relaciones entre el diseño gráfico y la tecnología son mucho más complejas. La pantalla cambió radicalmente esto. Antes sólo se pensa-

ban como algo que mostraba cosas, ahora se interactúa con ella" (Alegre *et al.*, 2009, p. 146). La forma de hacer diseño se modificó a partir de los años 2000, y se fue actualizando. Hasta hace unos años, aún se pensaba en el diseño gráfico a través de estas herramientas digitales, programas de edición como Photoshop, Illustrator, Premiere, en general plataformas de Adobe, el uso de cámaras réflex digitales, computadoras portátiles iMAC, tabletas de dibujo, entre otros instrumentos.

La propagación tecnológica trajo actualizaciones y nuevas invenciones, las computadoras portátiles, los teléfonos celulares y las redes sociales vinieron a cambiar no sólo el diseño, sino la forma de convivencia social y de comunicación, gracias a la hipergráfica. La demanda constante por la inmediatez en los medios digitales ha recaído en la producción a gran escala de imágenes, videos y material publicitario.

Recientemente, se ha hablado de una "nueva tecnología", misma que ha generado ruido y preocupación, pero también mucho entusiasmo por las proyecciones a futuro de una sociedad tecnológica. La inteligencia artificial o también conocida como IA no es relativamente nueva; ha sido encaminada desde los años 40, con investigaciones acerca de las redes neuronales; que formalmente fue denominada inteligencia artificial en el año de 1956, en una conferencia dada por John McCarthy en Dartmouth College.

La IA es tanto una rama de la ciencia informática como una serie de plataformas con sistemas estructurados, los cuales basan su funcionamiento en simular las capacidades cognitivas de la mente humana para interactuar con usuarios y resolver indicaciones que le sean enviadas. Arroja resultados basados en el aprendizaje de datos antes emitidos por los mismos usuarios; es decir que, a través de la codificación y análisis de información, estos sistemas, al recibir una indicación, procesan los datos, evalúan las mejores alternativas y brindan respuestas que se asemejen a lo que un humano podría proporcionar.

En esencia, una IA aprende a través de procesar cantidades masivas de información y datos en búsqueda de patrones; de esa forma modela su propia toma de decisiones. Actualmente, las IA aún dependen de la supervisión humana para reforzar y evaluar la toma de decisiones, pero éstas están diseñadas para, en algún punto, aprender sin supervisión (Built In, 2024).

Precisamente, las características y forma de aplicación variarán dependiendo del tipo de IA de la que se esté hablando. Los campos de apli-

cación más frecuentes, según Benítez (2013), son la robótica, el análisis de imágenes y el tratamiento automático de textos. En cuanto a algunas de sus aplicaciones destacan, como parte del aprendizaje adaptativo: el uso en sistemas robóticos, sistemas diagnóstico clínicos, análisis de textos y traducción, aplicaciones industriales para mejorar procesos de fabricación, control de calidad, logística o planificación de recursos, economía con análisis financieros, entre otros. Las aplicaciones en distintos campos son amplias, algunas más factibles que otras, pero posibles en su mayoría.

La inteligencia artificial tuvo un reciente impacto a nivel social a finales de noviembre del 2022; OpenAI lanzó al público ChatGPT, un modelo de *chatbot* capaz de producir texto modelado a partir de la forma en que las personas hablan y escriben, logrando inclusive mantener una charla con sus usuarios. Esta plataforma en poco tiempo se volvió tendencia, puesto que llegó a tener millones de usuarios en muy poco tiempo. A la par, otras formas de IA comenzaron a ser lanzadas en los siguientes meses y años, plataformas con inteligencias capaces de generar imágenes de tipo ilustrativas, fotografías, videos y hasta de replicar voces idénticas a las de figuras populares. La aplicación en el terreno de lo visual fue otro gran *boom,* dando paso a las denominadas inteligencias artificiales generativas.

Unidad II
Inteligencia artificial generativa

La ciencia de inteligencia artificial tiene relación con múltiples campos de conocimiento y aplicación. Destacan, en particular, las inteligencias artificiales generativas (IAG): un tipo de inteligencia que se caracteriza por la generación de material visual y audiovisual (desde ilustraciones hasta las más realistas, que asemejan una fotografía), generan también textos, videos, audios e inclusive música.

Esta rama de las IA, no sólo se encarga de procesar información, sino que, como el nombre lo indica, genera modelos o nuevos datos a partir de algoritmos de aprendizaje automático, basado en datos de entrada. Boesch (2024) menciona que este modelo de redes neuronales es conocido como GAN, que en su traducción significa redes generativas adversarias.

La propuesta en el 2014 de Ian Goodfellow y su equipo trajo mejoras para el aprendizaje no supervisado, en la cual básicamente dos redes neuronales compiten y se entrenan entre sí para generar sus propios datos. Es-

tas dos redes las clasifican en dos: el generador y el discriminador, donde el generador produce datos que son alternativas que buscan no asemejarse ni igualar a los reales; mientras el algoritmo discriminador compara los datos producidos y los contrasta con los reales, diferenciándolos y descartando las que sean iguales. De esta forma, una imagen a, pesar de que pueda ser similar o compartir ciertas características, no se replica o repite. Existen otros modelos generativos o de redes neuronales que han sido diseñados para cumplir funciones específicas; el modelo GAN es el más adecuado para la generación de imágenes y material audiovisual.

En la cuestión práctica, las inteligencias generativas son utilizadas a través de plataformas digitales que, en su mayoría, las que están disponibles al público, se encuentran albergadas en sitios web o programas editores. Por lo que la forma en que el usuario puede realizar un modelo generativo puede ser de la siguiente manera: Se selecciona la IA de la preferencia del usuario, éste accede a una interfase en la que en su mayoría le muestra trabajos realizados por otros usuarios en dicha plataforma, los cuales en algunos casos puede tomar como plantilla para realizar modificaciones o como referencia para crear sus propias imágenes.

La plataforma permite realizar una imagen desde cero, para ello, cuenta con un formulario, en el cual se deben especificar las características que tendrá la imagen: estilos de ilustración, técnicas, corrientes artísticas, acabados, tamaño o formato de la imagen, número de imágenes que se crean, entre otras variables, dependiendo de la plataforma. Esto permitirá acotar las opciones que pueda brindar la IA, posteriormente, a través del *prompt*, se le dan las indicaciones que describen qué elementos se encontrarán dentro de la imagen. Esta descripción puede considerar cuestiones compositivas, como posición, tamaño, color, tipografía, movimiento, entre otros, pero en caso de que el usuario no dictamine éstas características, la IA llenará estas variables a partir de los patrones que conoce.

A partir de aquí, la IAG realiza su proceso de estructuración y discriminación de ideas, para finalmente brindar propuestas o resultados que respondan a la solicitud. Otra particularidad de estas plataformas es que los generadores, posterior a brindar los resultados, en la selección de cada imagen, permite modificar el producto generado, ya que cuentan con editores, los cuales en la mayoría de los casos permiten modificar minuciosamente las particularidades de cada elemento, sin llegar a alterar por completo otros elementos que el usuario pueda considerar correctos.

El resultado de la imagen dependerá de la forma en la que se estructure el *prompt,* por lo que el uso de un lenguaje acorde a la exigencia o necesidad es esencial para clarificar la idea que deberá interpretar la IAG. El *prompt* es la conexión y medio comunicativo entre el usuario y la plataforma algorítmica generativa, la interfaz puede variar dependiendo de la plataforma y desarrollador, pero esencialmente se basa en un cuadro de texto interactivo, o en casos como CharGPT, un modelo de *chatbot*.

Respecto a la forma en la que se puede estructurar un *prompt*, hay diversas formas para redactar la instrucción; el primer elemento que se debe conocer de cualquier plataforma seleccionada es el idioma que maneja, algunas IA sólo responden al idioma inglés, otras responden a más de una lengua. Una vez considerado lo anterior, la construcción de la indicación debe cubrir aspectos esenciales; Torres & Blanco (2023) los describen en su teoría de *arquitectura del prompt*:

Roleplaying: Se aconseja que la indicación comience indicando un papel establecido que deberá asumir la IA; esto es, se le adjudica un papel o rol desde el cual tendrá una perspectiva concreta. Ejemplo de ello es asumirlo con una profesión o nivel de expertís: "actúa como un experto crítico del arte renacentista...", "desempeña el papel de un profesional de la salud...".

- **Contexto**: Este parámetro es esencial, toda vez que la precisión dependerá de que la IA comprenda la intención del usuario, por lo que se incluyen aspectos como ubicación, preferencias del usuario, un historial de interacción y elementos que describen en general el objetivo del resultado. "Situados en México, en la época prehispánica con la cultura azteca...".
- **Receptor**: Analiza a quién va dirigida la información. Este aspecto va ligado con el punto anterior y se puede especificar a quién va dirigido el resultado que se genere. Esto puede acotar las variantes considerando aspectos que tengan relación con el receptor. "Se necesita que [el receptor] sea capaz de...".
- **Estrategia**: Este aspecto implica la elección cuidadosa y selectiva de las palabras y formato del *prompt*, ya que de este modo la IA interpreta la intención del usuario. La forma en la que se estructura puede variar dependiendo justamente de la intención, algunas variantes pueden ser emitir juicios, registrar u obtener información, redactar un texto, realizar un análisis crítico, generar imágenes con un enfoque particular, etc.

- **Tema:** Este punto abarca cómo se describe y detalla claramente el tema o asunto principal. El usuario explica acerca de qué desea obtener información o realizar una acción, relacionando los elementos anexados con anterioridad.
- **Salida de la información:** Finalmente, se describe cómo será presentada la respuesta de la IA, se establecen formatos de salida como texto, voz, imágenes, video u otro tipo de representación.

Al cumplir estos aspectos, se puede precisar en gran medida la respuesta de la IA. Por supuesto que, si algún aspecto no se describe, la plataforma llena esos espacios a través de sus algoritmos, proporcionando datos que se asemejen o sean compatibles con el resto de las instrucciones. De ahí la importancia de conocer estos aspectos.

Figura

Hoja de trucos de ChatGPT

Algunas variantes que pueden influir en mayor o menor medida en el resultado son el estilo de escritura, las estructuras y los métodos que se utilicen. La combinación de estos aspectos proporciona una sintaxis que la IA puede comprender. En la Figura 1.1 se sintetiza lo anterior.

Destacando la importancia en la generación de imágenes y contenido visual, los estilos de mayor efectividad son el descriptivo, narrativo y técnico, puesto que estas formas permiten puntualizar aspectos esenciales que deberán ser sintetizados y presentados, pasando de texto a imagen.

Actualmente, diversas empresas e instituciones están interesadas en generar sus propias plataformas de inteligencia artificial; las que más destacan son OpenAI, con la plataforma y aplicación móvil de ChatGPT, un modelo de IA que puede procesar información y fungir como navegador interactivo. Además, han creado dos variantes de IAG, la primera conocida como DALL· E 3, que permite generar imágenes de forma narrativa accediendo a través de ChatGPT; la segunda es SORA, este modelo crea secuencias de video de escenas realistas a partir de texto, con el objetivo de simular el mundo físico, según mencionan en su plataforma (OpenAI, 2024).

Cabe mencionar que cuentan con una versión de paga y otra gratuita. En la primera se cuenta con acceso total a las funciones y actualizaciones de las IA; mientras tanto, la versión gratuita está limitada. En el caso de DALL· E sólo se pueden generar cuatro imágenes cada 24 horas. SORA, hasta el momento (2024), no está abierta para todo el público, según su plataforma, sólo tiene acceso un equipo que evalúa los riesgos que pueda generar esta nueva función, pero a su vez también les están brindando acceso a algunos artistas visuales, diseñadores y cineastas selectos con el fin de obtener retroalimentación acerca de la utilidad que pueda otorgar a profesionales creativos (OpenAI, 2024).

Otras plataformas generativas que están cobrando relevancia son desarrolladas por la compañía Google. Dentro de sus líneas de investigación, Google DeepMind ha creado ImageFX, una IAG de imágenes, a la cual se accede a través de una cuenta de Gmail. Aparte de esta plataforma, están desarrollando un modelo generativo de video llamado VEO o VideoFX y otro nombrado MusicFX, en el cual se puede generar música a través de texto o mezclar estilos de sonido a través de etiquetas que describen los instrumentos, emociones y ritmos, los cuales la IA sintetiza para producir sus propios sonidos.

Por su parte, Adobe no se ha quedado atrás, si bien ha integrado funciones como "relleno generativo" a través de IA en los programas de edición de imagen como Photoshop e Illustrator, ahora también han desarrollado Firefly, una IAG enfocada a las imágenes. Tiene como ventaja que, al ser desarrollada por Adobe, los resultados pueden trasladarse a los editores e integrarse con otras funciones, permitiendo a los usuarios crear sus propios recursos para editar.

Otras organizaciones que se encuentran en constante investigación y desarrollo son NVIDIA con su desarrollo de IAG para el sector empresarial, o los asistentes virtuales de IA nombrados RIVA. La compañía IMB, por otro lado, trajo consigo Watson, un modelo de IA enfocado al sector industrial y empresarial que tiene como objetivo gestionar tareas relacionadas con servicios financieros, comercio, entre otros. Meta, antes Facebook, es otro ejemplo de este desarrollo tecnológico, al igual que otras empresas, ha generado su propia IA nombrada Meta AI, que es capaz de realizar imágenes y video, siendo de libre acceso o gratuita, hasta el momento.

Así, organizaciones que se dedican al desarrollo tecnológico se están adentrando en la ciencia de las inteligencias artificiales, en su mayoría llevándola a un sector privado o de acceso a través de un pago, pero otras tantas tienen un enfoque de promover y hacer de esta innovación un medio accesible; aunque los alcances y posibilidades de cada plataforma son distintas, el desarrollo de nuevas propuestas puede vislumbrar nuevas posibilidades y mejores accesos.

En cuanto a las opciones con las que se cuentan para la generación de imágenes, además de las ya mencionadas también se encuentra:

- Leonardo.ai
- DreamStudio
- MidJourney
- Stability AI
- Runway ML
- Artflow.ai
- OpenArt
- Bluewillow.ai

Crear material gráfico a través de las IA trae nuevas oportunidades y posibilidades: se sabe que logran comprender el lenguaje natural, para procesar las funciones requeridas y facilitar su uso; el tiempo de generación es breve, incluso de unos cuantos segundos, en comparación con lo

que podría tomarle a un humano; permiten realizar simulaciones o modelos prototípicos de diseños más complejos, al describir las características y elementos permite tener un mayor control de lo que aparecen en la imagen; algunas inteligencias generativas cuentan con un *prompt* negativo, en el que se describen elementos no deseados, de este modo el algoritmo excluye esas variables.

Al ser plataformas multidisciplinarias, permiten su uso en diversos campos de conocimiento y actividades prácticas. Desde luego, las IAG aún tienen deficiencias y limitantes que, en relación con el diseño, pueden traer problemáticas o dificultades que afecten a los profesionales del área. Por mencionar algunos de estos problemas, Delgado & Sarraute (2024), en su escrito *Debates sobre inteligencia artificial*, destacan algunos, como la calidad funcional, en razón de que las IA carecen de análisis específicos de tipo metodológico y de contextualización, donde se consideran factores como formas, esteticidad, simbolismo, episteme, entre otros. La cuestión funcional se transforma en un aspecto superficial, donde se resuelve la necesidad humana, pero sin el análisis antes mencionado, el resultado puede no ser la mejor opción.

Otro problema se observa desde el parámetro de la esteticidad y el discurso simbólico, ya que se presentan sesgos en los discursos estéticos. Las IAG generan patrones que parten de datos que tienen similitud, por lo que las referencias visuales recaen en estereotipos estéticos; esto puede desencadenar en perpetuar problemas de inclusión y diversidad social.

Por otro lado, desde el punto de vista epistémico, el uso constante de este tipo de tecnología puede provocar dependencia cognitiva en los usuarios, lo que puede repercutir en una reducción del pensamiento crítico; es decir, el uso dependiente de las IAG puede traer como consecuencia la falta de interés en el proceso metodológico del diseño y disminuir las habilidades cognitivas y los procesos creativos; como pasa actualmente con los diseñadores que consideran que sin las herramientas digitales no podrían generar proyectos diseñísticos.

Otro gran dilema que traen consigo las IAG, se observa desde el concepto de la originalidad, puesto que en el área legal se debate acerca de quién debe poseer los derechos y autoría del material producido, si los usuarios que generan la indicación o la IA y los desarrolladores de la plataforma, además de que con el exceso productivo de material gráfico y diseñístico, éste mismo ha perdido valor social. Hasta hace poco, el factor

de originalidad se había considerado como diferenciador, pero ahora la IA pone aún más en duda si este factor tiene las bases para aumentar el valor de un diseño, puesto que se ha llegado a cuestionar incluso ¿qué tan original es el sujeto que diseña? (Delgado & Sarraute, 2024).

Al igual que las IA, los humanos están sujetos a construir un reflejo de la realidad a través del bagaje cultural, referencias visuales, discursos, ideologías, memorias, etc. Desde la perspectiva social-antropológica, la inquietud que resalta es la empleabilidad de los profesionales del diseño; las IA brindan disponibilidad de herramientas de diseño a todo público, por lo que para algunos clientes la imagen del diseñador ya no es necesaria hablando en cuestión de mano de obra, ya que las funciones que requieren pueden ser sustituidas con inteligencia artificial. Esto recae sobre los honorarios del diseñador, aunque aún se debate si la funcionalidad, originalidad y otros aspectos que evalúan el nivel de calidad de un diseño se asemejan a los de un profesional del diseño.

Otras posturas al respecto indican que las exigencias del mercado obliga a los diseñadores a actualizar su perfil profesional, viendo esto como una actualización de la profesión, tal y como en el pasado ocurrió con el cambio de lo análogo a los *software* digitales. Cabe mencionar que, en la actualidad, el pensamiento acerca del papel del diseñador y del diseño en sí ha cambiado. Ahora se cree que las herramientas y tecnología no hacen al diseñador; si bien son instrumentos que lo integran, no son el factor identificador, en vista de que el diseño cuenta con aspectos de conocimiento teórico, metodológico y proyectual, lo mismo que recursos y factores discursivos, creativos, de originalidad y funcionales (Delgado & Sarraute, 2024, p.45).

Finalmente, por mencionar algunos problemas y limitantes prácticas de las plataformas de IAG, Delgado & Sarraute (2024) comentaron acerca del acceso; las versiones gratuitas, en la mayoría de los casos, suelen limitar la cantidad de imágenes que se pueden generar, por lo que si se busca tener mayores beneficios se deberá acceder a una versión de paga, especialmente si se pretende utilizarlas con fines comerciales.

Esto pudiera parecer que tiene una solución simple, acceder a las membresías o licencias completas a través de pago. Por un lado, representa un beneficio contar con mayores recursos para el desarrollo de herramientas complejas dentro de las IA, mismas que los profesionales podrían adquirir una vez que se perfeccionen, como lo que pasa con las licencias

de programas de edición, como los de Adobe; pero a su vez esto segmenta el acceso, en tanto genera desigualdad, y las personas que no alcancen a cubrir este pago podrían verse limitadas.

El diseño y la comunicación visual se encuentra en una posición que logra dar dirección a la forma de utilizar este tipo de instrumentos. El diseño, al integrar como pilares de su formación al arte, la ética, la tecnología, la comunicación y diversas áreas sociales y humanísticas, logra permear la forma en que la sociedad utiliza los avances tecnológicos.

Unidad III
Imagen del diseño y el diseñador

¿A qué se le llama diseño o qué es el diseño? Esta pregunta ha sido formulada, resuelta y replanteada a lo largo de su historia. Desde su origen, el diseño se ha transformado cumpliendo con distintas exigencias y volviéndose más complejo, por lo que dependiendo del contexto en el que se sitúe, se pueden encontrar distintas definiciones y perspectivas.

Como actividad, tiene su origen en la Revolución Industrial, donde el concepto de diseño estaba relacionado principalmente con la creación de objetos reproducibles para el consumo en serie, en función del desarrollo capitalista (Archundia, 2021, p.137). Entendiendo esto, se consideraba que el diseño debía ser sobre todo funcional con el propósito de solucionar una necesidad y todo aquello que lo integraba debía cumplir este requerimiento; de ese modo, agregar ornamentos o cualidades estéticas se salía del concepto de lo que era diseño, por lo que eran considerados *styling* o se relacionaban con una cuestión artística.

Pero al retomar elementos de las artes aplicadas y con la presencia de vanguardias como *Arts and Crafts* ocurrió algo interesante. Artistas y artesanos se involucraron en el desarrollo de los productos, los cuales utilizaron como medio para manifestar su obra, vinculando así el proceso artístico-artesanal y las herramientas tecnológicas; por lo tanto, se aprecia una relación entre el arte, la tecnología y el mercado industrializado, áreas que en su conjunto trajeron nuevas variantes en la producción de objetos y productos, llevando a pensar que pueden existir otros tipos de diseño.

Con la llegada de la Bauhaus, la forma de pensar el diseño se transformó; la academia integró y consolidó elementos de múltiples vanguardias y aportó un elemento esencial que enriqueció al diseño: el lenguaje visual,

proponiendo fundamentos para la creación de productos de diseño. En este punto, el diseño visual y gráfico cobra relevancia, ya no sólo se piensa en el diseño como un proceso y fin de creación de objetos, ahora se percibe, además, desde las características estéticas desde lo gráfico y visual, pero se observa como una actividad práctica, pensando en los diseñadores como hacedores artísticos y artesanales, con habilidades de esta índole.

Retoma procesos e instrumentos de estas mismas, para lograr complejizar lo que sería el diseño contemporáneo; "el pensamiento de la Bauhaus planteaba que las artes no debían ser diferentes del diseño, de la arquitectura, de la artesanía" (Archundia, 2021, p.143). Terminada la Segunda Guerra Mundial, comienzan a ser seccionadas y etiquetadas las variantes y complejidades del diseño; al ser una actividad multidisciplinaria en crecimiento y expansión, el conocimiento se incrementó y comenzó a integrarse en aplicación a otros campos de trabajo y estudio. Tal fenómeno deja obsoleta la forma previa de comprender qué es el diseño, esto orilló que se generaran variantes, que describen las particularidades de cada a actividad y/o producto realizado, resultando, entonces, en ramas formales, como el diseño industrial, diseño gráfico, diseño arquitectónico, diseño y comunicación visual, entre otros.

Según Archundia (2021), al hablar de diseño, se estaría hablando de las variantes que existen de ésta, por lo que al intentar definir el concepto, la mayor dificultad que se encuentra parte desde el origen, sus primeros significados y el hecho de que se conciba como una actividad humana. Con el paso del tiempo y la evolución que ha tenido, desde la semántica, el diseño ha presentado cambios en su concepción, primero se encuentra ligado a los objetos cotidianos, luego, es utilizado para describir un proceso de dibujo o boceto de una idea y ahora se define y asume como actividad profesional.

Evidenciando lo anterior, la palabra diseño se ha visto en una constante resignificación, misma palabra que puede ser utilizada como adjetivo, verbo o para referenciar una profesión o actividad humana. El diseño, al estar vinculado y provenir de las artes y artesanía, se ha asociado al área de las humanidades, expandiéndose incluso al área social como con la comunicación visual.

No obstante, en el año de 1969, Herbert Simon, economista y teórico en ciencias sociales, en su libro titulado *The Sciences of the Artificial,* plantea y desarrolla una propuesta distinta de pensar y concebir al diseño. Él hace uso del término "pensamiento de diseño" y plantea al diseño como

una ciencia formal. En su tesis, menciona que existen dos tipos de ciencia, la ciencia de lo natural y la ciencia de lo artificial; la primera está ligada ampliamente a los campos de estudio, como las ciencias biológicas, mientras que las ciencias de lo artificial, están más ligadas con las ingenierías, puesto que éstas tendrán una particularidad que es la aplicación (la práctica en función de resolver una necesidad).

En la actualidad, muchos campos de estudio se han expandido alcanzando amplios niveles de aplicación. Lo relevante es la forma en la que concibe y plantea una teoría de diseño. Bajo la premisa de que los medios artificiales se adaptan a los entornos, se entiende que los productos diseñados deben ser pensados y estructurados para el medio donde será aplicado; de esa forma, el proceso de diseño es esencial para conseguir esta adaptación efectiva, por lo que según Simon, debiera pensarse el diseño como una doctrina intelectualmente dura, analítica, en parte formalizable, en parte empírica y enseñable.

A su vez, considera de gran relevancia el uso de la tecnología, desde su teoría, el diseño "se ocupa de cómo deberían ser las cosas, de idear artefactos para alcanzar objetivos" (Simon, 1996, p.114); por lo que la integración de herramientas como la inteligencia artificial puede abrir nuevas posibilidades en favor del diseño. Su teoría de la ciencia del diseño se basa en retomar elementos de las ciencias formales, para crear un modelo de pensamiento que pueda replicarse con parámetros para medir y guiar el diseño de una solución a cualquier tipo de problema.

Años más adelante, en 1995, Sausmarez también conceptualiza qué es el diseño, mostrando una postura que busca separar la idea de que el diseño es una variante de las artes; al igual que Simon postula la idea de que es una forma de pensamiento, a su voz menciona lo siguiente:

> Una actitud mental, no un método, una forma de investigación, no una nueva forma de arte. Una investigación, no sólo sobre los trazos y las estructuras que aparecen según los materiales usados, sino también sobre el origen y los contenidos de la expresión personal y la reacción del mundo que nos rodea. (p. 14)

Esta perspectiva brinda nuevas ideas acerca de cómo se transforma el diseño, aquí el diseño deja de depender de sus recursos materiales. El diseño ya no sólo es hacer productos en función de una necesidad, ahora se vislumbra como un estado mental, el cual posee estructuras metodológicas

que permiten pensar y evaluar variantes. Para la creación de estos productos del diseño, dejando de lado la idea de que el diseño es una manifestación artística, si bien retoma elementos, su finalidad es distinta. Hay que tener en cuenta un factor importante y es su relación e impacto que tiene con el mundo, con el entorno; el diseño tiene la capacidad de transformar y alterar la forma en la que se percibe el mundo.

Se han tenido distintas percepciones acerca de qué es el diseño; hay quienes lo han visto como un proceso de resolución de problemas o como un resultado—producto con un fin, otros tantos lo conciben como una forma de pensamiento e inclusive una ciencia. Esta controversia por buscar una única definición se ha visto influenciada por los cambios contextuales de cada época, factores como el cambio tecnológico han llevado a modificar la forma en la que se piensa el diseño, algunos grupos lo estudian desde el ámbito académico, otros desde el área laboral e incluso ajenos al campo también lo han intentado definir.

Una de las definiciones más recientes pertenece a la asociación International Council of Design, antes conocida como Icograda, un consejo que desde 1963 se dedica a teorizar, debatir y aportar conocimiento en temas relacionados con el diseño. Este grupo define al campo como:

> Una disciplina de estudio y práctica centrada en la interacción entre una persona —un "usuario"— y el entorno creado por el hombre, teniendo en cuenta consideraciones estéticas, funcionales, contextuales, culturales y sociales. Como disciplina formalizada, el diseño es una construcción moderna. (International Council of Design, 2024)

Esta definición es de las más recientes y puede entenderse que en el campo del diseño ahora es considerada una disciplina de estudio práctico y teórico, puesto que en décadas pasadas se consideraba al diseño y al diseñador como hacedores operativos de productos visuales y tridimensionales con características estéticas, la perspectiva era más pretenciosa hacia una cuestión manual y no precisamente al pensamiento. Hoy en día, se ve al diseño como un campo de estudio, un espacio en el cual reflexionar y teorizar en función del efecto que causa a nivel cultural, social y contextual, pero sin dejar de lado sus cualidades prácticas, estéticas y funcionales.

Otra definición es la del 2017, en dicho año se llevó a cabo la *Montréal Design Declaration*. En esta asamblea, se reunieron dieciocho organiza-

ciones internacionales de diseño, con el objetivo de debatir y proclamar lo que llamaron "una visión única del papel del diseño" (International Council of Design, 2019). Allí se redactó un resumen donde se puntualizaban los conceptos relacionados con el campo de estudio; en ese mismo, definen al diseño como:

> La aplicación de la intención: el proceso a través del cual creamos los entornos materiales, espaciales, visuales y experienciales en un mundo cada vez más maleable por los avances en la tecnología y los materiales, y cada vez más vulnerable a los efectos del desarrollo global desatado. (International Council of Design et al., 2019, p.2)

En esta forma de concebir al diseño destacan puntos clave como la palabra proceso, ya que la práctica diseñística cuenta con diversos procesos, métodos y metodologías que son aplicadas para el desarrollo creativo. Destaca igualmente un concepto reciente y es la *creación de experiencias,* teniendo un mayor peso en la actualidad, dado que el diseño, al enfocarse en las necesidades de un usuario, busca la interacción positiva entre éste y el producto—imagen diseñada, por lo que el objeto no es el fin en sí mismo, sino lo que produce en quien lo adquiere.

Por último, otro punto a destacar es el vínculo que existe entre el diseño y la tecnología, las innovaciones tecnológicas repercuten en la forma de interactuar con el entorno social, por lo que el diseño se ha de adaptar a las nuevas exigencias del mercado y de la sociedad, donde la integración de instrumentos tecnológicos facilita y modifica la forma en la que se hace el diseño. Esto ha traído a su vez la idea de que el diseño depende de la tecnología y puede ser que en algunas actividades prácticas sea indispensable su uso, por ejemplo, los software digital para el diseño de espacios virtuales. Luego, el diseño como disciplina no se queda en el ámbito técnico y pasa a tener relevancia desde el estudio teórico.

Con el cambio de la percepción del diseño, las integraciones y modificaciones de actividades, el perfil del diseñador también se ha visto transformado. El mercado exige desarrollar nuevas habilidades y actualizar las herramientas con las que se crea y produce diseño. Algunas décadas atrás, el diseñador se valía meramente de instrumentos mecánicos que hoy podrían denominarse análogos. El uso de medios digitales no se encontraba presente, pero con su llegada ocurre algo interesante: pareciera que las tendencias tecnológicas funcionan como cuellos de botella, en el cual aquéllos que se logran adaptar permanecen vigentes en su profesión.

Hoy en día, pensar en el perfil de un diseñador involucra aspectos esenciales como el conocimiento técnico-compositivo, como uso de un lenguaje técnico y profesional, desarrollo de habilidades comunicativas, conocimiento de estrategias de *marketing, community manager*, publicista, cualidades de investigador y un amplio bagaje cultural, entre otras particularidades, dependiendo de lo que la actividad diseñística le demande. Las tendencias y exigencias del mercado, de la sociedad y la tecnología ha provocado que los profesionales del diseño, se vean en un constante salto a otras disciplinas; según Marshall (2008), Tony Dunne, jefe de diseño en interacción en el Royal College of Art de Londres, menciona que están surgiendo nuevos híbridos de diseño. La gente no encaja en categorías ordenadas; son una mezcla de artistas, ingenieros, diseñadores, pensadores. Por lo que están en ese espacio difuso (p. 8).

Al profesional del diseño, se le percibe de una manera, pero se le exige ser de otra, socialmente se sigue percibiendo al diseñador como un artista, pero esta idea se repele cuando se conceptualiza al diseño. La época actual demanda al diseñador más que pensar fuera del arte, generar un propio pensamiento crítico; el principal problema que se observa es la falta de claridad en la propia identidad.

Victor Papanek, citado por Simón (2009), dice que "todos los hombres son diseñadores. Todo lo que hacemos casi siempre es diseñar, pues el diseño es la base de toda actividad humana. El diseño ha de ser significativo" (p.14). Ese argumento refuerza la idea de que el diseño puede ser una actitud o forma de pensamiento en virtud de la cual todos pueden ser diseñadores.

¿Entonces, qué diferencia a una persona que estudia desde la academia, a una que sólo practica el diseño? Bueno, si bien existen instituciones que brindan un documento que acredita que un académico puede ser llamado diseñador, esto no garantiza que la práctica de éste sea distinta de otro que ya practica la profesión, por lo que segmentar al diseño en niveles de complejidad puede aportar elementos que definen al tipo de diseñador. La International Council of Design (2024) contrasta a una "persona que diseña" respecto a un "diseñador profesional"; el segundo debe contar con características como:

- *Formación reconocida:* educación académica, años de experiencia o instrucción de algún mentor calificado.

- *Percibe el diseño como una ocupación:* trabaja a cambio de una compensación adecuada y lleva un registro de proyectos solicitados por clientes.
- *Tiene acreditación:* posee reconocimiento por parte de su comunidad, a través de algún diploma o certificación respaldada por alguna asociación profesional u organismo reconocido.
- *Tiene conciencia de sí mismo:* comprende las responsabilidades, las implicaciones y la importancia de percibirse asumiendo su compromiso como profesional del diseño.
- *Reconoce que forma parte de una comunidad profesional:* demuestra responsabilidades para con sus colegas y la importancia de respetar su profesión, guiada por una ética que le permite construir disciplina formal.
- *Tiene conciencia social:* se esfuerza por lograr resultados sólidos que tengan en cuenta los impactos sociales, culturales, ambientales y económicos de su trabajo.

Estos son algunos puntos que la asociación considera relevantes para diferenciar los dos tipos de diseñadores. Si bien el nombre de diseñador está arraigado a la práctica misma de diseñar, el perfil de éste se transforma; el cambio generacional, económico, tecnológico, social y cultural lo llevan a modificar las formas en la que realiza diseño, los procesos, métodos e instrumentos se modifican, al igual que va evolucionando la forma de pensamiento y la influencia del diseñador con su entorno.

Finalmente, este apartado se cierra con la definición publicada de la cumbre de diseño de Montreal Design Declaration del 2017: "los diseñadores son profesionales que, por educación, perspectiva y experiencia, son capaces de desarrollar nuevas soluciones interdisciplinarias para mejorar la calidad de vida" (2019, p.4).

Metodología

La presente investigación fue realizada a través del enfoque de tipo cualitativo. Contó con un diseño de investigación documental y experimental, para el análisis comparativo con el uso metodológico del *proceso creativo de solución de problemas*, propuesto por Bernd Löbachy. Se realizaron pruebas con una plataforma de inteligencia artificial generativa, de carac-

terísticas específicas, para generar imágenes con variantes de lenguaje técnico—descriptivo y lenguaje básico—informal, con el fin de contrastar los resultados de las imágenes emitidas por las IA con el material de diseño fotográfico e ilustración generados por humanos; y de esta forma comprobar similitudes y diferencias en el resultado de los diseños de inteligencias generativas.

Este análisis se denomina *variantes de IAG,* en el cual se realizaron imágenes con IAG para describir y comparar el resultado con productos visuales realizados por humanos, con el objetivo de vislumbrar las semejanzas y deficiencias de la herramienta. Estas pruebas fueron ejecutadas con base en la metodología de Löbachy y de acuerdo con una organización dividida en cuatro etapas: **preparación, pruebas, evaluación y verificación.**

En la primera etapa de ***preparación***, se realizó la selección de la plataforma generativa, la cual fue seleccionada bajo las siguientes características:

- Plataforma albergada en un sitio web.
- Generadora de imágenes.
- Que cuente con editor de imagen.
- Que tenga acceso en México.
- Con uso de idioma español.
- Que permita generar por lo menos cuatro imágenes por *prompt.*
- Que permita realizar más de cinco prompts por día.
- Que tenga versión gratuita.

Con el fin de que cualquier persona que carezca de experiencia previa en el uso de IA, pueda experimentar y conocer las posibilidades que brinda, sea o no profesional del diseño, se optó por Firefly de Adobe.

Las pruebas se dividieron en dos tipos: la primera se basó en recrear imágenes hechas por humanos, con la inteligencia artificial, describiendo en el *prompt* los elementos, para posteriormente compararlas. Éstas fueron nombradas “copia” y referenciadas con la letra “C”.

Para ello, se eligieron tres imágenes realizadas por humanos, mismas que se nombraron como “originales”. Esta selección fue hecha con las siguientes consideraciones: las imágenes debían contar con elementos figurativos, como la presencia de la figura humana, escenarios contextuales (calles, edificaciones, paisajes naturales, etc.), animales o elementos naturales, entre otros. Además de elementos abstractos, como uso de texto

tipográfico, paletas de color, uso de esquemas compositivos (retículas o guías de composición). La combinación de los elementos anteriores no estaba restringida. Dichas imágenes también debían haber sido creadas con un propósito, ya sea representativo, de propaganda o que solucionara alguna necesidad.

Las imágenes seleccionadas se clasificaron y etiquetaron con la leyenda "IO" seguidas de un orden numérico:

- IO-1 | "Dovima con elefantes" - Richard Avedon | fotografía
- IO-2 | "Wish you were here" - Pink Floyd - portada de disco
- IO-3 | "We can do it" - J. Howard Miller - cartel / ilustración

Posteriormente, se estructuraron los *prompts*, los cuales se crearon en dos versiones por imagen. La primera se caracterizó por el uso de un lenguaje básico—informal, sin uso de algún esquema estructural del *prompt*; por otro lado, el segundo se construyó con el uso del lenguaje técnico—descriptivo y la teoría de arquitectura del *prompt* de Torres & Blanco (2023). Estas indicaciones consideraron los siguientes puntos:

Prompt con lenguaje básico-informal

- Descripción con base en la necesidad, para uso y construcción de la imagen.
- Descripción superficial de los elementos compositivos.
- Simplicidad en las indicaciones.
- Contexto situacional y descripción subjetiva.

Prompt con lenguaje técnico-descriptivo

- Encuadres, perspectivas y elementos de estructuración compositiva.
- Descripción detallada de personajes, objetos y escenarios.
- Descripción de elementos como texturas, paletas de color, movimiento, tipografía, etc.
- Contexto situacional y descripción puntual.

Los *prompts* con uso de lenguaje básico, se etiquetaron y clasificaron con la terminología PIB, que son las siglas de "prompt indicativo básico", seguido de la secuencia numérica que indica la imagen que se está referenciando. Las indicaciones fueron las siguientes:

- **PIB-IO-1:** Foto en blanco y negro de una modelo mujer, con vestido largo de color blanco y un top negro por afuera, con guantes largos hasta los codos de color negro, a su lado dos elefantes levantando una pata, alegres y posando a cada lado.

- **PIB-IO-2**: Portada de disco donde dos hombres de traje se dan la mano, el hombre de la derecha se está quemando, y están en una zona industrial de bodegas.
- **PIB-IO-3**: Cartel de una mujer fuerte, con un paliacate amarrado en la cabeza de rojo y con círculos blancos. La mujer se está remangando su camisa azul detrás del codo, mostrando su bíceps, con las uñas pintadas de rojo al igual que los labios y arriba de ella un texto diciendo "podemos hacerlo".

Los *prompts* realizados con un lenguaje más descriptivo se etiquetaron como PID que significa *prompt* indicativo descriptivo, seguido de la etiqueta y secuencia numérica que indica qué imagen se está referenciando. Estas indicaciones son las siguientes:

- **PID-IO-1**: Actúa como un fotógrafo profesional y realiza una fotografía de moda, hiperrealista en blanco y negro, con un plano general, en horizontal y una textura granulada. En la imagen, aparece una modelo mujer con las siguientes características: piel clara, viste un vestido largo de color blanco, con zapatillas del mismo color y a la altura del pecho tiene una tela de color negro que la rodea su torso, además, viste con guantes largos de color negro, su cabello es oscuro y está recogido. Esta mujer se encuentra en una pose relajada estirando sutilmente los brazos hacia los costados. A cada lado de la mujer hay un elefante, que levanta su trompa al igual que la pata derecha. En el fondo hay una pared de color gris, mientras que en el suelo hay paja tirada.
- **PID-IO-2**: Actúa como un diseñador y fotógrafo, y genera una fotografía en vertical, con un encuadre de plano general, y con una textura sutil granulada, dentro de la imagen coloca en el centro a dos hombres estrechando su mano derecha, vestidos con trajes oscuros y un estilo de peinado de los años 80. A su vez, el hombre de la derecha se prende en llamas. De fondo están un lugar que es un pasillo largo y amplio donde se observan entradas de bodegas industriales. La escena es de día con iluminación natural y la fuente luminosa está de lado derecho a 50°.
- **PID-IO-3**: Actúa como un diseñador e ilustrador y realiza un cartel de propaganda con un enfoque de protesta social en favor del empoderamiento femenino. El formato es en vertical, con un fondo de

color amarillo #faf40c, y con un ligero degradado en un tono más oscuro en la parte inferior. Dentro de la imagen se muestra a una mujer en plano medio, situada en el lado izquierdo según la regla de tercios; está vestida con una camisa de mezclilla azul, mientras remanga su brazo mostrando el bíceps con el puño cerrado. La vista está en dirección al frente y tiene un rostro determinado y serio, sus labios están pintados de rojo al igual que las uñas, y en la cabeza lleva un pañuelo amarrado al cabello, de color rojo con círculos blancos. En la parte superior de la imagen, con el color #011c47, aparece un globo de texto con una tipografía *sans serif* que dice "podemos hacerlo" en letras de color #ffffff.

El segundo tipo de prueba se nombró, "problemática", en el cual se plantean a la IA situaciones contextuales y necesidades que debían ser resueltas de forma visual, simulando cuando un cliente solicita un trabajo a un diseñador. Se realizaron tres prompts, los cuales también fueron estructurados con base en la teoría de la arquitectura del *prompt*; sus variaciones se marcaron en el nivel de exigencia que se le dio a la IA. Estos *prompts* se etiquetaron como "IP" (indicación de la problemática) seguido de la secuencia numérica:

- **IP-1**: Actúa como un diseñador y comunicador visual, y realiza un cartel publicitario hiperrealista, que será impreso en vertical y mostrado en centros comerciales de México, dirigido a hombres jóvenes de 18 a 25 años que les gusta usar perfume. En la imagen muestra el frasco de perfume Sauvage de Dior, siendo sostenido por un hombre elegante, que refleje seguridad y versatilidad, el contexto en el que está situado este hombre es en las calles de Nueva York por la noche. En el cartel deberá aparecer el logo de Dior en la parte central superior de la imagen con letras blancas.
- **IP-2**: Actúa como un diseñador e ilustrador y realiza una ilustración que combine el estilo pictórico de Diego Rivera y refleje la cultura de Día de Muertos en México, concretamente de la Ciudad de México, y que comunique un mensaje para los niños de pertenencia y participación cultural. Dentro de la imagen muestra a una familia preparando la ofrenda de Día de Muertos, donde están platillos típicos mexicanos, flores de cempasúchil, fotografías familiares, pan

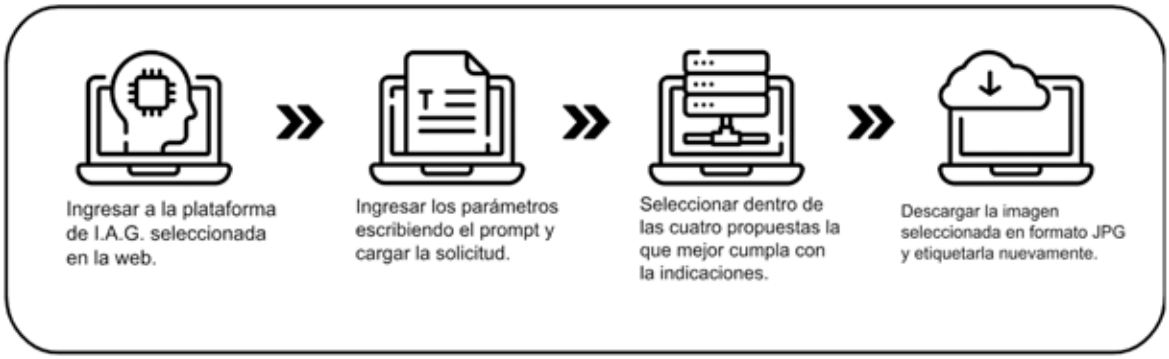
de muerto y veladoras. En la imagen, además, haz referencia de la llegada de los difuntos que visitan a sus familias.

- **IP-3**: Actuar como un diseñador profesional, y genera ilustración caricaturesca con un enfoque publicitario para un producto de alimento para perros llamado "Biflakes", que tiene como objetivo ser presentado a personas jóvenes que tienen mascotas. En la imagen coloca a cinco tipos diferentes de perros cachorros que están emocionados, mientras su dueña les sirve sus croquetas en una charola para mascotas. Sitúa esta escena en un patio amplio con jardín, con un día soleado y alegre.

Para la segunda etapa metodológica nombrada **pruebas**, se llevaron a cabo las pruebas con la inteligencia generativa. Los pasos que se realizaron se explican en el siguiente diagrama:

Esquema 1

Pasos para generar imágenes con la inteligencia generativa



Nota. Adaptado de *Icon Pack: Computer Functions*, de Freepik por Flaticon, 2024, https://www.flaticon.com/packs/computer-fuctions

- Firefly -> PIB-IO-1 -> 4 resultados -> selección 1 -> IA-LB-Firefly-01
- Firefly -> PIB-IO-2 -> 4 resultados -> selección 4 -> IA-LB-Firefly-02
- Firefly -> PIB-IO-3 -> 4 resultados -> selección 3 -> IA-LB-Firefly-03
- Firefly -> PID-IO-1 -> 4 resultados -> selección 4 -> IA-LD-Firefly-01
- Firefly -> PID-IO-2 -> 4 resultados -> selección 2 -> IA-LD-Firefly-02
- Firefly -> PID-IO-3 -> 4 resultados -> selección 2 -> IA-LD-Firefly-03
- Firefly -> IP-1 -> 4 resultados -> selección 2 -> IA-IP-Firefly-01
- Firefly -> IP-2 -> 4 resultados -> selección 3 -> IA-IP-Firefly-02
- Firefly -> IP-3 -> 4 resultados -> selección 3 -> IA-IP-Firefly-03

Una vez realizadas las imágenes, hay que pasar a la etapa de **evaluación.** En este punto, se analizaron las imágenes de la IA, las cuales se compararon con las originales; lo importante de esta evaluación radica en la observación, comprobando si los elementos descritos en el *prompt* aparecieron dentro de la imagen, y de ser así, analizar si estos elementos se integran correctamente.

Para ello, se plantearon los siguientes cuestionamientos como parámetros de evaluación para las imágenes; en el caso de las denominadas "problemática", se omite la pregunta número tres.

1. ¿Cuántos elementos y especificaciones descritas en el prompt aparecen en la imagen?
2. De los elementos que aparecen en la imagen, ¿cuántos se integran de forma natural, es decir, sin errores lógicos o incoherencias visuales?
3. En contraste con la imagen original, ¿qué similitudes y diferencias presenta la IA respecto a los elementos de composición?
4. De la imagen generada por IA, ¿cuáles elementos o parámetros se omitieron aun cuando se indicó en el *prompt*?
5. De la imagen generada por IA, ¿cuáles elementos o parámetros se integraron de manera incorrecta, es decir, con errores lógicos e incoherencias visuales?

El análisis se registró a través de una tabla evaluativa donde se respondieron a estas preguntas.

Figura 1.2 - Imagen generativa "copia" lenguaje básico			
Imagen de IAG	IA-LB-Firefly-01	IA-LB-Firefly-02	IA-LB-Firefly-03
Descripción de la imagen generativa	Mujer de vestido blanco, cabello claro, con los brazos extendidos hacia arriba, con guantes negros, en un escenario con pasto y montañas detrás de ella, a su costado dos elefantes acercándose.	En el centro dos hombres formales de traje oscuro, se estrechan la mano derecha, y se miran de frente, en el escenario está un pasillo de una zona industrial que en el fondo tiene objetos que se queman con una gran llamarada.	Retrato de una mujer, con las siguientes características: joven, de piel morena, con rasgos que se asocian a la feminidad y la belleza, además de una postura firme, de seguridad y fuerza; ésta muestra su brazo en una pose con el puño y mostrando el bíceps, en el fondo una viñeta y partículas redondas. Sobre el brazo se traslapa un tipo de texto, con letras no definidas.
Pregunta 1	Elementos descritos: 5/6 Especificaciones: 3/6	Elementos descritos: 3/3 Especificaciones: 1/3	Elementos descritos: 3/4 Especificaciones: 3/4
Pregunta 2	Integrados correctamente: 3/6 • Elefantes - animales • Escenario de fondo • Vestimenta - vestido • Figura humana • Manos • Rostro humano [Se integra correctamente] [Se integra parcialmente correcta] [No se integra correctamente]	Integrados correctamente: 4/6 • Escenario • Elementos quemados y fuego • Figura humana • Trajes vestimenta • Manos estrechadas • Rostros [Se integra correctamente] [Se integra parcialmente correcta] [No se integra correctamente]	Integrados correctamente: 4/5 • Fondo • Rostro de la figura femenina • Texto • Vestimenta • Mano cerrada [Se integra correctamente] [Se integra parcialmente correcta] [No se integra correctamente]
Pregunta 3	Similitudes: Cuentan con la figura femenina, ambas imágenes cumplen con el formato en blanco y negro, la distribución de los elementos es similar y los animales se integran correctamente. Diferencias: El formato de la imagen cambia las poses y naturalidad de la mujer y los animales; cambia el escenario o fondo; cambia la vestimenta en el caso de los guantes y el top negro es distinta.	Similitudes: Presenta a los dos hombres de traje estrechando su mano. Diferencias: La manera en la que presenta el elemento fuego es distinta, respecto a la imagen original, en este elemento es sutil y es aplicado a un personaje de la imagen, en la imagen con IA, ésta aparece de forma dramática en el fondo. La iluminación es distinta, con la IA es más contrastada y con una viñeta oscura.	Similitudes: Muestra a la figura femenina con características de fortaleza, la vestimenta es similar en el color y forma, la pose es casi la misma con ligeras variaciones como el uso de la mano contraria. Diferencias: El color del fondo es completamente distinto, el texto no aparece en el mismo lugar respecto a la original, además de que la pose está a la inversa. El tipo de imagen y formato cambia, la imagen generativa es más realista y cuadrada, mientras que la original es una ilustración poco más alargada en vertical.
Pregunta 4	Se omitieron las especificaciones, como el largo de los guantes, el uso del cinto o top negro en la vestimenta de la modelo y se omitieron especificaciones como las poses de los animales.	Se omitieron principalmente las especificaciones, como que el personaje de la derecha apareciera prendido en llamas; esto lo reinterpretó la IA, colocando el fuego en el fondo.	Se omitió principalmente el escrito "podemos hacerlo", las especificaciones de la pose donde se indica que debe estar remangando su camisa, se omitieron e interpretaron.
Pregunta 5	Se integró incorrectamente: • El rostro de la modelo se deforma en los bordes con el cabello y el cuello. • Las luces y sombras en los rostros de los animales y la mujer no corresponden del todo con la escena. • Las manos están deformadas en los dedos y la proporción de los brazos respecto al cuerpo no corresponde, son más largos los brazos.	Se integró incorrectamente: • La forma de las manos, las manos juntas en el saludo se deforman, no se distinguen los dedos.	Se integró incorrectamente: • El texto solicitado no aparece y en su lugar coloca encimado sobre otro elemento algunos trazos que asemejan letras, mismas que se deforman.
Observaciones	La imagen cumple con los requerimientos en su mayoría, pero presenta errores de deformación en la figura humana.	La imagen es óptima, cumple con el requerimiento solicitado en su mayoría, podría ser funcional para ser utilizada.	La imagen en sí misma cumple casi a la perfección lo solicitado en el prompt, el único defecto es el texto, fuera de ello es una buena imagen.

Figura 1.3 - Imagen generativa “copia” lenguaje técnico			
Imagen de IAG	IA-LD-Firefly-01	IA-LD-Firefly-02	IA-LD-Firefly-03
Descripción de la imagen generativa	Imagen en blanco y negro de una mujer colocada en el centro, con un vestido y tenis de color blanco, sosteniendo detrás de ella una tela de color negro. En el fondo un ciclorama y una habitación que aparenta ser un estudio fotográfico.	Imagen cuadrada, de dos mujeres con trajes oscuros, en el centro, estrechando sus manos, en el fondo un pasillo largo con paredes de lámina de metal que terminan por mostrar el exterior con mucha luz, algunas de las paredes y el suelo tienen flamas como si se estuviera quemando.	Imagen en formato cuadrado, muestra el retrato en plano medio de una mujer de piel morena, vestida con camisa de mezclilla azul, tiene el cabello suelto y una pose dónde levanta el brazo con el puño, en el fondo tiene un color amarillo con algunas manchas en un tono más oscuro y en la parte superior derecha un texto.
Pregunta 1	Elementos descritos: 4/9 Especificaciones: 6/10	Elementos descritos: 2/4 Especificaciones: 4/8	Elementos descritos: 4/6 Especificaciones: 4/11
Pregunta 2	Integrados correctamente: 4/5 • Figura humana femenina • Vestimenta - vestido • Rostro • Manos • Fondo - escenario [Se integra correctamente] [Se integra parcialmente correcta] [No se integra correctamente]	Integrados correctamente: 3/5 • Figura humana • Rostros • Manos • Vestimenta • Escenario [Se integra correctamente] [Se integra parcialmente correcta] [No se integra correctamente]	Integrados correctamente: 5/6 • Figura humana femenina • Rostro • Vestimenta • Texto • Fondo • Pose [Se integra correctamente] [Se integra parcialmente correcta] [No se integra correctamente]
Pregunta 3	Similitudes: Imagen en blanco y negro y la figura femenina con vestido blanco. Diferencias: La imagen original está en un formato horizontal, mientras que la generativa es cuadrada, la pose de la modelo en la imagen de IA, es rígida en comparación a la original, en la imagen original aparecen los dos elefantes, mientras que la otra no. El escenario también cambia.	Similitudes: Muestra a dos personas de traje, estrechando sus manos y la distribución compositiva es similar. Diferencias: La IA muestra en lugar de dos hombres, lo que parecen dos mujeres; esto tampoco se define claramente, el escenario puede estar relacionado, pero es totalmente diferente, la iluminación es más contrastada con la IA y vuelve a modificar al personaje que debe quemarse, colocando las llamas de fuego en el fondo.	Similitudes: Presencia de la imagen femenina, el encuadre es el mismo, adoptan una pose mostrando el puño, el rostro es serio, el fondo de color amarillo y vestimenta de color azul. Diferencias: El uso del globo de texto no aparece en la imagen con IA, y el texto solicitado tampoco, la imagen original es una ilustración mientras que la generada con IA se asemeja más a una fotografía o imagen hiperrealista.
Pregunta 4	Se omite: principalmente la figura de los dos elefantes, las características del escenario también se omitieron.	Se omiten: principalmente las especificaciones como que la figura humana es de sexo masculino, se omitió el tipo de peinado que los personajes y las particularidades del escenario también se omiten y reinterpretan.	Se omite: principalmente el globo de texto con el color solicitado, al igual que el propio texto.
Pregunta 5	Se integró incorrectamente: • El rostro de la modelo se ve distorsionado, no termina por integrarse y se deforma. • De igual forma en el calzado de la modelo se ve un detalle particular, las agujetas sobresalen y se deforman con el tenis.	Se integró incorrectamente: • El rostro de los personajes se ve distorsionado y borroso. • Las manos no se integran del todo bien, se distorsiona y no se distinguen los dedos correctamente.	Se integró incorrectamente: • El texto es el único elemento de esta imagen que no se encuentra correctamente, si bien está colocado en un espacio adecuado, la forma de las letras y lo que escribe no va acorde con lo solicitado y la imagen.
Observaciones	La imagen es completamente diferente a la original, si bien la composición de la imagen femenina podría funcionar, el escenario le da un cambio radical a la imagen, por lo que no cumple con el requerimiento.	La imagen en temas de iluminación y textura es buena, pese a la definición de los elementos, principalmente los rostros son carentes.	Es una muy buena imagen, si bien no cumple con algunas especificaciones puede servir como base para generar un diseño más complejo.

Figura 1.4 - Imagen generativa "problemática"			
Imagen de I.A.G.	IA-IP-Firefly-01	IA-IP-Firefly-02	IA-IP-Firefly-03
Descripción de la imagen generativa	Imagen en formato cuadrado, muestra a un hombre joven vestido con un blazer y playera blanca sosteniendo un frasco de cristal que puede ser de perfume o de licor, en un escenario de fondo de la calle en la noche. Cerca de su rostro hay un texto que no se ve definido.	La imagen está en un formato cuadrado, muestra a una mujer con dos niños cuya vestimenta simula ser vestidos y camisas con bordados típicos de algunas regiones de la cultura mexicana. Se muestra una mesa con velas, flores que simulan ser de cempasúchil, y platillos de comida, la imagen se ve colorida con tonos anaranjados, amarillos, rojizos y morados azulados.	La imagen se encuentra en formato cuadrado y muestra de forma realista a una mujer llevando una charola de comida para los perros; también se observan aparentemente cuatro perros. El escenario es de día en un jardín de una casa.
Pregunta 1	Elementos descritos: 4/5 Especificaciones: 2/5	Elementos descritos: 4/7 Especificaciones: 2/2	Elementos descritos: 5/5 Especificaciones: 3/5
Pregunta 2	Integrados correctamente 6/7 • Figura humana hombre • Vestimenta • Frasco • Manos • Escenario • Rostro • Texto [Se integra correctamente] [Se integra parcialmente correcta] [No se integra correctamente]	Integrados correctamente 6/7 • Mesa de ofrenda • Platillos • Velas • Personas • Manos • Rostros • Escenario [Se integra correctamente] [Se integra parcialmente correcta] [No se integra correctamente]	Integrados correctamente 4/5 • Figura humana femenina • Rostro humano • Perros • Charola con comida • Escenario jardín [Se integra correctamente] [Se integra parcialmente correcta] [No se integra correctamente]
Pregunta 4	Se omitieron especificaciones como el tipo de perfume que debía presentarse, al igual que se omite el uso del logo / texto de la marca Dior.	Se omitieron algunos elementos como el pan de muerto, las fotografías de la ofrenda y la idea de la visita de los difuntos.	Se omitió la especificación de que la imagen debía ser una ilustración, en su lugar es una imagen realista. Y también se omite la indicación que solicita cinco diferentes tipos de perros.
Pregunta 5	Se integró incorrectamente: • El texto simula ser la marca solicitada; aparece difuso y no hay una palabra clara, sin embargo, está colocada en un espacio funcional de la imagen. • Otro elemento que no termina por integrarse del todo es la mano izquierda del modelo, los dedos se ven distorsionados.	Se integró incorrectamente: • Las manos del personaje femenino de la izquierda se ven difusas y se mezclan con elementos de la mesa. • Los rostro de los niños tienen algunas deficiencias en los ojos particularmente. • Algunos de los elementos de la mesa no terminan por entenderse.	Se integró incorrectamente: • Los animales de esta imagen son principalmente los que no se integran de forma correcta, algunos de ellos no se distorsionan y no tienen forma de perro, al igual que las posturas no coinciden con la escena.
Observaciones	En general la imagen es buena; puede parecer una fotografía a simple vista y podría incluso ser la base para un diseño más complejo.	La imagen es buena en la distribución de la composición, a simple vista parece cumplir con los elementos solicitados y hace referencia a cualidades de una ofrenda de Día de Muertos.	La imagen referencia la idea que se le solicita, pero no termina por resolver, los elementos no se integran naturalmente.

Finalmente, en la última etapa, **verificación**, se buscó modificar variantes que pudieran mejorar los resultados de la IA, estas variantes se hicieron editando la redacción del *prompt* con el fin de integrar los elementos faltantes y otra forma fue accediendo a los editores de imagen y editores de parámetros de la misma IA.

Para esto se seleccionó un solo *prompt* de cada categoría, la cual presentó la mayor cantidad de deficiencias, por lo que para cada una de estas se eligió:

- **copia** con lenguaje básico: **PIB-IO-1**.
- **copia** con lenguaje técnico: **PID-IO-2**
- **problemática**: **IP-3**

Para esta aplicación de variables se volvió a acceder a la plataforma de IAG, y se introdujo el *prompt* original y una vez seleccionada la imagen de la IA, se modificó parámetros como: tamaño de imagen, tipo de imagen (ilustración o fotografía) y se editó los errores que presentará la segunda versión.

Los pasos realizados para PIB-IO-1 fueron los siguientes:

1. Introducir en Firefly el prompt PIB-IO-1.
2. En los controles de configuración de seleccionó: en la relación de aspecto, el formato panorámico (16:9), se especificó en el tipo de contenido en la opción de foto; en los efectos se indicó la opción hiperrealista, en el color y tono se eligió blanco y negro. Y se volvió a cargar la solicitud.
3. De las cuatro opciones se seleccionó la número dos y se usó la opción de "mejorar versión".
4. Posteriormente, se accedió al editor de imagen de la plataforma y con la herramienta "Insertar" se identificó el elemento que no se integraba de forma correcta, que en este caso fue el rostro.
5. Una vez seleccionado, se volvió a escribir un *prompt*, en éste se detalla la modificación parcial; este *prompt* fue "Rostro definido de una modelo mujer, como la actriz Lily Collins" y se emitió la orden de generar.
6. La respuesta fue "error" y una leyenda indicaba que no se podría proceder ya que se infligió con algunas restricciones, por lo que se volvió a redactar el *prompt*, pero se omitió el nombre de la actriz, este *prompt* quedó como: "Rostro definido de una modelo mujer".
7. Nuevamente la plataforma no permitió modificar este parámetro, por lo que la prueba de variantes en esta imagen culminó con la exportación final etiquetado como V-PIB-IO-1.

Posteriormente, los pasos realizados para PID-IO-2 fueron los siguientes:

1. Al ingresar a Firefly, se introdujo el prompt PID-IO-2.
2. En los controles de configuración se seleccionó: en relación de aspecto, el formato vertical (3:4); con el tipo de contenido de una foto, en la sección de efectos se eligió hiperrealista, en el tipo de iluminación fue luz intensa.
3. Se modificó el *prompt* y quedó de la siguiente forma: "Actúa como fotógrafo, y genera una fotografía en vertical, con un encuadre de plano general; dentro de la imagen: coloca en el centro a dos hombres estrechando su mano derecha, vestidos con trajes oscuros. El hombre de la derecha tiene su traje prendido en fuego. El escenario donde están es un lugar al aire libre donde se ven entradas de bodegas. La escena es de día con iluminación natural".
4. Posteriormente, se cargó la solicitud.
5. De las opciones que arrojó, se seleccionó la número tres, con la cual se finalizó la modificación de parámetros, y se exportó etiquetado como V-PID-IO-2.

Los pasos realizados para **IP-3** fueron los siguientes:

1. En Firefly, se introdujo el prompt IP-3.
2. En los controles de configuración de seleccionó: en la relación de aspecto, el formato horizontal (4:3); en el tipo de contenido se indicó que era una ilustración, en efectos se aplicó el de tipo pintura y se solicitó nuevamente la generación de la imagen.
3. De los resultados arrojados, se seleccionó la imagen número tres, se eligió la opción del editor y se accedió a la opción de añadir texto.
4. En el editor, se escribió el nombre de la marca "Biflakes" y se modificó la tipografía color, tamaño y sombra del texto, integrándose con la ilustración de la IA.
5. Por último, se descargó y etiquetó a la imagen como V-IP-3, en formato PNG concluyendo la prueba de variables.

Resultados

Posterior a la práctica, donde se probó la inteligencia artificial generativa Firefly de Adobe, se muestran los resultados que se consiguieron a través de las pruebas de generación de imágenes, utilizando variaciones en las estructuras de los prompt y el editor de la misma IA.

Las imágenes nombradas “copia” realizadas con un prompt indicativo y estructurado con el lenguaje básico fueron las siguientes:

Figura 2.1

Figura 2.2

Figura 2.3

Los resultados de las imágenes “copia” realizadas con el prompt indicativo estructurado con un lenguaje descriptivo-técnico fueron las siguientes:

Figura. 3.1

Figura 3.2

Figura 3.3

El resultado de las imágenes etiquetadas como “problemática” fueron las siguientes:

Figura 4.1

Figura 4.2

Figura 4.3

De cada una de estas clasificaciones, se seleccionó una que con base en la evaluación tuviera mayor deficiencia en el resultado. Las imágenes a las cuales se les aplicaron variantes fueron las Figuras 2.1, 3.2 y 4.3. En los parámetros y editores de la IA, dichos resultados fueron los siguientes:

Figura 3.1.2

Figura 3.2.1

Figura 4.3.1

La etapa de evaluación es esencial para comprender qué ocurre con estas imágenes. Las tablas evaluativas arrojan lo siguiente: Las imágenes generadas de esta prueba no cumplían en su totalidad con las indicaciones planteadas en el prompt; todas fueron presentadas en un formato cuadra-

do, aun cuando en el prompt se especificara el tipo de encuadre, formato y orientación. En la mayoría de los casos, la IA incorpora un gran número de los elementos solicitados, pero cuando se especifican las formas y la relación entre estos elementos en gran parte de los casos no aplica la especificación.

La estructura del *prompt* sí determina la correcta integración de los elementos, por lo que la redacción es de suma importancia si se quiere llegar a un resultado óptimo. En el caso de los *prompts* construidos con un lenguaje básico e informal, donde no se especifica detalles o aspectos puntuales y sólo se describe superficialmente los elementos y la escena, la IA arrojó un resultado que se aproximaba más al de la imagen original, por lo que se deduce que sintetizar la información y variantes que se le da a una IA ayuda a que ésta comprenda mejor lo que se le solicita.

En el caso de las imágenes desarrolladas con una redacción de tipo descriptivo y técnico, se observó que se omitían mayor cantidad de elementos y especificaciones, pero los elementos que aparecen corresponden con las particularidades establecidas en el *prompt.* El describir colores, objetos, modos de interacción e incluso el contexto beneficia la interpretación y, por ende, el resultado. Otra observación es el orden en la que se describe los elementos, resultó de mayor eficacia en esta prueba colocar estructurar el *prompt* en el siguiente orden: definir el papel de la IA + especificar qué tipo de imagen se realizará + definir el contexto, situación o intención de la imagen + describir los elementos con sus particularidades.

El uso de un lenguaje técnico propio de la imagen y el diseño benefició la forma de puntualizar las indicaciones, por ejemplo, indicar el tipo de plano, la distribución y los colores; en el caso particular de los colores, utilizar un código hexadecimal u alguna otra nomenclatura puede no ser útil, ya que no la comprende la IA. Otro aspecto importante que vale la pena mencionar es que las inteligencias artificiales no generan de la misma forma una imagen más de una vez, esto es, que a pesar de que se aplique el mismo *prompt*, la IA plantea otras propuestas visuales similares pero que no se repiten. Esto es importante, porque si no se guarda el resultado de la IA no podrá recuperar u obtener el mismo resultado ni siquiera cuando se realicen los mismos pasos.

Respecto a la integración y relación de los elementos dentro de la imagen generativa aún ocurren ciertos errores lógicos visuales, como el clásico error de las manos y la distorsión de los dedos; de hecho, las características que se repiten con más errores son la forma de los rostros, ojos, nariz,

boca y las manos cuando se integran con otros objetos se distorsionan o desaparecen. Otra deficiencia es la integración de textos: cuando en el *prompt* se solicita que aparezca un escrito particular, éste sí agrega letras o palabras, pero no las indicas, de hecho, se distorsionan y mezclan con otros elementos, por lo que de ser necesario integrar este elemento puede ser aconsejable agregarlo en un editor de imágenes, sea el de la misma IA o en otra plataforma.

Otros aspectos, como la proporción, son resueltos de mejor forma, al igual que los esquemas de iluminación que genera la IA consiguen en el caso de las imágenes hiperrealistas simular el resultado respecto a una fotografía.

Éstos fueron las observaciones y resultado que arrojaron las imágenes generadas sólo con el *prompt;* por otro lado, cuando se aplican las variantes de forma inmediata a la respuesta de la IA, se consiguen editar algunos de los errores y omisiones que se presentaron. En el caso particular de la IA generativa Firefly, cuenta con dos niveles de edición, la primera aparece después de generar el *prompt* y la imagen, en éste se logran especificar características como el formato, el tipo de imagen, el tipo de gráfica, el tipo de iluminación, las paletas de color y la perspectiva desde donde se observa la imagen.

Estos parámetros son acompañados con pequeñas imágenes de ejemplo que ayudan a comprender cuál es la función de cada variable. Esto ayuda a indicar con mayor precisión a la IA qué resultado se busca. El segundo editor aparece cuando se selecciona una de las opciones, permitiendo modificar puntualmente algún detalle, ya sea agregando o eliminando algún elemento.

Discusión

A lo largo de este artículo, se han analizado tres aspectos importantes, el primero es la relación de la tecnología con el diseño y cómo ha influido la forma de percibirlo y realizarlo. El segundo aspecto analiza qué son las inteligencias artificiales generativas y cómo se están incorporando; para finalmente comprender el tercer aspecto que cuestiona ¿qué es el diseño?, ¿cuál es la imagen actual del diseñador?, sobre todo, con la integración de estas nuevas tecnologías ¿cómo obtener beneficio de ella? y, respecto a esto, ¿cuál es el rumbo que tomará el diseño?

Partiendo de esta síntesis, se planteó al inicio de la investigación una hipótesis, la cual menciona que la relación de la tecnología con el diseño es un factor determinante para la forma de construir el entorno social; lo que se puede observar en distintas épocas, donde la innovación tecnológica ha transformado la forma de producir y realizar actividades comerciales, modificando las herramientas y procesos de determinadas profesiones. Se sostiene que existe un patrón problemático recurrente en estos cambios tecnológicos, mismos que han impulsado al diseño a evolucionar en su práctica y campo de conocimiento, ocasionado que se replanteen su función y forma de pensamiento según las condiciones contextuales.

Se vislumbra que el diseño está cambiando en dirección de integrar y construir una forma de pensamiento crítico y científico sin abandonar la característica práctica y resolutiva que la ha definido. En resumen, se considera que las inteligencias artificiales son una herramienta que favorece y tiene la capacidad de potenciar los procesos del diseño, otorgando a los diseñadores la posibilidad de mejorar su desempeño en la práctica.

Luego, se aborda el primer análisis con base en la primera unidad. Se plantea, entonces, que existen tres grandes momentos de cambio tecnológico que construyeron y direccionaron al diseño incluso cuando éste aún no se planteaba de manera formal. Algo importante es que estos momentos no son los únicos en los que ha ocurrido una innovación tecnológica relevante, existen otras más a lo largo de la historia, pero éstas tres son las que, a consideración propia, han marcado gran relevancia en el diseño.

Aclarando lo anterior, el primer momento es la llegada de la imprenta, previo a ella, la mejor opción de plasmar textos e imágenes eran los manuscritos. Este cambio tecnológico se caracterizó por las necesidades previas y las consecuencias que trajo posterior a su aplicación, dentro de las necesidades se encuentra: reducir el tiempo, costo, recursos y número de personas necesarias para la producción de un ejemplar; otro aspecto previo es la carente distribución de los materiales escritos a causa de los factores sociales, políticos y religiosos que lo limitaban, siendo que la cantidad de manuscritos realizados también era mínima.

Con la llegada de la imprenta esto cambia, se reduce el tiempo, el costo en materiales y la cantidad de personas necesarias para la producción. Esto trajo dos principales consecuencias; la primera: al producir textos en serie, su divulgación tuvo mayor alcance, por lo que el nivel de alfabetización en las regiones donde se distribuyó aumentó considerablemente,

transformando en mayor o menor medida la forma en la que las sociedades se construían. La segunda consecuencia recayó en la profesión del ilustrador: el escriba y el rubricante; si bien era necesario ser un experto en cualquiera de estas profesiones, con la imprenta se vieron obsoletas para la producción en serie, por lo que algunas desaparecieron y otras se transformaron.

En el segundo gran momento de cambio tecnológico, se encuentra la invención de la toma fotográfica. Aunque hablar de la historia de la fotografía es algo extenso, lo que se observa en la primera unidad es la evolución gradual de los instrumentos fotográficos. Previo a la invención de la cámara oscura y las placas fotosensibles, la creación de imágenes era meramente manual, es decir, la profesión del dibujante retratista y el artista era la profesión por excelencia para crear productos visuales. Según el contexto, la imagen de retrato estaba vinculada con las clases sociales privilegiadas, por lo que resultaba costoso solicitar el servicio de un artista; a nivel social, estaba presente la necesidad de registrar la realidad en una imagen, que resultara en un costo mínimo y no tardara tanto. Aquí, al igual que con el primer gran momento, la necesidad de reducir el tiempo y el costo son factores esenciales, puesto que las alternativas disponibles se muestran limitadas.

Se reitera que para llegar a las primeras cámaras fotográficas pasó un largo tiempo, donde se presentaron instrumentos que fueron el principio de una tecnología más compleja. En este lapso, los artistas se vieron beneficiados, ya que instrumentos como la cámara oscura les facilitaron crear sus obras de manera más rápida y reduciendo las dificultades que pudieran presentarse con las técnicas e instrumentos más análogos; pero eventualmente, cuando la toma fotográfica ya era un proceso costeable y reproducible, se presentó de nuevo ese factor donde los artistas se vieron desplazados frente a la necesidad de generar una imagen, porque la fotografía resultaba económica, más rápida y de una calidad satisfactoria, claro que el artista no desapareció como tal, en cierto sentido, se integró a otras áreas de producción con un enfoque distinto.

Es así que surge la profesión del fotógrafo. En el espectro social, la adquisición de una fotografía se volvió cada vez más accesible, generando una tendencia que hasta la fecha está presente, que es capturar y registrar la realidad a través de la imagen fotográfica. Con todo, años más tarde el fotógrafo también se vio desplazado, como consecuencia de la aparición de

la cámara portátil y el modelo de negocio de Kodak, para la cual ya no era necesario disponer de un fotógrafo profesional, ahora las personas podían realizar sus propias tomas y llevarlas a revelar e imprimir.

Esta segunda gran etapa abarca múltiples momentos donde las modificaciones en el proceso e instrumentos tecnológicos resuelven y vuelven a plantear necesidades cada vez más complejas. Las necesidades que resuelve la tecnología pueden desplazar en la práctica a ciertas profesiones, pero sólo en ciertos aspectos, puesto que hoy en día aún existen los fotógrafos y los artistas, los cuales se han adaptado y evolucionado a la par del tiempo y las exigencias de la sociedad y del mercado.

Para el tercer gran cambio tecnológico, la era digital trae un gran boom. En este punto, el diseño ya se ha establecido como una profesión, la cual incorpora diversas herramientas, procesos, metodologías y teorías de otras profesiones y campos de conocimiento. Los instrumentos análogos eran las principales herramientas para producir diseño. Con esta nueva era, llegaron instrumentos como la computadora digital, los *software* de edición profesional, cámaras digitales y más recientemente sistemas y espacios virtuales, como la realidad virtual, el metaverso y las inteligencias artificiales.

Con estos cambios, los diseñadores han tenido que adaptar y modificar su perfil profesional, adquiriendo habilidades en el uso de estas herramientas, al igual que ha pasado en las dos etapas anteriores.

De acuerdo con lo anterior, existe un patrón problemático, que incluso puede ser más complejo y se presenta en cada gran cambio tecnológico, pues exige adquirir nuevas habilidades y, sobre todo, cualidades que la tecnología no termina por satisfacer. Por ello, es importante replantearse constantemente cómo mejorar el campo disciplinario de diseño, ya que si se sigue viendo sólo como una profesión con fines prácticos y técnicos, el temor de que las inteligencias artificiales generativas sustituyan al diseñador puede materializarse en un futuro no lejano.

Con base en las pruebas realizadas en esta investigación, se constata que hasta el momento la inteligencia artificial aún es carente de los atributos que posee un diseñador profesional; sin embargo, en los niveles más básicos de generación de material visual, la IA está avanzando rápidamente, mejorando su calidad gráfica. Es por esto que se retoma el objetivo de la tercera unidad, con el fin de integrar diversas perspectivas que construyen al diseño.

Se sabe que el área del diseño está construida por un aspecto práctico, donde "creamos entornos materiales, espaciales, visuales y experienciales" (International Council of Design *et al.,* 2019, p. 2). Esto como resultado de la integración de una forma de pensamiento crítica y analítica; como menciona Sausmarez, es una actitud mental que evalúa aspectos contextuales, culturales y sociales que el diseñador resolverá a través de aspectos estéticos y funcionales, mismos que se plantea en una investigación previa, con el fin de comprender y estructurar una solución práctica a determinada necesidad.

En el pensamiento contemporáneo, se piensa que el diseño tiene la capacidad de transformar la realidad, en una época donde el mundo es tan maleable gracias a la tecnología, si el diseño tecnológico permite modificar y mejorar la vida de las personas, tiene por ende una gran responsabilidad, no sólo con la sociedad, sino con el mundo en sí mismo. Dicho de otra forma, el diseño debe contemplar que, aquello que produce, además de tener un impacto positivo a nivel social, debe tener conciencia ecológica y de sustentabilidad, por ello, la importancia de regirse bajo una ética profesional.

Entonces, cuando se habla de una nueva herramienta tecnológica, como lo es la inteligencia artificial, la preocupación de ser reemplazado por ella proviene de un pensamiento erróneo de que el diseño es exclusivamente una actividad práctica; sin embargo, al considerar los aspectos antes mencionados, queda claro que la IA se limita, hasta el momento, a la practicidad. Por lo que la formación de profesionales desde la academia beneficia a la permanencia del diseño y el diseñador en el terreno laboral, siempre y cuando se integre el uso de estas herramientas en función del aprendizaje y mejora práctica del diseño, construyendo a la vez una disciplina que produce conocimiento teórico capaz de ser replicable y evaluable.

Finalmente, se cierra este apartado con la premisa de que la inteligencia artificial generativa funciona como herramienta aliada del diseñador. Las doctoras Delgado y Sarraute comparten la idea de que pueden beneficiar los procesos del diseño a través de su uso como simuladores o modelos prototipos de diseños más complejos, se suma, además, que pueden servir como fuentes de recursos gráficos, en circunstancias donde no se cuenta con las herramientas para crear orgánicamente elementos del propio diseño.

Es importante mencionar que, como diseñadores, no se debe depender de una sola herramienta, de ser así, se estaría retrocediendo en el crecimiento del diseño. Por lo tanto, sostengo1 que la IA sí es una herramienta en beneficio del diseño, que se debe seguir investigando y utilizarse combinando herramientas análogas y digitales, puesto que aún tiene muchas deficiencias gráficas y carece de un pensamiento crítico y reflexivo, además de aspectos elementales únicos de los humanos, como es la creatividad.

Conclusión

Cierra esta investigación concluyendo que existe una tendencia en la tecnología que modifica y transforma la manera en la que se percibe y realiza el diseño. Existe un patrón problemático que se repite en cada cambio de era tecnológica, misma que satisface las necesidades particulares, las cuales son cada vez más complejas, mejorando los instrumentos y recursos con los que cuenta el diseñador; pero a su vez, éste orilla al diseño a reinventarse y replantearse su papel en beneficio del constructo del entorno social, atribuyendo nuevas responsabilidades de la mano de una ventana de oportunidades.

La inteligencia artificial es funcional y favorece al diseño y la comunicación visual, quizá limitada y deficiente, pero al igual que otras herramientas, como la cámara fotográfica o los dispositivos digitales, logrará evolucionar y mejorar su calidad de resolución; por lo tanto, el diseñador no debe verla como una amenaza y, por el contrario, puede utilizarla para mejorar su propia construcción profesional. Ahora se sabe que la tendencia del cambio tecnológico funciona como una brecha que impulsa a otras disciplinas a mejorar y de esta forma seguir creciendo en conjunto.

El diseño puede convertirse (si no es que ya lo es) en un terreno donde las humanidades y las artes convergen con las ciencias formales y las ingenierías. Herbert Simon percibe al diseño como un área con un potencial científico, de ahí la importancia de comenzar a ver este campo como una corriente del pensamiento humano que teoriza su participación en el modelaje del mundo contemporáneo. Por esa razón, invito a los diseñadores académicos y profesionales a generar investigación que comprenda los efectos que causa el diseño; extiendo la invitación también a otras áreas de conocimiento de las ciencias formales, ya que no son ajenas en su aporte para el avance del crecimiento humano.

Este texto finaliza, entonces, replanteando y referenciando el pensamiento de José Edelstein sobre las dos formas de observar el mundo: él dice que el ser humano tiene dos ojos y cada uno brinda una perspectiva distinta de la realidad; cada ojo está etiquetado, uno como ciencia y el otro como arte (humanidades), pero sólo con los dos se tiene una mirada entre dimensiones (Aprendemos Juntos 2030, 2024).

REFERENCIAS

Alegre, M. L., Lértora, H. G., Rotundo, R., & Roccaforte, G. (2009). LA DOCENCIA EN DISEÑO EN LA ERA DIGITAL. CALIDAD DE VIDA, (Universidad de Flores), 141-163. http://www.cienciared.com.ar/ra/usr/41/924/calidaddevidauflo_n3pp141_163.pdf

Aprendemos Juntos 2030. (2024, Septiembre 23). V. Completa. Historias asombrosas sobre la ciencia y el universo. José Edelstein, físico [Video]. YouTube. https://youtu.be/L08-xy6cyYY?si=8V742pzHNvmn_OBw

Archundia, O. (2021). Fotodiseño: presente y futuro en la creación de imágenes fotográficas de los años 2010 a 2020: realización de tres series fotográficas [Tesis de doctorado, Universidad Nacional Autónoma de México]. TESIUNAM Digital.

Benítez, R., Escudero, G., Kanaan, S., & Masip, D. (2013). Inteligencia artificial avanzada. Editorial UOC, S.L.

Boesch, G. (2024). Guide to Generative Adversarial Networks (GANs) in 2024 - viso.ai. Viso Suite. https://viso.ai/deep-learning/generative-adversarial-networks-gan/

Built In. (2024). Artificial Intelligence. What Is Artificial Intelligence (AI)? https://builtin.com/artificial-intelligence?fbclid=IwZXh0bgNhZW0CMTEAAR2DP5zLKWImhb1UfcYLMTr9kywHGqpFs6jHEKuaf54m7qLqQ0zpAwLoDUE_aem_5nEBv0A9dxnDRVulWNo4ew

Delgado, A. E., & Sarraute, M. M. (2024). Inteligencia Artificial, educación superior y diseño. Universidad e Integración Regional de FES Aragón - UNAM.

Gonzáles, E. O. (2018). Simbiosis del cambio tecnológico: una mirada hacia el diseño. MADGU, 1(2) (Universidad de Sonora). https://doi.org/10.36800/madgu.v1i2.23

Incorvaia, M. (2013). LA FOTOGRAFÍA UN INVENTO CON HISTORIA. Ediciones del Aula Taller.

International Council of Design. (2019, Enero). Montréal Design Declaration. https://www.theicod.org/en/council/montreal-design-declaration

International Council of Design. (2024). Identifying professional design. http://ico-d.devprojects.lt/en/professional-design/identifying-professional-design/identifying-professional-design

International council of design. (2024). What is design? Retrieved October 16, 2024, from https://www.theicod.org/en/professional-design/what-is-design/what-is-design

International Council of Design, International Federation for Housing, & Planning and the International Federation of Landscape Architects (Eds.). (2019, Enero). MONTREAL DESIGN DECLARATION. http://ico-d.devprojects.lt/en/council/montreal-design-declaration

Ivars, A. [@ana.ivars]. (2023, Julio 24). Si bien es cierto que la inteligencia artificial es una herramienta poderosa, sin un humano que la guíe [Infografía]. Instagram. https://www.instagram.com/p/CvFAqw8q-ts/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=Mz RlODBiNWFlZA==

Marshall, J. (2008). Perimeters, Boundaries and Borders. Fast-uk.

Newhall, B. (2002). Historia de la fotografía. Gustavo Gili Editorial S.A.

OpenAI. (2024, February). Sora: Creating video from text. OpenAI. https://openai.com/index/sora/

Sánchez, S., & Zuluaga, J. (2019). Tecnologías de la comunicación: una breve historia material. Universidad de los Andes. https://www-digitaliapublishing-com.pbidi.unam.mx:2443/a/60786

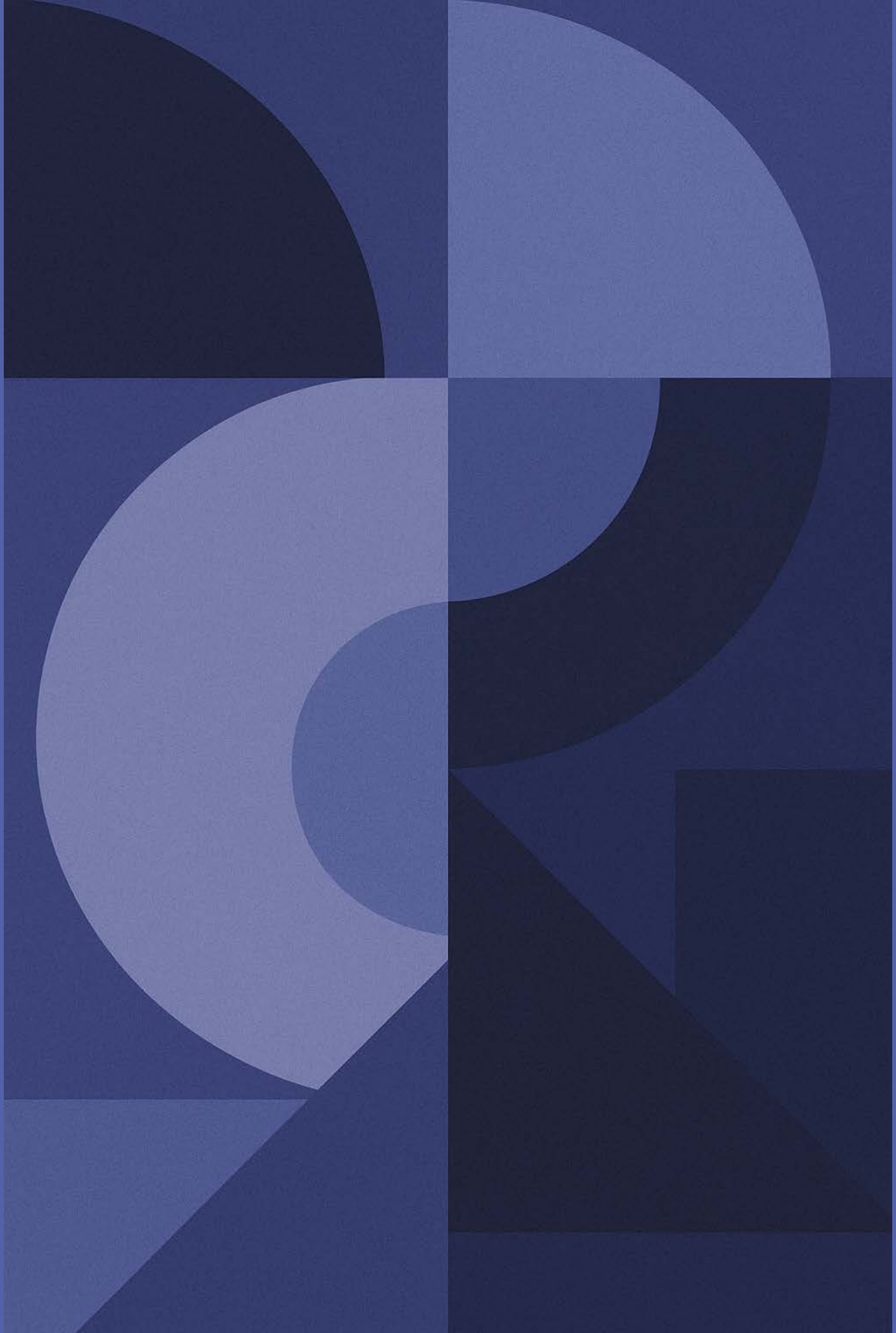
Sausmarez, M. D. (1995). Diseño básico: dinámica de la forma visual en las artes plásticas. Gustavo Gili.

Simon, H. A. (1996). The sciences of the artificial (3rd ed. ed.). MIT Press.

Simón Sol, G. (2009). de 100 definiciones de diseño. Universidad Autónoma Metropolitana.

Torres, K., & Blanco, I. (2023). Arquitectura de prompt académicos para el uso de inteligencias artificiales (AI) en Areandina: desafíos, experiencias y obstáculos. Investigaciones Andina, 25(46). https://doi.org/10.33132/01248146.2258

Atribución-No Comercial-Sin Derivadas
Permite a otros solo descargar la obra y compartirla con otros siempre y cuando se otorgue el crédito del autor correspondiente y de la publicación; no se permite cambiarlo de forma alguna ni usarlo comercialmente.



El papel del diseño como elemento clave en la creación de una experiencia inmersiva en el videojuego *Left 4 Dead 2*

The Role of Design as a Key Element in Creating an Immersive Experience in the Video Game Left 4 Dead 2

Enrique Tapia Cabral*

Resumen

El objetivo de este artículo de investigación es el divulgar al diseño como disciplina y materia indispensable en la realización de proyectos audiovisuales. Se investigó con bases en la metodología del diseño y de sus áreas prácticas, así como teóricas en un objeto de estudio; el videojuego *Left 4 Dead 2* desarrollado por la compañía Valve; con el cual se desarrolla una oportunidad de análisis en áreas donde el diseño es comprendido como una herramienta, más no una disciplina que entrelaza cada elemento de un proyecto. De esta manera este artículo indaga en las piezas que conforman a *Left 4 Dead 2* desde su desarrollo hasta su forma final con el propósito de identificar al diseño como organizador que crea una experiencia inmersiva.

Palabras clave: diseño, videojuego, jugabilidad, disciplina.

*Egresado de la Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual, Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán, Universidad Nacional Autónoma de México. Mail: tapiaenrique898@gmail.com

Fecha de recepción: enero, 2025
Fecha de aceptación: marzo, 2025
Versión final: marzo, 2025
Fecha de publicación: abril, 2025

Abstract

The purpose of this article is to disseminate design as a discipline and indispensable matter in the making of audiovisual proyects. It was researched based on the methodolgy of design and their practical areas, as well as theoreticals in an object of study; the videogame Left 4 Dead 2 developed by the company Valve; with which a opportunity for analysis is developed in areas where design is comprehended as a tool, but not a discipline that intertwines each element from a proyect. This way this article inquire in the pieces that conform Left 4 Dead 2 from his development until its final form with the purpose of identifying design as a organization that creates an inmmersive experience.

Key words: *design, videogame, gameplay, discipline.*

Introducción

Los videojuegos han sido ligados a otras disciplinas artísticas como el arte, la cinematografía y la narrativa; además de las disciplinas más tecnológicas como la programación y lo relacionado al *hardware*; Al ser objeto de estudio en el campo del diseño suele denotarse su valor en sus apartados visuales o funcionales como partes y no como un todo. En la disciplina del diseño, los videojuegos presentan una intersección en las materias y campos que el diseño utiliza para comunicar, con el añadido de que un espectador es partícipe. Se hace un análisis al videojuego *Left 4 Dead 2* (LFD2) desde la disciplina del diseño, ya que a consideración popular L4D2 es un pilar de la industria desde su salida en 2009. Este trabajo confronta la visión superficial de la participación del diseño en este medio e investiga los factores involucrados al momento de crear una experiencia inmersiva (envolvente).

El videojuego sigue rigiéndose por los límites del *software* y los lenguajes de programación en sus aspectos técnicos, sin embargo, éste mismo ha creado su propio mundo dentro de la programación. Así como la cinematografía genera conceptos que la fotografía no puede abarcar, los videojuegos se han separado de la programación gracias al diseño, creando conceptos como la jugabilidad, interfaz, narrativa no lineal, disonancia ludonarrativa, multijugador, entre otros.

En el diseño en LFD2, se necesita reconocer los estímulos que son utilizados en el videojuego, por ello se denota la psicología detrás de los diseños de LFD2, mientras se indaga en el factor social de LFD2 en su modo cooperativo y enfrentamiento. Para comprender las diferentes instancias del componente cooperativo, se debe estudiar la cultura y el factor social que los jugadores aportan a ella y cómo su respuesta puede afectar la visión del juego y con ello la inmersión.

Este análisis toma en cuenta las bases del videojuego, con un enfoque en el diseño como una multidisciplina no sólo artística, sino práctica, ya que la sinergia entre el aspecto creativo, narrativo y técnico tienen como meta crear una experiencia que sea coherente. Al analizar las partes de LFD2, se pueden visualizar las claves que crean su inmersión e identificar el papel del diseño en la unificación de sus apartados que generan para atrapar al jugador.

Unidad de análisis I
El papel del diseño en la industria del videojuego

El diseño a las alturas del siglo XXI deja de ser una carrera tan obscura como lo era en sus inicios. Desde sólo tener valor ornamental en los comercios o heráldicas, incluso en escuelas como la Bauhaus, el diseño se refería de modo estético o teórico al momento de innovar sus distintas disciplinas. En las últimas décadas, el diseño ha visto un nacer académico gracias a autores como Wucius Wong, que engloban en una sola carrera/materia los distintos procesos usados para la creación gráfica que se atribuían más a las ingenierías o las artes, siendo éste el punto donde el diseño se desarrollaría de forma individual en el ámbito académico y comercial sin necesidad de estar atado a sus medios de trabajo; ya sea la fotografía, el dibujo, la publicidad, etc.

Tras ganar cierta independencia, el diseño como carrera consigue dar respuesta a cuestionamientos prácticos que las artes pueden no tratar correctamente, así como problemáticas estéticas o de uso en algún producto. El esfuerzo que conlleva crear un campo propio para el diseño no tiene peso en comparación con el que genera su enfoque investigativo, el cual denota de forma inmediata la capacidad de ejercer el diseño en todos los campos en mayor o menor medida, lo cual crea una intersección de conocimientos que hilan la creatividad, lo artístico y lo teórico.

En su momento, la creación de videojuegos, al igual que el cine y la fotografía, poseía una cualidad artística en su desarrollo. El videojuego, al estar vinculado con el *hardware* de su época, debía traducir los aspectos visuales narrativos que tenían al formato limitado de pixeles en pantalla; con esta limitante nacería un nuevo medio artístico: el *pixel art.* A la vez, la limitante del *hardware* también creaba sin saberlo diseño de nivel, ya que se requería dar un contexto al jugador para atraer su atención. Esta tarea se relegaba al aspecto publicitario, al dar una visión más estilizada del mundo, pero corría el riesgo de perder al jugador si el juego no lograba capturar su propia estética en la pantalla.

Con estos aspectos en mente, crece la necesidad del desarrollo de atajos o técnicas para generar videojuegos más pulidos y cercanos a lo que se ve en su portada. El diseño llega ahí de forma casi invisible al ser un participante durmiente en los inicios de la industria, al ser utilizado en la reducción de formas, en el diseño de personaje, de nivel y desde el propio código que rige las leyes de estos mundos digitales.

Conforme avanza el *hardware*, lo hacen las ambiciones de los desarrolladores, haciendo que la tarea de crear un videojuego requiera diseñar de forma consciente los escenarios en los que va a interactuar el jugador, la clase de enemigos u obstáculos que enfrentará y la forma en la que se le presenta la información (interfaz). Al inicio, los videojuegos en su simplicidad creaban formas intuitivas de jugar, haciendo estándares en los controles, como los botones de salto, la lectura de nivel 2D o se avanza por el nivel caminando hacia la derecha de la pantalla. Con la llegada de nuevas propuestas y géneros, la interfaz, así como las reglas de cada juego, se regían por los conceptos a proyectar en la pantalla. La diversificación del medio crea la necesidad de conceptualizar de manera correcta las reglas de los juegos con su forma de enfocarse dentro de su género, de esta necesidad se crea la llamada *jugabilidad.*

La jugabilidad es un concepto mal interpretado tanto por diseñadores de videojuegos como por los críticos y jugadores, en su mayoría se tiene una idea muy simple de ella, se denota únicamente sus resultados sin tomar en cuenta los procesos o el valor que la hace "buena". En palabras de Costikyan:

> A los diseñadores de juegos les gusta describirse a sí mismos como "alguien que entiende la jugabilidad" [...] pero, de hecho, muy pocos lo

> hacen- porque "jugabilidad" por sí mismo es un nebuloso y por lo tanto inútil término. Decir "tiene buena jugabilidad" es tan útil como decir "ese es un buen libro". (2002, p.9)

Costikyan expresa con su anécdota, en una entrevista de trabajo en 1982, el acercamiento ciego que se tiene a la "naturaleza", refiriéndose a lo que caracteriza a los videojuegos: de las mecánicas entorno a las que debe girar el videojuego, esta forma recurrente de hablar de un producto o experiencia por el disfrute del todo sin saber por qué se disfruta en primer lugar.

La tecnología de la época es vital al momento de diseñar sus mecánicas, sin saberlo cada producto es su propio género; aun si un *shooter* comparte características en primera persona con otro, nunca serán idénticos. Un juego puede crear tendencias, pero al analizar los videojuegos que las utilicen, sus diferencias incluso siendo sutiles pueden cambiar por completo la percepción del jugador. Los juegos que tienden a relegar las tareas gráficas como los escenarios, enemigos, personajes como materia aparte de la jugabilidad suelen tener más complicaciones al atrapar al jugador, de igual manera si se plantea una narrativa que no trabaja en sinergia con la jugabilidad o en su defecto la narrativa es puesta por encima de un juego ya diseñado, también pierde su capacidad inmersiva.

Por todo esto, los videojuegos tienen un campo amplio en el diseño. El diseño es la base del videojuego como lo sería en cualquier otro medio comunicativo: una película, una exposición, un cartel. Lo que proporciona el videojuego al diseño como área de estudio y de desempeño es su capacidad de unificar no sólo áreas artísticas, sino complementar esto con los conocimientos del usuario, dándole el nivel de interactividad del que otros medios carecen, a excepción de obras experimentales que integran al espectador. El análisis individual de los videojuegos como sistemas daría un análisis inconcluso, dado que este medio conecta directamente al espectador, mismo espectador que se conecta al videojuego de manera cercana con la creación del mundo digital del internet.

Unidad de análisis 2
Desde la *arcade* hasta el internet. La cultura digital de los videojuegos

Los videojuegos se sitúan en una visión popular que enfoca al jugador o al que interactúa en ellos como un ente solitario, asocial; se considera

igual el jugarlos que ir al cine sin compañía. Los videojuegos son relegados a la misma cultura que la de los cinéfilos o lectores como una forma de alabanza y socialización basada únicamente en la expresión de opiniones y diálogos sobre sus obras favoritas. Analizar las partes de un videojuego se trata como una experiencia que todos podrían experimentar en un margen objetivo. Esto es verdad en cierto punto, debido a la naturaleza de los videojuegos, los cuales en sus inicios estaban limitados en su mayoría debido al *hardware*; es decir, tenían diseños básicos al presentar obstáculos predecibles o dar pocas alternativas al jugador para afrontarlos.

> "El juego" es un sorprendente medio plástico. Es adaptable a cualquier tecnología, desde la neolítica hasta la alta tecnología.
> [...]
> Los rompecabezas son estáticos; presentan al "jugador" con una estructura lógica a ser resuelta con la ayuda de pistas. "Juegos", por contraste, no son estáticos, pero cambian con las acciones del jugador.
> [...]
> Casi todo juego tiene cierto grado de rompecabezas [...] si un juego involucra cualquier tipo de toma de decisiones, o intercambios entre diferentes tipos de recursos, la gente los tratará como "elementos de rompecabezas", al intentar idear soluciones óptimas. (Costikyan, 2002, p. 10)

El videojuego, en sus inicios, comparte más con los puzles (rompecabezas) que con un juego físico/real, debido a que su diseño tiene salida predeterminadas a acciones específicas, como lo serían las palabras de una sopa de letras; el concepto de juego es lo que da interactividad distinta a cada jugador. Ya fuesen los marcadores de puntaje en juegos de un solo jugador o las "retas" que creaban los jugadores en los juegos de pelea, el factor social del videojuego recaía completamente en la voluntad de quienes estaban dispuestos a participar en este intercambio. Sólo con la llegada de un *hardware* capaz de expresar valor cinematográfico en el videojuego se empezaron a combinar las actitudes de las aficiones de deportes con las del cine. La experiencia es la misma para todos en la teoría, pero al ser expuestos a la interactividad de los videojuegos cada uno genera estilos de juego o hábitos dentro de su experiencia.

Para poder entender al videojuego como un ente social se debe entender a la cultura como concepto humanista, según lo expresa Jordi Busquet (2017):

> La cultura desde su concepción humanista tiene numerosas características a considerar antes de poder llamarse cultura, sus actividades deben ser consideradas dignas de expresarse, deben de aspirar a la excelencia y sus obras que la representan son selectivas por el tiempo y consideración, debe de ser carismático refiriéndose a la creatividad del artista al momento de expresar su visión y talento en su obra, se cultiva desde la educación por lo que es cuidada de forma meticulosa conforme más conocimiento se tenga. Así mismo es jerárquica permitiendo niveles de importancia de tradiciones, símbolos e imágenes seleccionadas por el colectivo, por esta misma naturaleza jerárquica es inestable y frágil ante el cambio que siempre será la constante en el concepto de cultura. (pp. 29-33)

El videojuego se puede ver como un producto cultural, como un medio por el cual las culturas puedan expresarse y comunicar sus ideales, obras y talentos al mundo. Esta visión es reduccionista en lo que el videojuego se ha convertido, o quizás lo ha sido desde sus inicios. En una cultura propia que ha llegado a fragmentarse desde sus raíces técnicas y sociales, la representación o el valor artístico del videojuego se adhiere de otras disciplinas conteniendo las visiones de sus autores. Esto no lo separa de su conceptualización como videojuego, ya que la cultura que se crea a partir de ella no es distinta a la de la cinematografía, creada de la fotografía, que a su vez es creada de la pintura.

Su contenido cultural podría ser visto como sólo un medio de expresión si el videojuego se tratase como obras estáticas. Hay obras más lineales que otras, lo que hace al videojuego una cultura distinta pero familiar en cuanto a la capacidad social que ofrece. Desde la libertad de empujar las mecánicas al máximo hasta encontrar disfrute en cierto nivel, el compartir un punto cero para comparar experiencias crea una familiaridad instantánea. Como se menciona en el artículo de *Forbes Gaming culture: A new language for the digital age:*

> Los valores inherentes en una cultura son ampliamente formados por las palabras que su gente usa para describirla. En el mundo digital, particularmente en el gaming, ha evolucionado en un ambiente cultural vibrante con sus propias normas, valores y vocabulario que cruza las barreras culturales tradicionales.
> [...] Juegos, a través de sus reglas y narrativas, construye estructuras definiendo éxito, respeto, y valores comunales [...] Esto hace a los de-

sarrolladores de juegos cuentistas modernos y arquitectos culturales cuyas creaciones dan forma a la cosmovisión y al compás ético de su audiencia. (Songyeen, 2024, pp. 2-5)

Siguiendo la comparativa con el deporte como cultura, el videojuego de base apoya la competitividad dentro de él, aun habiendo ejemplos de videojuegos o hasta géneros de videojuegos que no pongan explícitamente un marcador o una medida de comparación entre los jugadores. La competitividad se manifiesta de forma instintiva en los jugadores, al ellos crear sus propias escalas o jerarquías sobre el valor o conocimiento dentro del videojuego.

Tras dar el salto al mundo digital, el videojuego vio una expansión sin precedentes en sus capacidades sociales, así como en sus ideas para diseñar nuevas experiencias. La cultura digital ha dado una capacidad de comunicación y de visibilidad a las personas nunca antes vista en el mundo con la llegada y popularización del internet. El videojuego empezó a soñar en grande gracias no sólo a la facilidad de crear comunidades, sino ante la idea de diseñar videojuegos para conectar a grandes grupos de personas al mismo tiempo.

El "internet salvaje" es el punto donde se encuentran los primeros antecedentes de comunidades fuera de las *arcades* o del mundo físico que se enfocaron en compartir sus *hobbies;* en el caso del videojuego, se da la oportunidad de llevar la experiencia jugable de la *arcade* a las casas de todos. El cambio más importante sería la comunicación al ser posible únicamente en la plataforma PC dentro de chats, una limitante que acabaría con la implementación de micrófonos en todas las plataformas de *gaming*.

Al llegar el *gaming* como cultura al internet se consolidan conceptos y prácticas en cuya creación participaron los desarrolladores/diseñadores de videojuegos, desde la conceptualización hasta la aplicación práctica. Tales conceptos comprenden retratar las bases del diseño en la jugabilidad, del control del juego y de la presentación narrativa, lo mismo que las formas en las que un género puede diseñarse para abarcar distintas visiones de una jugabilidad entorno a la comunidad, dando la tarea de diseñar distintas formas de experimentar una jugabilidad dentro del mismo juego.

En la industria del videojuego nacen conceptos de jugabilidad y de diseño en videojuegos que siguen la retroalimentación de los jugadores. Aun si los comentarios se limitan a sus inicios, al ser parte activa de la

comunidad los desarrolladores tienen ideas claras de cómo referirse a sus técnicas. Ejemplos de ellas son la fragmentación de géneros a subgéneros, la implementación de la función de multijugador por servidores, la customización del personaje, interfaz de usuario (IU), historial de juego, herramientas de edición/creador.

De forma similar a las jergas en tribus urbanas o en culturas que hablan un mismo idioma, el videojuego creó de forma instintiva terminología que no anticipaba ningún diseñador, por más experimentado que fuese; incluso los propios desarrolladores utilizaron esta jerga entre ellos hasta que la comunidad se la apropió completamente. Los juegos comparten cualidades, como la jugabilidad al ser conceptos base, de esta forma también hay jergas generales y particulares a situaciones o géneros.

El nombramiento de géneros enteros con base en la jerga responde a la interacción entre jugadores, quienes crean un escenario nunca visto en una actividad social o de entretenimiento. El internet genera discusiones en los foros y salas de chat que implican una experiencia externa de los temas que se hablan, mientras que los videojuegos tienen esas interacciones dentro del propio producto en tiempo real, mientras se consumen; un alcance social que ni siquiera los deportes pueden igualar. Por esto, el aspecto social es único en su forma de expresar la inmersión del usuario, así como la inmersión en entornos menos controlados como lo serían los juegos multijugador.

Unidad 3
El aspecto social y psicológico del videojuego. La forma en la que interactúan los jugadores y su porqué

El ser humano es un ente social y los grupos sociales han sido la parte fundamental para su supervivencia y éxito evolutivo. Como un ente, más que animal, que es el humano, lo social sobrepasa las explicaciones biológicas que se pueden dar respecto a conductas similares a otras especies sociales. Ejemplo de esto serían las correlaciones entre la inteligencia de una especie y su capacidad de socializar de forma más íntima con otros miembros de su ecosistema.

El ente social ha avanzado desde los tiempos prehistóricos, desde sus principales necesidades como es la supervivencia hasta conceptos más

abstractos como el liderazgo y la creatividad. En el escenario actual, la psicología sobre la conducta del humano ha dado propuestas de cómo funciona el ente social en sus interacciones; ha sido un objeto de estudio tanto psicológico como filosófico.

Estos antecedentes no son el principal exponente de la investigación y tampoco se busca un entendimiento del ente humano en su totalidad. Entender las bases que generan las reacciones y comportamientos en los humanos son necesarias para la experimentación en los videojuegos y medir sus límites de jugabilidad, así como poder experimentar con el alcance que puede tener un videojuego dentro del ente social de los jugadores. Como lo expone Songyee Yoon (2024), en este fragmento de su entrevista en Forbes Books:

> "Games, through their mechanics, narratives, and player interactions, develop complex systems of symbols and meanings. Terms like n00b and aggro, for example, shape the way gamers play and experience their digital communities" (p. 3).

Las interacciones que se crean a partir de los videojuegos han dado forma a costumbres que parecieran dar un toque más complejo a esa cultura, puesto que los mensajes y símbolos que crean los diseñadores tienen metas pragmáticas que se inclinan al mejor camino para su proyecto. Los videojuegos crean en su cultura mecánicas dirigidas más a una expectativa general que es dada por obras exitosas o populares, las cuales incentivan el uso de las mecánicas de éstas, buscando replicar el éxito en sus propios proyectos.

Términos como *noob o pro* se ven con más sustento gracias a tendencias como la selección de dificultad, que empezaron a surgir a principios de los 2000; una tendencia en la comunidad es poner logros dentro de la experiencia de los juegos por ellos mismos. Esto es reflejo de la naturaleza competitiva de los videojuegos, que mostraba marcadores de puntaje en caso de que el juego no fuera PVP.

Al poner dificultades variables en los juegos, los diseñadores crean una bifurcación sobre lo que quieren comunicar en sus juegos. Son la narrativa y la diversión en muchos casos los enfoques principales. Hoy existen muchas estrategias para ayudar a los nuevos jugadores a entrar en el mundo de los videojuegos, en contraste con los juegos arcade o los prime-

ros juegos de consola, que solían utilizar sistemas como vidas" para mantener al jugador al borde de su asiento teniendo en mente la derrota como sinónimo de empezar desde cero.

Cuando desaparece esta limitante para el jugador se pensaría que también lo haría la competitividad fuera de los enfrentamientos directos entre jugadores en los modos multijugador, pero parte del atractivo de la comunidad es la manera de imponerse retos o estrategias; así como no todos pueden hacer una chilena o un tiro triple en deportes, el poder jugar en dificultades altas con facilidad crea un estándar de noob o de pro.

Por parte de la psicología, estos comportamientos son explicados de varias formas, de las enseñanzas de B. F. Skinner, Robert D. Nye (2002) dice "la conducta humana se mantiene por reforzamiento intermitente" (p. 69). Los experimentos de conducta propuestos por Skinner se implementan en mayor alcance gracias a la sistematización que propuso al ocupar máquinas y sistemas para potenciar los estímulos. Parte de los reforzamientos de conducta que se apoyan con los videojuegos serían los programas de intervalo y de razón.

> Los intervalos que postula Skinner son representados en su experimento con palomas al darles semillas después dar un picotazo después de cierto tiempo, al crear periodicidad en la respuesta de los estímulos se genera una conducta de forma natural aún si sus intervalos son variados la espera de la recompensa sigue causando, mientras en los programas de razón la respuesta debe ser proporcional al estímulo esperado al ser más parecido al gasto o esfuerzo que se pide comparado a la recompensa. (Robert, 2002, pp. 69-70)

Los programas de conducta son la forma más sencilla de llegar a explicar el razonamiento detrás de las mecánicas de los videojuegos desde su enfoque humano, lo que se espera comunicar y condicionar al accionar de distintas maneras ya sea a base de castigos o recompensas, dependiendo de la intención del diseñador. Estas mismas mecánicas también se plantean desde la visión del videojuego en desarrollo, porque crea instancias en las cuales los estímulos serán únicamente para guiar de forma individual al jugador a través de la narrativa mediante los indicadores necesarios para emprender su camino.

En el caso de juegos que involucran un aspecto multijugador, se tiene que implementar cómo funcionan las mecánicas con otros individuos;

como ejemplo, el balance que existe entre armas o personajes en un juego PVP (*player vs. player*) en contraste con el balance de niveles en un juego PVE (*player vs. environment)*. Así mismo, los incentivos para hacer una jugabilidad que se siente "justa" no son las mismas entre estos enfoques.

En un caso se puede entender como justo que el jugador pueda curarse ante el ataque de un jefe; pero lo justo en PVP es que tengan las mismas armas o habilidades. Esto modifica las conductas de manera que se puede variar de un desarrollo personal en un estilo de juego, comprender y dominar las mecánicas o el aprender a utilizar formas de juego no ortodoxas. En otro caso puede ser que un juego estimule más el trabajo en equipo, el aprendizaje del nivel o los distintos roles de cada miembro de un equipo; todo gracias a su proceso de estímulo-respuesta.

El estímulo común en las actividades humanas es la autosuperación, en el videojuego se trata de ganar. Para entender la competitividad en un campo digital como los videojuegos, se puede hacer una comparación con el deporte sobre las expectativas y los procedimientos psicológicos que surgen en ellos.

> La motivación es una de las variables psicológicas más frecuentemente estudiadas en el contexto deportivo [...] es aquello que vigoriza, dirige y regula estados cognitivos, emocionales y conductuales [...] La motivación autodeterminada se asocia a efectos positivos en los aspectos conductual y cognitivo [...] propone una explicación multidimensional de la motivación: motivación intrínseca, motivación extrínseca y no motivación
> [...] La intrínseca surge de la necesidad psicológica innata de competencia y autorregulación [...] La extrínseca, en cambio, representa conductas llevadas a cabo por razones instrumentales [...] No motivación es aquella que no puede describir las razones por las cuales practica el deporte. (Salom *et al.,* 2003, pp. 25-26)

Las actividades humanas se desempeñan con muchos fines y por varias razones, pero para la impartición de ellas se requiere una motivación; puede ser una necesidad básica como lo es la agricultura o algo personal como la moda, aunque ésta es adquirida gracias al entorno que los rodea. Paradójicamente el deporte se concibe como una actividad enaltecedora, deseable y benéfica en el desarrollo de las habilidades físicas-cognitivas, y del videojuego se dice que aliena al sujeto, promueve el sedentarismo y la pereza.

Se crea un nuevo pasatiempo contrario a lo tradicional y en respuesta aparece un tabú y una subcultura que se siente reprimida por su motivación a seguir explorando géneros y juegos. Aunque parezca una actividad individualista y sedentaria la realidad recae en el diseñador, ya que él puede crear motivos para que los personajes le importen o interactúen con el jugador, de la misma manera que juegos donde se incentive el apoyo mutuo para vencer a un enemigo. El deporte se ve más reflejado en el PVP, ya que la motivación es la de vencer al equipo rival con los mismos estímulos sociales que existen en una cancha, pero su presentación crea un contexto distinto al momento de experimentarlo.

juegos multijugador se pueden comprender de la misma forma que el estar en el equipo de algún deporte genera lazos y amistades entre sus miembros, pero el videojuego tiene una capacidad creativa casi ilimitada para el contacto social, donde los ambientes multijugador sirven como un puente entre personas para compartir experiencia y el encuentro entre grupos se observa con una rapidez sin precedentes en escenarios mundanos.

"Un grupo de encuentro es un pequeño grupo que, mediante una interacción intensa, permite que los individuos encuentren más de sí mismos y de la manera en que se relacionan con otros" (Robert, 2002, p.118).

En la labor experimental se propone, desde la teoría, trabajar en el nivel social. Al crear grupos, la gente muestra etapas del comportamiento humano durante la fase de conocerse.

> Durante las etapas tempranas, tiende a haber confusión y tal vez ansiedad acerca de lo que supone hará el grupo [...] Simplemente la idea de estar con un pequeño grupo de gente para hablar de lo que se venga a la mente, o tratar de abrirse ante otros acerca de las preocupaciones personales no es fácil de manejar para muchas personas.
> [...] Durante la etapa intermedia existe la tendencia a una mayor honestidad y confianza mutua [...] Los miembros comienzan a hacer comentarios más sensibles acerca de sus propias experiencias y se vuelven más empáticos con la experiencia de otros.
> [...] Cuando se llega a las etapas finales del proceso de grupo, a menudo hay sentimientos de gran cercanía y apoyo entre sus miembros como consecuencia de haber compartido experiencias profundas [...] se han permitido "ser ellos mismos", sin la pretensión y detalles sociales superficiales que caracterizan normalmente a las situaciones interpersonales. (Robert, 2002, pp.119-121)

En esta experimentación, se lleva a cabo de forma gradual el contacto interpersonal exponiendo la naturaleza social pero precavida o desconfiada que tiene el humano ante lo desconocido. En el caso del videojuego, todas estas cualidades se ven impulsadas al romper la barrera desconocida y tener un entorno común, ya sea el videojuego o la camaradería del trabajo en equipo.

Metodología

La metodología de esta investigación tiene un enfoque cualitativo y el objeto de estudio es el videojuego *Left 4 Dead 2*. Para analizar los elementos de la jugabilidad, con su valor en conjunto para la creación de la inmersión, se siguieron los criterios de la jugabilidad de Costikyan (desarrollador de videojuegos) y Daniel Gonzalez (desarrollador y docente de videojuegos). Se utiliza la metodología de proyección de Gui Bonsiepe para el análisis por ser traducible a la industria del videojuego, ya que su enfoque de dos etapas en la resolución de problemáticas en diseño nos da las herramientas para realizar un análisis de las piezas que conforman al videojuego *Left 4 Dead 2.*

La recopilación de información del material audiovisual se realizó en YouTube, en dicho material están disponibles audios que contienen comentarios de los desarrolladores del videojuego: Gabe Newell cofundador de Valve y desarrollador de videojuegos; Scott Dalton, diseñador de niveles, mecánicas y programador; Mike Morasky, programador de *hardware* de audio, artista de efectos especiales y animador 3D. Para el análisis del videojuego, la recopilación de información se realizó con el apoyo de la toma de capturas de pantalla del juego; se consideraron los siguientes criterios al capturar las imágenes: Versión de PC, especificaciones de la PC donde se tomaron capturas propias. Las capturas de pantalla se enfocaron en:

- Análisis funcional: Una descripción de su papel en la jugabilidad dentro de cada sujeto en pantalla desde su nombre, designación y características dentro del juego.
- Análisis morfológico: Los elementos capturados se simplificaron a conceptos de diseño donde se resalta su balance de color, claridad visual, composición y narrativa. Se analizan las formas únicas en las que se presenta el análisis funcional, designando un valor

conceptual tal como se presentaron las funciones que sirven los elementos del juego.

- Síntesis formal: Se disminuyen a elementos liminales como siluetas, sombras para destacar su nivel de grado icónico.
- Apartado sonoro: Se describirán las características de la música y efectos de sonido que acompañan a las capturas y se le denominará junto con la síntesis formal.

Las capturas se designaron en tres categorías: **Cinemática, interfaces**: esta categoría abarca el menú principal, *lobbies* o salas de espera, interfaz de sobreviviente e infectado, armas, curaciones y objetos *interactuables.* **Diseño de personajes**: Se aborda tanto los sobrevivientes como los infectados. La última categoría son **campañas-niveles**: los análisis se realizaron conforme a las particularidades de sus categorías siguiendo los enfoques previamente vistos.

En su narrativa, *Left 4 Dead 2* cuenta con una única cinemática que fue puesta bajo los mismos criterios de análisis. Fue el único parámetro que tiene toques cinematográficos explícitos en él y, por ende, fue su propia categoría. Para analizar los diseños de personaje, donde se abarcan los sobrevivientes de *Left 4 Dead 2* y los 8 infectados especiales, se utilizará material visual sacado de internet para poder analizar sus modelos de mejor manera. Acerca de la categoría de campañas-niveles, se consideraron únicamente la campaña inicial "Punto muerto", "Feria siniestra" y "La parroquia". En todas las capturas de los escenarios de las campañas se toman los criterios mencionados en los análisis funcionales, morfológicos y de síntesis formal.

Resultados

En la recopilación de material audiovisual de los desarrolladores de *Left 4 Dead 2*, destacaron los momentos en los que se definía su estilo de trabajo y su visión de generar una experiencia cinematográfica dentro de la jugabilidad del universo que crean gracias a su experiencia de diseñar personajes y en general una experiencia inmersiva.

"Mientras trabajábamos en el *Left 4 Dead* original todo el equipo disfrutó el estilo de juego de esta experiencia cooperativa de película de acción terror y mientras nos encontrábamos creándolo surgían más ideas de

cómo querían llevar a cabo" (Gabe, 2009).

"La oscuridad es crucial para *Left 4 Dead 2* ya que fuerza a los jugadores a permanecer unidos y motiva el juego cooperativo. Aprendimos de nuestro previo trabajo en *Team Fortress 2*, particularmente en el aspecto de mantener la legibilidad de la silueta de los personajes en el oscuro, caótico ambiente" (Gabe, 2009).

Cinemática Left 4 Dead 2

Se presenta la narrativa del juego, el contexto previo a lo que será la primera campaña "Punto muerto" en la azotea de un hotel donde son abandonados los jugadores, dando inicio a una secuencia que muestra las nuevas amenazas y escenarios que tendrá el juego.

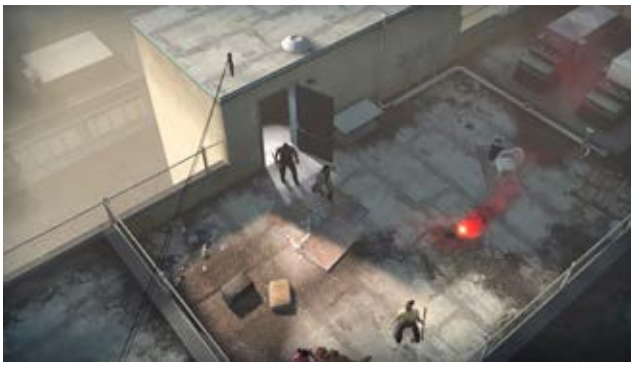
Figura 1

Cinemática LFD2, montaña rusa en llamas

Fuente. Adaptado de LFD2 [videojuego], por Valve, 2009, LFD2, (versión de PC) [videojuego].

Figura 2

Cinemática LFD2, azotea de hotel



Fuente: Adaptado de LFD2 [videojuego], por Valve, 2009, LFD2, (versión de PC) [videojuego].

Al analizar la cinemática desde su valor morfológico, se pudo encontrar una dirección general hacia el género de terror en las tomas iniciales creando suspenso con planos en contrapicado y ángulos holandeses para generar una asimetría. En su morfología, se analiza un enfoque narrativo similar al de los tráileres de medios cinematográficos más que a una introducción narrativa secuencial; es decir, que se conforma de fragmentos de toda la historia y no sólo de un momento específico.

Figura 3
Cinemática LFD2, sobrevivientes en ascensor

Fuente: Adaptado de LFD2 [videojuego], por Valve, 2009, LFD2, (versión de PC) [videojuego].

Figura 4
Cinemática LFD2, concierto infestado

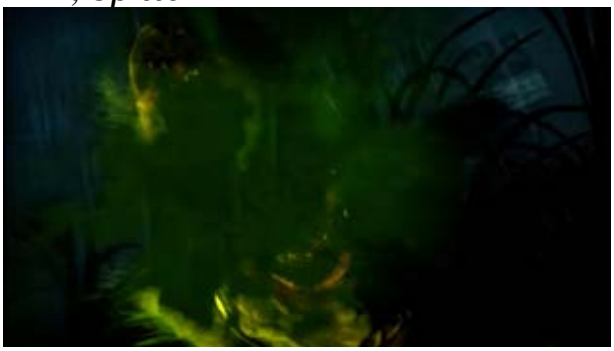
Fuente: Adaptado de LFD2[videojuego], por Valve, 2009, LFD2, (versión de PC) [videojuego].

En el aspecto de síntesis formal, se encuentran las presentaciones de los nuevos infectados, cada uno se presenta entre escenas con elementos de síntesis y con los sonidos de los infectados especiales al aparecer en pantalla; de igual forma, los personajes principales aparecen como siluetas reconocibles y sus diálogos identifican su rol, además, la narrativa entre escenas se une con ayuda de éstos. El tono que se comunicó con la música y los elementos se relacionan con el género de acción.

Figura 5
Cinemática LFD2, jockey atacando a Ellis

Fuente: Adaptado de LFD2 [videojuego], por Valve, 2009, LFD2, (versión de PC) [videojuego].

Figura 6
Cinemática LFD2, Spitter



Fuente: Adaptado de LFD2 [videojuego], por Valve, 2009, LFD2, (versión de PC) [videojuego].

Figura 7
Cinemática LFD2 Charger atacando a Ellis

Fuente: Adaptado de LFD2 [videojuego], por Valve, 2009, LFD2, (versión de PC) [videojuego].

Interfaces: Menú principal, sobrevivientes e infectados

Las interfaces en el recabado de información se encontraron con las características convencionales que tienen en los videojuegos, comunican información general que es común en esta cultura como lo es la salud, la munición y objetos que se tienen; de igual manera, la retícula de apuntado fue encontrada estándar en su uso.

Menú principal

Se cuenta con una mezcla de elementos gráficos en la parte superior en forma de fila, mientras que en texto aparecen las opciones generales del juego; también se aprecia que el fondo no es estático y muestra un escenario con infectados deambulando.

Al analizar el menú principal, tiene un acomodo en forma de "L" horizontalmente, dejando en formato vertical las configuraciones generales del juego, y en formato horizontal se ubican los distintos modos de juego con una imagen representativa de cada uno.

Figura 8

Menú Principal LFD2

Fuente: Adaptado de LFD2 [videojuego], por Valve, 2009, LFD2, (versión de PC) [videojuego].

Las imágenes que representan los modos de juego se encuentran distintas entre sí, con diferentes grados de representación figurativa. En las imágenes que se consideraron repetidas el cambio de fondo comunica el grado de dificultad que diferencia los modos de juego de un entorno casual a un entorno experto.

Interfaz: Sobrevivientes

La disposición de la interfaz ocupa tres de los cuatro bordes de la pantalla, se mantiene minimalista en proporción al tamaño de la pantalla. Tras una prueba de la primera campaña se encontraron más elementos de la interfaz en relación con la jugabilidad, siendo los contornos resaltados de los personajes señales que marcan los objetivos y mensajes al momento de interactuar con objetos o personajes. La situación de los personajes también se representó en la interfaz del jugador.

Figura 9

Señal de la interfaz, nombre de tu sanador

Fuente: Adaptado de LFD2 [videojuego], por Valve, 2009, LFD2, (versión de PC) [videojuego].

Figura 10

Sobreviviente resaltado por bilis

Fuente: Adaptado de LFD2 [videojuego], por Valve, 2009, LFD2, (versión de PC) [videojuego].

Figura 11

Elevador resaltado en azul

Fuente: Adaptado de LFD2 [videojuego], por Valve, 2009, LFD2, (versión de PC) [videojuego].

Figura 12

Botones de ascensor resaltados en azul

Fuente: Adaptado de LFD2 [videojuego], por Valve, 2009, LFD2, (versión de PC)[videojuego].

La morfología de la interfaz integra los elementos de la jugabilidad en los contornos de la pantalla sin invadir espacio visual de las armas; de igual forma, la parte superior está vacía con excepciones de objetivos a en los niveles o un cronómetro. Los elementos de la jugabilidad son presentados en contenedores cuadrados y rectangulares, en el lado derecho de la pantalla se encontraron las armas equipadas en los rectángulos superiores, siendo el superior el arma principal y el inferior el arma secundaria.

En la parte inferior de la pantalla, se encontraron las barras de vida, todas ocupan una retícula que se repite para cada personaje, a ésta la forman dos rectángulos y un cuadrado donde se ubica un retrato del personaje. En el rectángulo superior, se ubicó una barra que cambia de color y el nombre del personaje en el rectángulo inferior, también se encontró que al lado derecho, arriba de la barra de color, se muestra qué objetos llevan encima.

La interfaz cambia de color y de iluminación en cuanto un infectado ataca al jugador, la interfaz se vuelve blanca y negra al ser revivido por tercera vez.

Figura 13

Interfaz con filtro blanco y negro

Fuente: Adaptado de LFD2 [videojuego], por Valve, 2009, LFD2, (versión de PC) [videojuego].

Figura 14

Esquema explicativo de la interfaz de armas (creación propia)

Fuente: Adaptado con Imagotipos de la interfaz de LFD2, por Valve, 2009, LFD2, (versión de PC) [videojuego].

Varios conceptos son comunicados de manera directa en pantalla al usar efectos de sangre o mostrar la pantalla borrosa al sufrir un ataque. Otros trabajan con el cambio de saturación en la pantalla, para indicar la "última vida" del jugador. Al comunicar el equipamiento y vida del jugador se encontró que dan forma de siluetas las armas seleccionadas, clasificadas como principal y secundaria.

Figura 15

Esquema del análisis categórico de los consumibles de LFD2

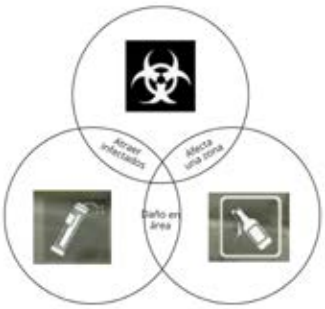
Fuente: Elaboración propia. Imagotipos de la interfaz de LFD2, por Valve, 2009, LFD2, (versión de PC) [videojuego].

Los objetos consumibles se ubican en tres categorías; en la primera ranura se identificaron tres los objetos arrojadizos: molotov, bilis y pipe bomb; en la segunda ranura se encuentran los botiquines y desfibriladores; en la tercera hay curaciones rápidas. Cada objeto es representado con su silueta figurativa; el único objeto que ocupa un imagotipo para diferenciarse es el desfibrilador, el cual se identifica con un rayo.

Respecto a la manera de usar los objetos arrojadizos, se observa una correlación entre sus usos que genera mecánicas simples sobre usos similares, como se representa en el siguiente diagrama.

Figura 16

Esquema del análisis funcional de los objetos arrojadizos



Fuente: Elaboración propia. Adaptado con Imagotipos de la interfaz de LFD2, por Valve, 2009, LFD2, (versión de PC) [videojuego].

En el caso de las barras de vida, la información sintetizada indica que el estado del jugador con los colores de un semáforo, yendo de verde a rojo, depende de la vida faltante. Esto se visualiza en todas las barras, la única diferencia encontrada en la barra del jugador es un valor numérico de 1 a 100 según el estado del jugador.

Figura 17

Barras de vida con los sobrevivientes derribados (izquierda) y muertos (centro y derecha)

Fuente: Adaptado de LFD2 [videojuego], por Valve, 2009, LFD2, (versión de PC) [videojuego].

Figura 18

Barras de vida con objetos de los sobrevivientes aliados

Fuente: Adaptado de LFD2 [videojuego], por Valve, 2009, LFD2, (versión de PC) [videojuego].

Los textos menos importantes como puntajes y subtítulos aparecen con una tipografía más delgada y opaca; mientras que se utilizan rectángulos negros con texto rojo para notificar sobre los infectados especiales o sobrevivientes que mueren.

Interfaz: Infectados

Se utiliza en los modos multijugador de enfrentamiento y a diferencia de la interfaz de los sobrevivientes, cuenta con detalles que simulan una vista sepia. Los personajes también se resaltan en azul en el caso de los infectados especiales y resaltan los sobrevivientes en todo momento.

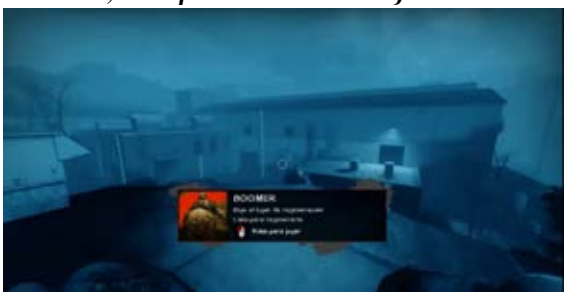
Figura 19

Interfaz modo versus, infectado Tank

Fuente: Adaptado de LFD2[videojuego], por Valve, 2009, LFD2, (versión de PC) [videojuego].

Figura 20

Interfaz modo versus, reaparición de infectado



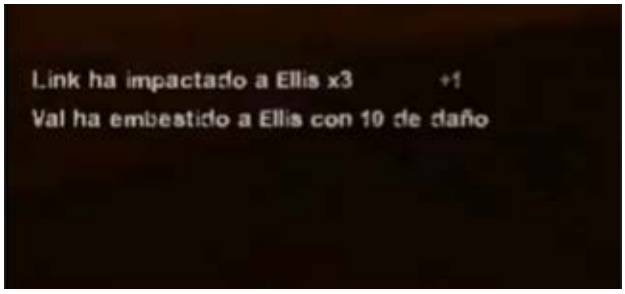
Fuente: Adaptado de LFD2[videojuego], por Valve, 2009, LFD2, (versión de PC) [videojuego].

Al no poseer armas u objetos, la interfaz se simplifica únicamente mostrando las barras de vida y nombres junto a la habilidad única del infectado. Los textos a la izquierda de la pantalla aparecen para notificar el puntaje de los jugadores. Una característica única que se presenta para los infectados es su capacidad de reaparecer al tener vidas ilimitadas, lo

que les da un estado fantasmal antes de poder aparecer y atacar a los sobrevivientes, el cual se destaca por un filtro frío. También cuentan con un texto que indica el botón para reaparecer junto a una breve explicación de la función de la habilidad única del infectado. Se indica la vida restante y el retrato del personaje es reemplazado por un imagotipo de su habilidad. La salud se representa en una barra que cambia de color de verde a rojo con base en la vida restante.

Figura 21

Interfaz modo versus, aviso de puntuación infectado



Fuente: Adaptado de LFD2[videojuego], por Valve, 2009, LFD2, (versión de PC) [videojuego].

Diseño de personajes: Sobrevivientes e Infectados

Sobrevivientes

Los sobrevivientes tienen el papel de avatares para que los jugadores puedan interesarse en el mundo que propone el juego. En este apartado se encontraron varias decisiones de diseño que los predisponen en la narrativa al generar una sinergia entre ellos, la cual fue llevada a más con el uso de diálogos espontáneos mientras se está jugando.

Figura 21

Cinemática LFD2, sobrevivientes en ascensor

Fuente: Adaptado de LFD2 [videojuego], por Valve, 2009, LFD2, (versión de PC) [videojuego].

Los diseños siguen una dirección de arte realista o cruda, el uso de colores vibrantes o contrastantes es notable junto con el trabajo de caracterización de ciertos estereotipos o vestuarios usando prendas comunes, haciendo destacar más las que son más particulares de cada personaje.

En el diseño de cada personaje se denotan roles establecidos en la interacción grupal, cada uno delimitado de formas distintas al utilizar roles cuyo cargo es similar en concepto. Su vestuario sucio o desaliñado sirve, desde el punto de vista de la semiótica, para comunicar el nivel de violencia que han experimentado sin llegar a extremos desgarrados.

Infectados

Los enemigos en los videojuegos son obstáculos a superar en medio de la narrativa gracias a su forma de balancear la jugabilidad. En el caso de *Left 4 Dead 2* hay una visión mixta de los enemigos al crear 9 entidades que forman la amenaza, 8 son enemigos únicos que están diseñados para abarcar 3 roles, mientras que la entidad restante se cataloga como la horda que consiste de infectados comunes y que son fácilmente derrotados, pero ganan ventaja en números.

Figura 22

Esquema del análisis funcional de los infectados especiales

Fuente: Elaboración propia. Adaptado con imágenes de LFD2 wiki [fotografía], personajes originales por Valve, 2009, LFD2, (versión de PC) [videojuego].

Los soportes están enfocados en tratar de debilitar y desorientar a los sobrevivientes. La Spitter y el Boomer son personajes que tienen enfoques distintos, ya que la Spitter escupe un charco de ácido que daña a los sobrevivientes y les corta el camino, mientras que el Boomer, a pesar de lo que indica su nombre no sólo afecta al explotar, sino que puede vomitar sobre los sobrevivientes, atrayendo a una horda hacia los afectados por éste.

Los incapacitadores son más directos en su ataque porque sus ataques atrapan a los sobrevivientes hasta derribarlos por completo. Éstos cuatro varían en sus maneras de jugar siendo cada uno único en su modo de ataque, éstos ataques están altamente relacionados con sus nombres y diseños.

Los jefes se describen como amenazas que requieren más esfuerzo para ser derrotados, así como los ataques más poderosos del juego. El Tank es el único jefe jugable en el modo enfrentamiento, se encuentra en primera línea, tiene la mayor vida del juego, hace el mayor daño cuerpo a cuerpo y posee la capacidad de tirar piedras y empujar el entorno; la Witch es el único infectado especial no jugable y su modo de ataque al ser el único que hace oneshot (ataque que derriba al jugador de un solo ataque) puede ser ignorada si se está atento, su llanto y la música avisan de su presencia, al ser asustada se levanta y ataca al jugador que la haya activado.

Diseño de los infectados

El análisis de la forma en que son representados los infectados revela que al abarcar utilidades similares su presentación indica su reiteración al momento de atacar; los ataques se encuentran relacionados en gran medida con su apariencia. Esto se ve reflejado desde las formas en cada diseño, que no se limitan a las mismas clases, sino que entre clases de infectados especiales hay comunicación con bases similares.

Figura 23

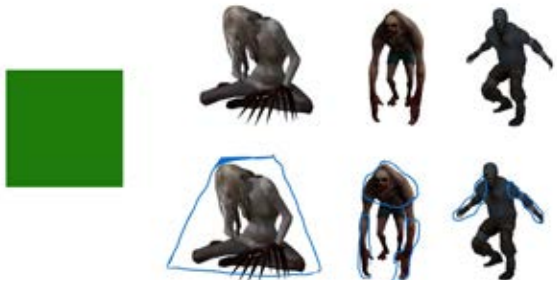
Esquema del análisis morfológico del diseño de personaje del Smoker, Spitter y Charger

Fuente: Elaboración propia. Adaptado con imágenes de LFD2 wiki [fotografía],personajes originales por Valve, 2009, LFD2, (versión de PC) [videojuego].

Al descomponer los diseños del Charger (derecha), la Spitter (centro) y el Smoker (izquierda), se encuentran características comunes en sus proporciones o dirección al poseer una silueta vertical alargada que es diferenciada con características especiales de cada personaje; distribuyendo el peso de los personajes de distintas formas.

Figura 24

Esquema del análisis morfológico del diseño de personaje de la Witch, Jockey y Hunter



Fuente: Elaboración propia. Adaptado con imágenes de LFD2 wiki [fotografía], personajes originales por Valve, 2009, LFD2, (versión de PC) [videojuego].

La Witch (izquierda), Jockey (centro) y Hunter (derecha) presentan una proporción comprimida en forma de cuadrado; se podría decir, al estar siempre en esas posturas, que reiteran su perfil bajo en comparación con el resto de los infectados especiales.

Figura 25

Esquema del análisis morfológico del diseño de personaje del Tank y Boomer

Fuente: Elaboración propia. Adaptado con imágenes de LFD2 wiki [fotografía], personajes originales por Valve, 2009, LFD2, (versión de PC) [videojuego].

El Tank se aprecia con elementos triangulares basados en un diseño intimidante. Al ocupar estas proporciones en un cuerpo humano, hay una exageración en su musculatura, acentuada con una cabeza atrapada en medio de su propio torso.

El Boomer es único en su diseño al ocupar una muestra general de formas circulares que, en el contexto del diseño, suele ser utilizada como formas amigables. Este significante cambia al generar más anormalidades circulares que simulan brotes de granos o ampollas sobre un modelo humano con sobrepeso.

Campañas: niveles y escenarios

Del análisis surge una característica única de *Left 4 Dead 2*. Al estar diseñado por campañas que son integradas por cinco niveles, cada una cuenta una breve narrativa de inicio a fin. Aunque se cuenta una narrativa lineal entre campañas, el juego no bloquea de ninguna manera la selección de campañas al jugador.

Para propósitos del análisis se usan tres campañas en orden cronológico en la narrativa de *Left 4 Dead 2*, siendo el inicio "Punto muerto", a donde lleva la cinemática al ser abandonados los sobrevivientes por la evacuación en una azotea de hotel.

Para las campañas, se analizan morfológicamente los entornos y maneras de guiar al jugador, mientras que en su síntesis informativa son la inmersión o maneras de comunicar los mismos elementos señaladores que siguen una lógica con el entorno en el que está representada la campaña.

Dead Center-Punto Muerto

La campaña Dead Center inicia después de que los sobrevivientes sean abandonados en el techo de un hotel tras una evacuación fallida; esto es mostrado en la cinemática inicial previamente analizada. En esta campaña, y especialmente en los primeros niveles, se muestran las mecánicas del juego en la interfaz del jugador de forma más asertiva que en las demás del juego, así mismo desde el inicio se empieza a contar la narrativa visual del juego sin interrupciones cinematográficas de por medio.

Figura 26

Inicio de la campaña "Punto muerto", azotea inicial

Fuente: Adaptado de LFD2 [videojuego], por Valve, 2009, LFD2, (versión de PC) [videojuego].

Figura 27

Hotel en llamas, campaña "Punto muerto"

Fuente: Adaptado de LFD2 [videojuego], por Valve, 2009, LFD2, (versión de PC) [videojuego].

El primer nivel, "Hotel", presenta a los jugadores en el escenario tras ser abandonados. Tienen que buscar otra forma de escapar de la ciudad, pero el primer paso, que es salir del hotel, se ve como una situación alarmante, puesto que se muestra no sólo el exterior, sino el interior del hotel en llamas, mismas que parecen esparcirse.

Figura 28

Material narrativo del juego, campaña punto muerto

Fuente: Adaptado de LFD2 [videojuego], por Valve, 2009, LFD2, (versión de PC) [videojuego].

Figura 29
Pizarrón con material narrativo

Fuente: Adaptado de LFD2 [videojuego], por Valve, 2009, LFD2, (versión de PC) [videojuego].

Al inicio del nivel, una habitación opcional se encuentra llena de información narrativa que genera un diálogo entre los personajes para describir lo que está escrito en los documentos abandonados por el Gobierno. Esto es el inicio de la narrativa que se sigue encontrando en el resto del juego.

Figura 30
Camino bloqueado por fuego, campaña punto muerto

Fuente: Adaptado de LFD2[videojuego], por Valve, 2009, LFD2, (versión de PC) [videojuego].

Figura 31
Escaleras en llamas, campaña punto muerto

Fuente: Adaptado de LFD2[videojuego], por Valve, 2009, LFD2, (versión de PC) [videojuego].

El nivel utilizó las llamas del edificio como herramienta narrativa e inmersiva para guiar al jugador sin la necesidad de quitarle control o de hablarle directamente, desconcentrando al jugador de lo que está en pantalla.

Figura 32
Señales de tránsito en las calles infestadas, nivel calles

Fuente: Adaptado de LFD2 [videojuego], por Valve, 2009, LFD2, (versión de PC) [videojuego].

Figura 33
Camino entre hierbas en autopista, nivel calles

Fuente: Adaptado de LFD2 [videojuego], por Valve, 2009, LFD2, (versión de PC) [videojuego].

El nivel también ocupa elementos como señales de tránsito para indicar el rumbo al que va la campaña, señalando la ubicación de la nueva evacuación y a donde se dirige el jugador; de igual manera, los bloqueos con barreras, rejas y cadáveres crean la atmósfera y señalan la próxima zona a la que irá el jugador.

Figura 34
Camino bloqueado por camión, antes del evento

Fuente: Adaptado de LFD2 [videojuego], por Valve, 2009, LFD2, (versión de PC) [videojuego].

En este punto del nivel, se presenta un evento especial donde se entregan sodas al dueño de la tienda de armas para librar el camino. Cuando se ve el escenario cerrado en forma de arena, el evento es la única manera de continuar y, cuando se completa la tarea de entregar una explosión, libera el camino, demoliendo un tráiler que bloquea la carretera para dejar ver detrás de él la entrada al centro comercial.

Figura 35
Escaleras iluminadas, nivel centro comercial

Fuente: Adaptado de LFD2[videojuego], por Valve, 2009, LFD2, (versión de PC) [videojuego].

Figura 36
Pasillo lleno de cadáveres y sangre, nivel centro comercial

Fuente: Adaptado de LFD2[videojuego], por Valve, 2009, LFD2, (versión de PC) [videojuego].

El penúltimo nivel de la campaña se halla dentro del centro comercial, desordenado y en un estado de abandono, teniendo pocas luces funcionales. El mapa utiliza las pocas luces, así como barricadas improvisadas como bloqueos para que el jugador no se pierda en el diseño laberíntico, reminiscente a los centros comerciales estadounidenses. También se presentan caminos que llevan a los pasillos de servicio del centro comercial para avanzar hasta el refugio.

Figura 37

Secuencia final de la campaña Punto muerto, nivel atrio

Fuente: Adaptado de LFD2 [videojuego], por Valve, 2009, LFD2, (versión de PC) [videojuego].

Tras llegar al atrio y encontrar el auto para escapar, el juego indica la ubicación de varias latas de gasolina para rellenar el tanque del auto. El atrio está conformado de barricadas y escaleras mecánicas que conectan los pasajes donde se encuentran distribuidas las latas; conforme se llena el auto, las hordas y Tanks empiezan a salir. Una vez completada la colecta de latas, sólo se acercan al coche los sobrevivientes y quienes hayan huido inician una cinemática del auto rompiendo la entrada y para escapar.

Dark Carnival-Feria Siniestra

Dark Carnival es la segunda campaña del juego. Antes de su adición a las campañas de *Left 4 Dead*, se iniciaba la campaña desde el auto de "Punto muerto", donde los jugadores se quedan estancados en una carretera.

Los autos y camiones estancados junto a montañas de cadáveres y maletas crean los caminos que sigue el jugador, el nivel guía por la autopista al jugador hasta llegar a un motel que deja ver a lo lejos las luces de la feria local. En la narrativa, desde que se bajan del auto se encuentran espectaculares que referencian la feria y a la banda que iba a presentarse, lo que será importante en la campaña.

Figura 38

Motel cercado con un espectacular de la banda a presentarse en la feria, nivel 1 carretera

Fuente: Adaptado de LFD2 [videojuego], por Valve, 2009, LFD2, (versión de PC) [videojuego].

La feria tiene en el refugio pósteres de la banda que iba a presentarse en el concierto, antes de salir y mostrar la entrada principal con las boleterías y el nombre del parque. El nivel utiliza los puestos cerrados y apagados como indicadores y bloqueos de la feria para guiar al jugador a través del nivel.

Figura 39

Interior del refugio, nivel 2 feria

Fuente: Adaptado de LFD2 [videojuego], por Valve, 2009, LFD2, (versión de PC) [videojuego].

Figura 40

Interior de la feria con alumbrado señalando el camino, nivel 2 feria

Fuente: Adaptado de LFD2 [videojuego], por Valve, 2009, LFD2, (versión de PC) [videojuego].

Figura 41

Evento final del nivel, nivel 2 feria

Fuente: Adaptado de LFD2 [videojuego], por Valve, 2009, LFD2, (versión de PC) [videojuego].

La ambientación de un parque de diversiones procede de manera laberíntica o interconectada como un parque real y las luces funcionales marcan caminos que guían hacia el refugio. Al final del nivel, en un juego mecánico que debe encenderse para seguir el camino, se activa una horda infinita que dura hasta apagar el juego. Al otro lado de la reja, jugando con el ambiente, para crear hay relatos visuales con los juegos y puestos.

Dentro del refugio, se puede leer la narrativa del parque, dirigido a ser un punto de encuentro para evacuar a la población, algo que fracasa, por los textos escritos en las paredes. Sigue siendo visible el presagio de la función de la banda que iba a presentarse.

Figura 42

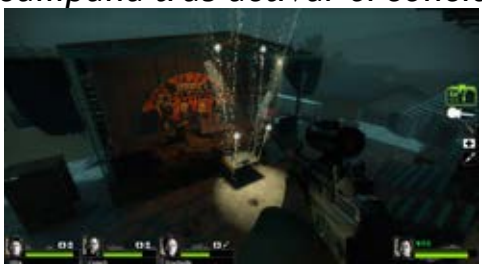
Interior del refugio del nivel final con textos narrativos, nivel 5 concierto

Fuente: Adaptado de LFD2 [videojuego], por Valve, 2009, LFD2, (versión de PC) [videojuego].

Para el final de la campaña, se llega a una arena donde se encuentra adornado y preparado el concierto que sirve como señal para atraer al helicóptero antes visto; de esta forma, la arena tiene andamios y recursos para sobrevivir hasta que llegue el escape, mientras la horda asedia al jugador. Elementos como fuegos artificiales del escenario prenden fuego a los infectados que se acercan, así como guitarras que pueden ser utilizadas como armas cuerpo a cuerpo.

Figura 43

Arena final de la campaña tras activar el concierto, nivel 5 concierto



Fuente: Adaptado de LFD2 [videojuego], por Valve, 2009, LFD2, (versión de PC) [videojuego].

Parrish-La Parroquia

Figura 44
Inicio campaña La parroquia en el muelle

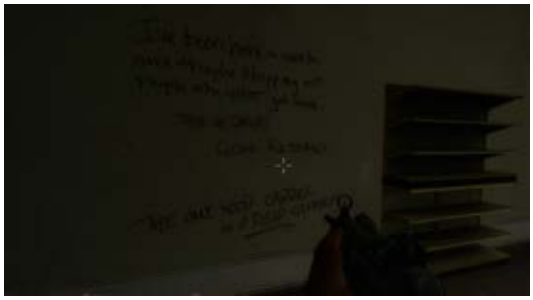
Fuente: Adaptado de LFD2 [videojuego], por Valve, 2009, LFD2, (versión de PC) [videojuego].

Figura 45
Calles bloqueadas por vehículos. nivel muelle

Fuente: Adaptado de LFD2 [videojuego], por Valve, 2009, LFD2, (versión de PC) [videojuego].

La última campaña del juego se ubica en Nueva Orleans, donde será la última oportunidad de escapar de la pandemia. El inicio del muelle está conectado directamente con las calles de la ciudad del Sur de Estados Unidos con su arquitectura representada fielmente, mientras que los caminos se muestran como barricadas y saturados de escombros y vehículos, elementos que guían al jugador a través del nivel.

Figura 46
Textos en la pared del refugio, nivel 2 parque



Fuente: Adaptado de LFD2[videojuego], por Valve, 2009, LFD2, (versión de PC) [videojuego].

Figura 47
Exterior del refugio en la entrada al parque, nivel 2 parque

Fuente: Adaptado de LFD2[videojuego], por Valve, 2009, LFD2, (versión de PC) [videojuego].

Dentro del refugio, se muestran más textos escritos en las paredes que retratan la experiencia de otros sobrevivientes y la ruta hacia la salida de la ciudad. El parque es otro punto de encuentro del Gobierno y única ruta viable, debido al bloqueo del camino. Dentro del parque hay varias rutas que guían directamente a la salida hacia más edificios urbanos.

Dicha salida se resalta con un gran arco y una ambientación con fuentes y quioscos que dirigen a un callejón hasta el área del siguiente evento.

Figura 48
Kiosko en la salida del parque, nivel 2 parque

Fuente: Adaptado de LFD2[videojuego], por Valve, 2009, LFD2, (versión de PC) [videojuego].

Tras salir del callejón, las montañas de maletas y las barreras de hormigón hacen un pasillo que lleva a un puesto del Gobierno, donde se encuentra el comienzo del evento para apagar la alarma ubicada al final de un recorrido enrejado que llega hasta los andamios.

Figura 49

Entrada al puesto de control barricada, evento nivel 2 parque

Fuente: Adaptado de LFD2[videojuego], por Valve, 2009, LFD2, (versión de PC) [videojuego].

El nivel presenta un escenario debajo del puente destruido abarrotado de vehículos abandonados y de autos cuyas alarmas, al ser activadas, pueden atraer hordas de infectados. El jugador es guiado a través de los caminos que quedan entre los vehículos para salir del cementerio vehicular y subir al puente.

Figura 50

Puente destruido y obstáculos encimados, nivel 3 cementerio

Fuente: Adaptado de LFD2 [videojuego], por Valve, 2009, LFD2, (versión de PC) [videojuego].

El barrio francés representa otro icono de Nueva Orleans por sus carnavales, donde no sólo sus adornos inundan las calles sino que también utilizan las carrocerías de desfiles como elemento narrativo en la jugabilidad, con el fin de activar una horda mientras el carro alegórico avanza hasta servir de puente.

Figura 51

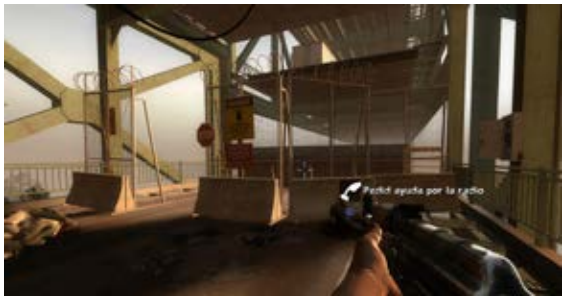
Carro alegórico después de activar el evento, nivel 4 barrio francés

Fuente: Adaptado de LFD2 [videojuego], por Valve, 2009, LFD2, (versión de PC) [videojuego].

El último nivel del juego se ubica en el único puente que aún está en pie. Se sabe que diez minutos después de que el jugador llegue a él será bombardeado y la ciudad quedará aislada. Las barreras de tránsito y las barricadas militares guían hacia el puente; el jugador activa el evento final bajando la entrada, lo que da inicio a la horda infinita.

Figura 52

Afuera del último refugio entrada al puente barricada, nivel 5 puente



Fuente: Adaptado de LFD2 [videojuego], por Valve, 2009, LFD2, (versión de PC) [videojuego].

El camino del puente se ubica repleto de vehículos y de escombros. Por él, se avanza combatiendo a los infectados, para seguir el camino hay que usar los dos niveles del puente, que son intercambiados con la guía del puente mientras éste se derrumba y los vehículos forman escalones.

Figura 53

Puente destruido y lleno de autos, nivel 5 puente

Fuente: Adaptado de LFD2[videojuego], por Valve, 2009, LFD2, (versión de PC) [videojuego].

Al final del puente, se visualiza el helicóptero que permite escapar de Nueva Orleans, en tanto que la horda sigue persiguiendo a los sobrevivientes. Cuando se llega al helicóptero, al abordar con los miembros vivos del equipo, la campaña termina con una secuencia concluyente.

Figura 54

Secuencia de escape final, nivel 5 puente

Fuente: Adaptado de LFD2[videojuego], por Valve, 2009, LFD2, (versión de PC) [videojuego].

Pósteres y finales

Al inicio y al final de las campañas se encuentran de forma gráfica las pantallas de carga que representan pósteres de películas, acompañadas de eslóganes para la campaña correspondiente. Cada cartel se posiciona en una pared representativa del entorno de la campaña, creando una impresión de película dentro de la pantalla de carga, al mismo tiempo cada eslogan juega con las palabras para crear frases como en las películas de acción o de terror de serie B.

Figura 55-57

Pantalla de carga Campaña Feria Siniestra, La parroquia y Punto muerto

Fuente: Adaptado de LFD2 [videojuego], por Valve, 2009, LFD2, (versión de PC) [videojuego].

Al final de las campañas se revelan los créditos, nombrando a los jugadores y en el caso de este análisis los *Bots* y su rol o personaje durante la misma. Se remarca el estado en el que acaban la campaña, habiendo escapado o en forma de epitafio en caso de haber muerto antes del escape. Los créditos también muestran los datos generales de la campaña: cuántos infectados eliminan los jugadores, objetos consumidos, accidentes de fuego amigo, etc. Se hace, además, el recuento del total de infectados eliminados.

Figura 58 y 59
Pantalla final de las campañas La parroquia y Feria siniestra

Fuente: Adaptado de LFD2[videojuego], por Valve, 2009, LFD2, (versión de PC) [videojuego].

Discusión

Los hallazgos en el análisis de *Left 4 Dead 2* bajo los criterios metodológicos, sugieren una amplia variedad en la jugabilidad, que al principio podría ser descrita como una reiteración del género shooter. Esta variedad de jugabilidad se puede describir como un encuentro entre las amplias concepciones de los videojuegos con las ideas y maquinaciones del diseño. El diseño como materia profesional no es implementado de manera académica, puesto que, así como lo hace la industria del videojuego, hay que referirse al diseño como concepto creador y cualidad humana, que sirve para guiar las ideas y proyectos.

En el apartado visual, no sólo hay un diseño de personajes y de entorno detallado, sino que en su estilo artístico rigen reglas en sus campañas, a pesar de ser temáticamente distintas, como lo son barricadas y puestos médicos que tienen la misma tarea en la narrativa, pero son implementa-

dos de maneras distintas según la campaña. En este aspecto, otro hallazgo de los resultados es la estética de acción—terror que abarca todo el juego y que en principio se trató como un aditivo o un punto distintivo de venta, sin saber que los demás apartados, como el menú principal, las interfaces de juego y la misma jugabilidad se ven altamente influenciados por esta estética afín al cine B.

Parte de las implicaciones que hay sobre los videojuegos es (o era) su predictibilidad desde sus inicios, e incluso dentro de su aleatoriedad, las posibilidades de los primeros arcade y consolas de juego no manejaban las proporciones que se describen en **Left 4 Dead 2**, siendo un ejemplo de esto la IA que controla todo. Aun con eventos predecibles u objetivos que nunca cambiarán, siendo estos partes vitales de las campañas, los momentos intermedios o los enemigos y situaciones que suceden dentro de ellos son dirigidos por la IA, que define si el jugador requiere más respiros o una experiencia más sofocante, al añadir infectados para atacar u objetos para ayudarlo. Todo esto, con base en un sistema de puntuación que lleva la cuenta de distintos valores, como eliminaciones generales, especiales, curaciones, entre otros.

En esta investigación, se encuentra la implicación de la jugabilidad como eje del diseño, antes expuesta en el marco teórico. Los resultados no son contradictorios con esta afirmación; si se puede denotar una dimensión faltante para la inmersión, el diseño es la herramienta unificadora entre la idea visual-narrativa del juego con la jugabilidad o concepto de juego. Pero a diferencia de la visión del diseño únicamente como labor artística-estética, la propuesta de la jugabilidad, como eje único del diseño, es reduccionista, ya que dentro de Left 4 Dead 2 se puede encontrar una guía visual que va más allá de ser una simple capa visual para vender un juego. Este nivel de diseño está influenciado desde dos vertientes: la idea de la jugabilidad y las ideas del entorno o concepto narrativo.

El diseño de *Left 4 Dead 2* también se encuentra vinculado a la psicología del jugador, porque al crear una experiencia cooperativa, motivar al jugador a trabajar juntos es una labor que se consigue gracias a su trabajo de diseño. Los resultados se refieren a las notificaciones y avisos de la interfaz sobre quién colabora en ese momento y crea una respuesta a nivel individual y grupal que es permanecer juntos.

Como se dijo previamente la implicación estética también influencia las decisiones para que no únicamente las acciones dicten a los jugadores,

sino que el ambiente de horror sirva como estímulo constante para crear sensaciones de peligro y de vulnerabilidad, lo cual por sí solo evita que los jugadores se dispersen o se alejen. Al experimentar un juego que ofrece la misma sensación que el cine de terror, la inmersión hace que implícitamente los jugadores se comporten de la manera que se diseñó el nivel.

Las limitantes de la inmersión, en el caso de esta investigación, recaen en que experiencias físicas como los controles o los elementos distractores ajenos al juego no son considerados, ya que la inmersión se diseña teniendo en mente no sólo la participación completa del jugador, sino la visión del diseñador y de lo que él tiene control, que en este caso son los elementos dentro del juego, como la jugabilidad.

Los resultados varían en función de las decisiones de diseño que se encuentran en los niveles seleccionados. Concuerdan con lo que se tiene entendido como diseño de videojuego y como producto cultural; abarcan las necesidades o controles que se esperan de esta clase de juegos. Si bien la base o lo que se podría expresar como lo perceptible por el jugador de forma denotativa, es familiar para los jugadores; lo que se encuentra de forma connotativa es la jugabilidad única del juego. Este apartado dejó claro la bifurcación del género de shooter en primera persona, en vista de que, aunque la jugabilidad común o base es la de disparos contra múltiples enemigos (ya vista desde antes de LFD2), la visión o decisión de diseño se ve altamente influenciada por demás aspectos con el eje en la inmersión.

La explicación a la inmersión de Left 4 Dead 2 como ejemplo de diseño de videojuegos suelta resultados que derivan de la jugabilidad como único eje, o, mejor dicho, como elemento vital, pero que es influenciado de la misma forma con su concepto visual o estético. En ciertos aspectos, el diseño parece ser lo más importante o el eje que guía al proyecto por momentos; de esta manera, la inmersión se crea no sólo al manejar una jugabilidad con la que diseña, sino que esta misma es transformada con base en la narrativa que trae consigo la temática del juego en un ejercicio de diseño retroalimentativo, el cual trae consigo resultados favorables al videojuego.

Conclusiones

La labor del diseño es vista en las industrias audiovisuales de manera natural como un trabajo que gira en torno a estas producciones sin que se considere una ciencia a tratar; de igual manera, desde cineastas hasta

programadores sirven esta labor de diseñador con la ayuda de artistas para su visión del proyecto.

Con esta concepción, el diseñador es requerido en varios niveles, profesionistas en la materia o de otras disciplinas, pues es crucial comprender el trabajo del diseño como materia para poder elaborar proyectos completos que puedan ser no sólo flexibles, sino congruentes desde los aspectos más técnicos hasta la labor artística del mismo.

El trabajo del diseño y, por ende, del diseñador es el poder innovar tanto en los aspectos de producción tradicionales como en su propia participación y su trabajo al proponer ideas que puedan ser producidas en torno a distintas materias en conjunto para lograr la creación de experiencias más inmersivas.

REFERENCIAS

BlogAcidRain. (2009). Left 4 Dead 2 - Gabe Newell Interview at GameSpot. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=ZR0P-qVluNg

Costikyan, G. (2002). Proceedings of computer and digital cultures conference. Tampere University

Jordi Busque D. (2017). Los nuevos escenarios de la cultura digital. UOC.

Left4deadWiki. Infectados especiales. https://left4dead.fandom.com/es/wiki/Categoría:Infectados_especiales

Robert D. (2002). Tres psicologías: perspectivas de Freud Skinner y Rogers. Thomson Learning, VI

Salom M., Nuñez A., Leguizamo F. (2003). Psicología del deporte una aproximación práctica desde la evidencia científica. Editorial médica panamericana.

Songyee Yoon. (2024). Gaming culture: A new language for the digital age. Forbes Books

UserDDA. (2018). Bonus: Left 4 dead Developer Commentary. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=aZU93ohXRkU&t=290s

Željko Mili . (2020). Left 4 Dead 2 Developer Commentary Walkthrough The Parish [Video]. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=48bJasxwaBs&t=126s

Atribución-No Comercial-Sin Derivadas

Permite a otros solo descargar la obra y compartirla con otros siempre y cuando se otorgue el crédito del autor correspondiente y de la publicación; no se permite cambiarlo de forma alguna ni usarlo comercialmente.

Práctica interdisciplinaria entre el diseño y la educación para el diseño de material didáctico destinado a alumnos de educación secundaria

Interdisciplinary Practice Between Design and Education for the Development of Educational Materials Aimed at Secondary School Students

Andrea Guadalupe Barrios Alvarado*

Resumen

El diseño de materiales didácticos está poco explorado por parte de los profesionales del diseño y la educación; sin embargo, se considera que es de suma importancia debido al impacto que tiene en los alumnos. Por esa razón, se realizó una práctica dentro de la Escuela Secundaria Oficial 0075 "Las Ixtacalas" en conjunto con un docente de la materia de Tecnología. Los objetivos fueron detectar los retos en relación con los materiales didácticos, identificar còmo se puede dar la interacción y relación entre un profesional del diseño y un docente al trabajar de manera colaborativa en el diseño de material didáctico para alumnos de educación secundaria y despertar en los profesionales del diseño y la educación el interés por trabajar de manera colaborativa. Para fines de esta fase de la investigación, se utilizó un diseño de investigación de tipo investigación-acción con enfoque cualitativo y se realizaron entrevistas y observaciones como técnicas de recogida de datos. Se pudo identificar que no a todos los alumnos les es funcional un mismo tipo de material, que existen carencias de materiales

*Egresada de la Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual, Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán, Universidad Nacional Autónoma de México. Mail: baaa021031@gmail.com

Fecha de recepción: enero, 2025
Fecha de aceptación: marzo, 2025
Versión final: marzo, 2025
Fecha de publicación: abril, 2025

para acceder al conocimiento fuera del aula y que la poca disponibilidad de recursos perjudica el trabajo de los alumnos. Por otra parte, se identificó que la relación e intervención entre diseñadores y docentes permite ampliar sus panoramas para llegar a formular mejores soluciones. Además, fue posible conocer cómo es el trabajo de los alumnos y su participación en el diseño de materiales didácticos. Se concluyó que este tipo de interacciones son necesarias entre profesionales, debido a la existencia de distintos retos en el diseño de material didáctico para alumnos de educación secundaria y que el diseño es un área que puede trabajar con otras para favorecer la búsqueda de un impacto positivo en la sociedad.

Palabras clave: Diseño didáctico, Colaboración interdisciplinaria, Educación secundaria, Investigación-acción, Material educativo.

Abstract

The design of educational materials has been little explored by design and education professionals; however, it is considered of great importance due to its impact on students. For this reason, a practical project was carried out at Escuela Secundaria Oficial 0075 "Las Ixtacalas" in collaboration with a Technology teacher. The objectives were to identify challenges related to educational materials, determine how interaction and collaboration between a design professional and a teacher can occur when jointly developing educational materials for secondary school students, and to inspire design and education professionals to work collaboratively. For this phase of the research, an action-research design with a qualitative approach was used, employing interviews and observations as data collection techniques. It was found that not all students benefit from the same type of material, that there is a lack of resources to access knowledge outside the classroom, and that limited availability of materials negatively affects students' work. Additionally, it was identified that the collaboration and interaction between designers and teachers broaden their perspectives and lead to better solutions. It was also possible to gain insight into students' work and their participation in the design of educational materials. It was concluded that these types of interactions are

necessary among professionals due to the various challenges present in the design of educational materials for secondary education students, and that design is an area that can work alongside others to foster a positive impact on society.

Keywords: *Didactic Design, Interdisciplinary Collaboration, Secondary Education, Action Research, Educational Material.*

Introducción

Algunas personas suelen pensar que un diseñador es alguien que labora de forma individual resolviendo proyectos de diseño desde el planteamiento de un cliente hasta la realización del producto; otras personas podrían pensar que hace lo mismo, pero dentro de una empresa donde resuelve los proyectos con varios profesionales creativos con distintas jerarquías. Ambos planteamientos pueden llegar a ser ciertos; sin embargo, algo que no debe perderse de vista es que un diseñador no se define únicamente por realizar estas labores, ya que puede ser un profesional que no solamente crea productos adecuados al contexto, sino que es capaz de crear un impacto positivo en la sociedad al realizar proyectos que mejoren la calidad de vida, teniendo como base una buena investigación.

La educación no es precisamente el área laboral predilecta de los diseñadores;no obstante, es una de las que requieren más atención e ignorarla sólo perpetuaría las deficiencias que se tienen por la falta de diseñadores comprometidos por participar activamente dentro de las diferentes modalidades de la educación. Si no se es un profesional del área de la educación, e incluso siéndolo, diseño instruccional es un término poco conocido. Se trata de un proceso que se sigue dentro de la educación para crear productos o soluciones que son funcionales para los alumnos; además, es un área en la que intervienen o pueden intervenir diversos profesionales.

La posibilidad de trabajar con otros es algo que, si bien distingue al diseño, pareciera ser una característica ignorada. Por una parte, no todos los profesionales son capaces de establecer relaciones humanas de calidad con la otredad, llegando a limitar las interacciones con las personas o grupos que se ven involucrados en su trabajo; por otro lado, esto no sólo tiene que ver con el diseñador, ya que esta incapacidad también puede venir desde las otras personas. No en todos los contextos existe la posibilidad de

trabajar de manera directa con todos los implicados. Con todo, es de suma importancia que el diseñador considere trabajar más frecuentemente en entornos colaborativos, pues esto permite que sus panoramas y los de la otredad se expandan a través de la comunicación, dando como resultado la posibilidad de diseñar algo que contemple los aportes de otras personas y áreas del conocimiento ajenas al diseño.

Existen autores como Pagano (2024) que ya han hablado acerca del rol del diseñador dentro del diseño instruccional en tipos educativos como la EaD, sin embargo, él señala la falta de una buena delimitación de lo que se debe hacer y hasta dónde debe intervenir un diseñador gráfico en el diseño instruccional.

Es importante mencionar que esta investigación tuvo como antecedente que la diseñadora autora de este artículo tuvo varios acercamientos con profesionales de la educación de distintos niveles, los cuales le expresaron que con sus respectivos grupos había diversas problemáticas en relación con los materiales didácticos, ya que no eran adecuados para el correcto aprendizaje de los alumnos por distintos motivos. Esto provocó que la autora considerara la posible existencia de diversos retos respecto al diseño e implementación de los materiales didácticos.

Se contempló que este tema también le atañe a la disciplina del diseño porque los materiales didácticos son productos de éste y, desde luego tienen un fuerte impacto en el ámbito educativo, por lo que es de suma importancia la detección de las problemáticas específicas por parte de distintos profesionales. Asimismo, para la correcta detección y solución es necesario contar con datos y/o recursos que provengan de otros involucrados, entre los cuales se destacan los alumnos, que son las personas destinatarias de este producto de diseño.

Entonces, se consideró necesario realizar una práctica interdisciplinaria dentro de la Escuela Secundaria Oficial 0075 “Las Ixtacalas”, en conjunto con un docente de la materia de Tecnología. Los objetivos consistieron en detectar, para su posterior resolución, retos con relación a los materiales didácticos; identificar cómo se puede dar la interacción y relación entre un profesional del diseño y un docente al trabajar de manera colaborativa en el diseño de material didáctico para este tipo de alumnos y, por último, despertar en los profesionales del diseño y de la educación el interés por trabajar de manera colaborativa, principalmente en favor de mejorar el diseño de los materiales didácticos. Dichos planteamientos

se proyectaron teniendo en mente que estos productos de diseño pueden mermar o favorecer el desarrollo del aprendizaje de los alumnos.

Cabe mencionar que este artículo sólo presenta la primera fase de la investigación, a la cual se pretende darle seguimiento en artículos posteriores para mostrar de forma detallada cada etapa de la práctica.

Marco teórico
Educación

Educación es un término que puede tener distintos significados, para este artículo, se le considerará como la "disciplina [...] cuyo objeto de estudio lo constituye el acto universal de enseñar, la pedagogía, que en sí entraña una complejidad por la cual confluyen diversos saberes" (Mora, 2020, pp. 203-204).

La educación es una de las disciplinas más importantes en la sociedad, ya que es a través de ella que las personas pueden aprender toda clase de conocimientos de manera gradual y a un determinado ritmo según su contexto o circunstancia particular.

En este artículo se considera que, si bien no son las únicas personas que participan en la educación, las figuras de mayor relevancia para esta disciplina son el docente y el alumno. Ambos tienen una relación muy importante; en esencia, se encuentran de manera constante en un proceso de intercambio de información. En un caso, puede darse tras la emisión de mensajes cuyo fin es lograr que el alumno obtenga un aprendizaje y, en otro, cuando el docente identifica y utiliza la información brindada por el alumno en virtud de su aprendizaje.

Un dato de suma relevancia para que el docente lleve a cabo una práctica efectiva y que su vez los conocimientos impartidos sean de alto impacto en el desempeño académico del alumno es su estilo de aprendizaje, el cual es la forma que en la que más aprende el alumno, "pero que no es la única que posee" (De Lièvre, Temperman, Cambier, Decamps y Depover 2009, citados por García, 2013, p. 4). Existen distintos modelos de estilos de aprendizaje y uno de ellos es el VARK, el cual fue propuesto por Fleming (2006, citado por González, Alonso y Rangel, 2012); sostiene la existencia de cuatro estilos de aprendizaje: visual, auditivo, lectoescritura y el kinestésico (p. 98).

Alrededor del mundo existen diversas instituciones encargadas de la educación en cada país, en el caso de México, "la Secretaría de Educación Pública (SEP) es la dependencia del gobierno federal que se encarga de crear las condiciones que permitan asegurar el acceso de la población mexicana a una educación de calidad" (AEFCM, s.f., párr. 1).

Según la Secretaría de Educación Pública (2015), "el Sistema Educativo Nacional está compuesto por los tipos: Básico, Medio Superior y Superior, en las modalidades escolar, no escolarizada y mixta" (párr. 1). Más específicamente, se le conoce como educación básica al primer bloque educativo que todos los mexicanos tienen derecho de cursar, el cual está integrado por "la educación inicial, preescolar, primaria y secundaria" (Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, 1917, Artículo 3).

Por otro lado, la educación básica forma parte de los niveles educativos que competen a la Nueva Escuela Mexicana (NEM), la cual "es un proyecto educativo con enfoque crítico, humanista y comunitario para formar estudiantes con una visión integral" (Subsecretaría de Educación Media Superior, 2023, p. 5).

Según Hernández (2024), la NEM "se vincula con la comunidad" y se caracteriza por su "enfoque humanista", "valora a las y los docentes", ofrece un "nuevo enfoque pedagógico" y "trayectoria académica" (p. 7).

Por otra parte, Hernández (2024) menciona como elementos del Plan de Estudio:

- Integración curricular.
- Articula el trabajo interdisciplinario en la problematización de la realidad y la elaboración de proyectos en contra de la fragmentación.
- Autonomía del magisterio [...]
- La comunidad como núcleo integrador [...]
- Derecho humano a la educación. (p. 14)

Son parte de la NEM diversos agentes humanos, entre los cuales además de otros individuos u organizaciones externas a la escuela se encuentran "padre, madre, tutor, docente, directivo, autoridades educativas" (Subsecretaría de Educación Media Superior, 2023, p. 4).

En la educación básica, según Gorostiaga (s.f.), se obtienen los saberes necesarios para que todos actúen eficientemente en sociedad, preparándolos para que sean capaces de ser ciudadanos activos, sus siguientes niveles educativos y su subsecuente incorporación al campo laboral (p. 1).

El perfil de egreso de educación básica establecido por la NEM, señala que los egresados de este modelo educativo son alumnos que "se reconocen como ciudadanas y ciudadanos", "desarrollan una forma propia de pensar", "interactúan en procesos de diálogo con respeto y aprecio a la diversidad", "desarrollan el pensamiento crítico que les permita valorar los conocimientos y saberes de las ciencias y humanidades" (Hernández, 2024, pp. 37-38).

Educación secundaria

Como se mencionó anteriormente, la educación secundaria es el nivel de conclusión de la educación básica en México y, según Hernández (2024, p. 18), es la fase 6 de la estructura curricular por fases de la NEM. Ducoing (2020) se refiere a ella como "educación media básica", la cual tiene una extensión "de tres años" (p. 147), en la cual entran alumnos que al salir tienen un rango de edad entre los 14 y 15 años.

Ducoing (2020) menciona que se estudia en distintas modalidades, entre las cuales se encuentran las "secundarias generales, técnicas, telesecundarias y secundarias para trabajadores" (p. 147), aunque en las dos primeras se pretende que el adolescente se forme y desarrolle en distintos ámbitos, la diferencia entre ellas es que en las secundarias técnicas se tiene una "capacitación tecnológica" (p. 147) adicional.

Algo que destaca de la educación secundaria es que en este nivel se incrementa la necesidad de un acompañamiento adecuado para los estudiantes, debido a que aquí éstos experimentan distintas modificaciones en su vida, que van desde aquéllas con relación a su persona hasta las vinculadas con su modo de organizar sus actividades académicas. (Secretaría de Educación Pública, 2014, párr.2). En este acompañamiento participa el docente, quien además "guía el aprendizaje" (Hernández, 2024, p. 22) que será necesario para las siguientes etapas de vida de los alumnos, considerando que la conclusión de la educación secundaria condiciona la admisión a instituciones de "educación media superior" (Ducoing, 2018, p. 2).

Trabajo, inter, multi y transdisciplinario

Aunque Hernández (2024, p. 14) hace mención del trabajo interdisciplinario en la NEM, ésta no es la única forma de trabajo en la que pueden

colaborar dos o más disciplinas, ya que de igual manera se encuentran la multi y transdisciplinariedad, las cuales el docente puede explorar en conjunto con sus pares que impartan clases de otras asignaturas, con el fin de lograr que sus estudiantes tengan los conocimientos que les son necesarios en varias áreas de estudio. Otra manera en que puede explorar estos tipos de trabajo es en conjunto con profesionales de campos de estudio ajenos al área de educación.

Tabla 1

Multidisciplina, interdisciplina y transdisciplina

Característica	Multidisciplina	Interdisciplina	Transdisciplina
Descripción del tipo de trabajo	Las disciplinas colaboran, pero cada una por su parte, sin perder sus distintivos (Paoli, 2019, p.349)	Las disciplinas tienen una relación más profunda, porque se forma una conexión que está dotada de conocimiento que corresponde a los campos de estudio participantes (Paoli, 2019, p.351)	Busca que a través de la exploración de todas las disciplinas se pueda llegar a un saber que sea de ayuda para todos, considerando diversos "principios éticos" (Paoli, 2019, p.352-357)
Participantes	"Más de dos disciplinas" (Choi y Pak, 2006, citados por Henao, 2017, p. 185)	"Dos disciplinas" (Choi y Pak, 2006, citados por Henao, 2017, p.185).	"Los científicos de disciplinas pertinentes, así como las partes interesadas que no son científicos y los participantes no científicos" (Choi y Pak, 2006, citados por Henao, 2017, p.185)
Posicionamiento en relación con los límites	"No se cuestionan las fronteras disciplinarias". (Choi y Pak, 2006, citados por Henao, 2017, p. 185)	"Desaparición las fronteras disciplinarias". (Choi y Pak, 2006, citados por Henao, 2017, p. 185)	Aquí los profesionales de cada disciplina tienen el conocimiento de los límites que tiene la de cada uno, sin embargo, eso les permite vencer las ligaduras que provocan la "autocontención". (Paoli, 2019)

Diseño

En general, el diseño es una disciplina proyectual que se encuentra compuesta por múltiples tipos, los cuales pueden relacionarse entre sí e incluso con otras disciplinas, con el fin de obtener un producto de diseño que realice las funciones establecidas por el diseñador y cumpla los objetivos deseados en el entorno y/o los usuarios a los que está destinado.

Es importante señalar que el diseño no siempre se relaciona con la creación de un producto físico, Existen tipos de éste que se enfocan en obtener resultados intangibles, tal como puede ser el caso del diseño instruccional, el cual según el análisis de distintos conceptos realizado por Martínez (2009) "supone un proceso" (p.108) en el que se planea cómo enseñar de mejor manera a los estudiantes, siguiendo fases en las que se puede detectar y ubicar fallos, pero cuyo "éxito o fracaso" (p. 109) sólo se podrá visualizar hasta su conclusión.

Existen diversos modelos de diseño instruccional, entre los que se encuentran los mencionados en la siguiente tabla:

Tabla 2

Modelos de diseño instruccional ADDIE y ASSURE

Modelo	Pasos	Características
ADDIE	• Análisis [...] • Diseño [...] • Desarrollo [...] • Implementación [...] • Evaluación (Belloch, s.f., p. 11).	Según Belloch (s.f.), "es [...] interactivo" (p.10), está conformado por lo elemental de un diseño instruccional, cada paso es evaluado y lo arrojado puede implicar volver a cualquiera de los anteriores.
ASSURE	1. Analizar las características del estudiante [...] 2. Establecimiento de objetivos [...] 3. Selección de estrategias, tecnologías, medios y materiales [...] 4. Organizar el escenario de aprendizaje [...] 5. Participación de los estudiantes [...] 6. Evaluación (Belloch, s.f., p. 7).	Se realiza centrado en el alumno y promueve su "participación" (Belloch, s.f., p. 6).

El diseño y comunicación visual es un tipo de diseño que tiene relación con la educación y el diseño instruccional, sobre todo si se considera que parte de contemplar la mejor forma de transmitir los contenidos a los estudiantes implica considerar los sentidos, el lenguaje y los medios por los que se hará llegar esa información. Aquí, pueden intervenir tanto docentes y diseñadores como otros profesionales: el diseño de materiales didácticos.

Material didáctico

Según Manrique y Gallego (2013), "los materiales didácticos son herramientas usadas por los docentes en las aulas de clase, en favor de aprendizajes significativos". Sin embargo, este artículo coincide más con Mena (2005, citada por Calderone, 2015, p. 10) quien los consideró "el conjunto de informaciones, orientaciones, actividades y propuestas elaborado ad hoc para guiar al alumno en su proceso de aprendizaje, contenidos en un determinado soporte o en varios y que se ponen a disposición de los alumnos por diferentes vías".

Tras lo anterior, la función de un material didáctico es presentar de manera más digerible los contenidos de las diversas áreas del conocimiento a los estudiantes, haciendo adecuaciones a sus necesidades y estilos de aprendizaje. Por otro lado, se considera que parte de que los materiales didácticos se ajusten al usuario implica que los profesionales encargados de su diseño tomen en cuenta su accesibilidad en función de las personas que van a manipularlos. Accesibilidad no solamente se refiere a su posibilidad de obtener el recurso, sino a que también sea un material utilizable por las personas que tengan necesidades más específicas, entre las cuales se pueden encontrar personas con discapacidad.

Existen varios tipos de materiales didácticos, mismos que pueden ser clasificados de distintas maneras. Para efectos de este artículo, se propone la siguiente clasificación:

- Tangibles: Aquél que pueda ser manipulado por medio del tacto directo.
- Intangibles: Cuya manipulación se dé a través de sentidos diferentes al tacto o requiera de herramientas digitales para poder manipularlo.

Calderone (2015) menciona en su tesis que existe una distinción entre material educativo y material didáctico; el didáctico es un material que desde su creación fue concebido para servir de guía al aprendizaje, mientras que el material educativo no fue planteado con esos fines desde sus inicios, pero aún así puede ser utilizado como apoyo.

Por otro lado, y como parte de hacer más clara la diferencia con un material didáctico, la autora de este artículo considera que los materiales o recursos educativos podrían ser clasificados de la siguiente manera:

- Herramientas de trabajo físicas o virtuales: Objetos que pueden ser de utilidad para realizar las actividades en los entornos educativos, por ejemplo, lápices, procesadores de texto, cuadernos, dispositivos móviles, etc.
- Espacios físicos o virtuales: Lugares en los que el alumno puede desarrollar su aprendizaje, como las redes sociales, teatros, centros religiosos, etc.
- Elementos contenedores de información físicos o virtuales: Recursos individuales cuyo contenido pueda ser favorable para el aprendizaje del alumno, por ejemplo, un video músical, un *reel* de Instagram, un anuncio publicitario, una publicación en redes sociales, etc.

Volviendo a los materiales didácticos, Frascara (2000) hace mención de que son recursos cuyo diseño implica y es muestra de la "responsabilidad social" que tiene el diseño como disciplina y deberían de tener los diseñadores,profesionales que en esta orientación son escasos.

El diseñador y su práctica

En este artículo, se considera al diseñador como lo concibe Frascara (2006):

> Coordina investigación, concepción y realización, haciendo uso de información o de especialistas de acuerdo con los requerimientos de los diferentes proyectos. Dado que el trabajo de diseñador incluye la relación con otros especialistas, se requiere tener habilidad para trabajar en grupos interdisciplinarios y establecer buenas relaciones interpersonales. (p. 25)

La serie de procesos particulares que coordina el diseñador, según Frascara (2006), coinciden con pasos que se siguen dentro de las metodologías de diseño, de las cuales diversos autores han creado sus modelos propios, pero que de manera general constan de una fase inicial, donde el diseñador problematiza o se le hace llegar una necesidad solventar. En esta primera etapa, el diseñador debe prestar mucha atención, ya que es también aquí donde se presentan por primera vez los componentes esenciales para poder empezar a diseñar, tales como el público, el soporte, el objetivo, etc. Tiempo después, pasa a una fase de documentación para contemplar los aspectos necesarios que solventen lo planteado con anterioridad y, posteriormente, entrar a una etapa creativa, en la cual, se exploran distintos modos de solución para seleccionar e implementar el diseño.

Una metodología del diseño que la autora de este artículo considera de gran relevancia es la de Víctor Papanek, quien según Vilchis (1998) "propone el desarrollo del complejo funcional [compuesto por] utilización [...], método [...], estética [...], asociación [...], telesis [...] y necesidad [...]" (pp. 95-96). Por otra parte, Vilchis (1998) hace mención de que Papanek también destacó que interactuar con otras disciplinas hace "que el estudiante de diseño desarrolle" (p. 97) distintas capacidades, además de que la propuesta de este autor "deriva de lo pedagógico e insiste en qué en los equipos interdisciplinarios [...] las especialidades afines permiten al diseñador ampliar los aspectos de la penetración innovadora creativa" (p. 98).

Un tipo de diseño relevante es el co-diseño, el cual Pelta (2022) define como aquél en el cual las personas que utilizan el producto o "partes interesadas" (p. 11) participan en el diseño de éste, junto con los "expertos [...] para encontrar las soluciones más adecuadas a sus necesidades y problemas" (p. 11). Éste "tiene raíces políticas, vinculadas a la mejora de la sociedad" (p. 11).

Por otra parte, uno de los trabajos que se considera que tiene una gran similitud con este artículo, debido al estudio de la práctica del diseñador dentro de un tipo de educación es el de Págano (2024). Él menciona que el diseño gráfico (mismo que la autora de este artículo considera afín al diseño y comunicación visual) ha actuado de diversas maneras dentro del ámbito educativo y que el diseño de material didáctico para la educación a distancia es un trabajo que se da en interdisciplinariedad. En su conclusión, refiere que se deben "problematizar los propios campos de acción del diseñador, a fin de tender a una especialización de sus aplicaciones, que supondrá, eventualmente, una mayor profesionalización en su campo" (p. 88).

Metodología

Para fines de esta fase, se utilizó un diseño de investigación de tipo investigación-acción, con enfoque cualitativo, mismo que permitió brindar datos de una manera más extensa para dar con información que será de ayuda en etapas posteriores.

En primer lugar, se seleccionó a un docente que estuviera interesado en participar en esta investigación, el cual, además, cumpliera con los siguientes criterios:

1. Imparte clases de educación secundaria.
2. Expresa la necesidad de un material didáctico para alguno de sus grupos.
3. Imparte clases en una institución del norte del Estado de México.

El docente seleccionado es de sexo masculino y labora en la Escuela Secundaria Oficial No. 0075 "Las Ixtacalas", una institución ubicada en el municipio de Tlalnepantla de Baz. Este docente en particular imparte clase en la materia de Tecnología. Para fines de esta etapa del proyecto, se pidió al docente seleccionar un solo grupo, el cual sería tomado como "grupo inicial de trabajo", haciendo énfasis en que éste sería el único trabajado en esta etapa, pero que posteriormente se evaluaría la posibilidad de trabajar con los demás.

Después de contactar y acordar los detalles con el docente, fue necesario hablar con las autoridades de la institución, debido a que para esta investigación se aplicaron distintas técnicas de recogida de datos cuya precisión implicaría tener distintas interacciones directas con el docente y los alumnos, así como hacer observaciones dentro de las instalaciones de la institución. En esta comunicación, se pidió un permiso para ingresar a las instalaciones bajo la supervisión del docente en cuestión, así como para utilizar con fines académicos datos de la institución, sobre las actividades y características del grupo inicial de trabajo;de forma similar, se entregó una carta de presentación en la cual se especificaron las actividades a realizar dentro de la escuela y el tiempo estimado de las actividades.

Después de la entrega y firma de los documentos anteriores, se procedió con las actividades correspondientes, las cuales consistieron en aplicar las diferentes técnicas de recogida de información:

Por un lado, se realizó una entrevista semiestructurada al docente, el cual en este caso también fungía el papel de experto en contenidos. En aquélla, las preguntas se dividieron en dos ejes:

1. Alumnos: Preguntas cuya finalidad era conocer a los alumnos mediante la perspectiva del docente en cuestión.
2. Experiencias con el material didáctico: Preguntas sobre su percepción referente a los materiales didácticos con los que cuentan en la actualidad.

Dentro de la institución, se llevaron a cabo dos tipos de observaciones:

1. Los materiales didácticos y educativos con los que se cuenta dentro del espacio donde toma clase el grupo seleccionado por el docente, recuperando datos con relación a su disponibilidad y condiciones mediante una lista de verificación.
2. La manipulación de los materiales por parte de los alumnos y el docente en el salón de clases.

Dentro de la institución, se realizaron entrevistas no estructuradas con los estudiantes del grupo inicial de trabajo, quienes de forma anónima pudieron expresar cómo trabajan con el material didáctico.

Se pretendió preguntar al docente, en su papel como experto, qué contenidos podrían desarrollarse dentro del material didáctico.

Posteriormente, se eligió como metodología del diseño implementar la propuesta de Victor Papanek para desarrollar las etapas posteriores.

Para esta etapa, el enfoque se centró en completar la primera parte de la metodología de diseño, en la cual se haría la investigación para posteriormente seguir con las demás etapas del diseño del material didáctico de manera conjunta con el docente.

Resultados

Después de obtener los permisos para realizar las actividades, por parte de las autoridades de la institución, se realizó la entrevista con el docente, quien eligió como grupo inicial de trabajo el de tercero “A” y con base en ello emitió las siguientes respuestas a las preguntas de la entrevista semiestructurada:

Alumnos: Preguntas cuya finalidad era conocer a los alumnos mediante la perspectiva del docente en cuestión

¿En qué rango de edad se encuentran los alumnos?
11 y 15 años

¿Tiene algún alumno o alumna con discapacidad de algún tipo? De ser así, ¿cuál?
No tienen discapacidad en el grupo seleccionado.

¿Qué herramientas de trabajo suelen llevar los alumnos para realizar las actividades?
USB, aro de luz, aplicaciones, equipo de cómputo, lápiz, pluma, marcadores, colores, plastilina, papel ilustración.

Experiencias con el material didáctico: Preguntas sobre su percepción referente a los materiales didácticos con los que cuenta en la actualidad

¿Con qué materiales didácticos ha trabajado con el grupo?
Tripié, aros de luz, han hecho dioramas y un filtro de agua

¿Actualmente tiene alguno disponible que me pueda mostrar?
Aplicaciones multimedia (en otro momento, el docente hizo mención de que se trabajaba con Stop Motion Studio)

Por otra parte, días después se pudo asistir al espacio para realizar las observaciones en el grupo seleccionado. Con relación a la primera, se obtuvo la siguiente mediante la lista de verificación:

Tabla 3
Lista de verificación

Material didáctico o educativo	Disponibilidad y condiciones
Proyector	Disponible
Espacios u objetos que permitan proyectar imágenes o videos	Disponible
Computadoras	Disponibles
Bocinas	Disponibles, son propiedad del profesor
Celulares (permiten el uso del celular en la clase)	Sólo por esta ocasión
Libros de texto	Sólo se utiliza la guía pedagógica
Acceso a internet	Disponibles
Televisión inteligente	No disponible, sólo se tiene una pantalla normal
Nube	No disponible
Plataformas digitales (Classroom, Moodle, etc.)	No disponible
Correos institucionales	No disponible
Plataformas institucionales	No disponible

Por otra parte, cuando se realizó la observación de la manipulación de los materiales didácticos y las entrevistas no estructuradas se visualizó que estaban trabajando en un proyecto, en el cual los alumnos realizaban un video stop motion por equipos, mismos que organizaban y hacían uso de distintos materiales según la etapa que estuvieran trabajando en el proyecto.

Con base en la observación y en las entrevistas no estructuradas, se puede decir que los equipos realizaban tres tipos de trabajo al momento de crear sus videos:

Trabajo teórico

En este tipo de trabajo los alumnos realizaban una investigación documental para saber de qué manera proceder; por ejemplo, se encontró que los alumnos investigan en las computadoras referentes visuales para desarrollar sus proyectos; información sobre la temática a desarrollar, información sobre la aplicación con la que trabajan, así como información sobre cómo realizar los movimientos de los elementos.

Trabajo práctico

En este tipo de trabajo, los alumnos realizaban todo aquello enfocado a la elaboración de los personajes y escenarios del video. En este tipo de trabajo fue donde más materiales fueron utilizados por todos los equipos. Todos los equipos tenían acceso a computadoras con internet, aunque no todos los alumnos las ocupaban a la vez. En la mayoría de los equipos señalaban que trabajaban con los siguientes materiales: papel, plastilina, palitos de madera, alambre, cartón, marcadores de color y pintura; de hecho, había un equipo en particular que trabajaba con algunas piezas de lego. Se advirtió que también trabajaban con: reglas, sacapuntas, pegamento, pistola de silicón y tijeras.

Trabajo organizacional

En este tipo de trabajo, los equipos se organizaban con el fin de que el proyecto se concluyera en tiempo y forma. Algunos referían el trabajar "por partes", haciendo alusión de que había personas trabajando en diferentes etapas del proyecto, ya que en ese momento en un mismo equipo podía encontrarse a unos alumnos trabajando en la parte teórica y a otros en la parte práctica o incluso en ambas a la vez.

Algo que vale la pena resaltar es que una buena parte de alumnos expresaron estar relajados y entretenidos con la actividad e incluso algunos llegaron a decir que la consideraban dinámica e interactiva. En uno de los equipos, dos alumnos mencionaron que les fue útil para conocerse y generar una amistad, aún cuando antes tenían una visión negativa del otro.

Sin embargo, es importante hacer énfasis en que mencionaron enfrentarse a distintas situaciones adversas en este proyecto, como la falta de creatividad, rigidez, dificultad para tomar decisiones, diferencia entre el grado de habilidades manuales entre unos y otros, estrés y agobio por éste u otros proyectos durante la actividad, incomodidad con la actividad y la baja posibilidad para diversificar su trabajo debido a la poca disponibilidad de piezas.

Discusión

Tras realizar la primera visita a la institución con fines de esta investigación, fue notoria la relevancia que tiene poder expresar de manera clara las intenciones con las cuales se busca ingresar. En este tipo de instituciones, si bien son públicas, las autoridades se toman muy enserio las medidas de seguridad para dejar ingresar a personas externas; estos lugares buscan que siempre sea un espacio seguro para todos.

De igual forma, este tipo de expresión fue de mucha utilidad debido a que tanto las autoridades de la institución como el docente con el que se trabajó pudieron hacer aportespotencialmente relevantes para las siguientes etapas del proyecto. Además, se llevó a cabo una conversación que permitió que todas las partes pudieran visualizar la relevancia de que se realizara una investigación más a fondo acerca de los materiales didácticos.

Lo anterior tiene relación con lo mencionado por Frascara (2006) acerca de la importancia de las "buenas relaciones" (p. 25) de los diseñadores, en conjunto con lo que menciona Vilchis (1998), esto es, que Papanek consideraba que este tipo de trabajos con otras disciplinas abren el panorama de los diseñadores. Sin embargo, con ello también es notable que no solamente se abre el panorama para los profesionales del diseño, también se abre para los de la educación y ambas visiones sobre el diseño de materiales didácticos permiten compartir puntos clave para resolver de una manera más efectiva sus problemáticas.

De la entrevista al docente, se rescató que el grupo al que irá dirigida la propuesta de material didáctico tras esta investigación coincide con el tipo de alumnos que hay en nivel secundaria, según Ducoing (2020).

Una de las hipótesis que tenía la autora del artículo antes de realizar la primera intervención era queel grupo de trabajo inicial se encontraría trabajando con un material didáctico estandarizado; no obstante, esto no fue así, ya que el grupo se encontraba trabajando en un proyecto por equipos. Esto último coincide con el primer elemento del Plan de Estudio de la NEM mencionado por Hernández (2024).

> En un inicio, después de realizar la entrevista al docente se consideró que más que con materiales didácticos, se trabajaba con materiales educativos y de manera más específica con aquéllos a los que en este artículo se les clasificó como herramientas de trabajo. Ahora

bien, cuando se realizaron las observaciones y las entrevistas a los alumnos fue evidente que en la práctica puede llegar a ser bastante difícil observar la distinción entre material didáctico y uno educativo. Calderone (2015), argumenta que se diferencian por lo siguiente: Las herramientas de trabajo físicas o virtuales (vistas por la autora de este artículo como material educativo) pueden servir para crear otros materiales que ya tengan como fin obtener un aprendizaje, dando como resultado un material didáctico.

Al interactuar con el docente, se observó que algunos de los proyectos (objetos) realizados por los alumnos fueron considerados material didáctico. Esto último debido a que el docente desde un inicio los contempló en el proceso de aprendizaje.Por otra parte, durante la intervención, se observó que los alu, ya que no sólo son usuarios, sino que son en parte creadores de los materiales didácticos. Este hecho es de mayor relevancia, porque permite a los alumnos visualizarse como parte del diseño de su material didáctico, y sin saberlo propiamente están llevando en sus equipos una metodología del diseño, la cual contempla diferentes fases para llegar a la solución final, que en este caso es su video *stop motion*. Esta participación de los alumnos en la creación de sus propios materiales hace que se pueda ver el diseño de materiales didácticos como co-diseño, según lo establecido por Pelta (2022).

El papel del docente es de gran relevancia, ya que, como lo menciona Hernández (2024), "guía el aprendizaje" (p. 22); es quien se encuentra dando las indicaciones del proyecto y analizando de manera previa el contexto. Por otra parte, se comprende que el docente se encuentra supervisando el trabajo de los alumnos, dándoles la libertad necesaria para que lleven a cabo sus procesos creativos de manera adecuada.

La figura del diseñador o diseñadora, al realizar esta primera intervención, cobra una mayor relevancia porque permite tener una visión más objetiva sobre el trabajo realizado en el aula. Observar y hacer preguntas con relación a la actividad permite conocer aspectos que en ciertas circunstancias pueden llegar a pasar desapercibidos para el docente. De igual manera, una consideración que hay que tener presente es que en las instituciones públicas puedehaber una menor posibilidad de adquirir cierto tipo de recursos, por lo que es importante que el diseñador en primera instancia conozca su contexto y el tipo de materiales que hay disponibles. En este caso, a través de la lista de verificación se pudo notar que, si bien había

disponibilidad de algunos materiales, era significativa la carencia de otros que pueden servir para que los alumnos accedan a los contenidos aun sin estar en el aula.

La relación y prácticas entre el docente y la diseñadora al momento de llevar a cabo un trabajo colaborativo de esta índole podría ser considerado, en primera instancia, como interdisciplinario, según Choi y Pak (2006, citados por Henao, 2017), lo cual fue la hipótesis de la autora del artículo; en cambio, al momento de realizar el trabajo en la institución se estableció que este tipo de trabajo es multi e interdisciplinario debido a la amplitud de personas implicadas en él.

No sólo participan los expertos en la educación o el diseño, sino que hay otras personas que intervienen de forma más o menos directa en él. Esto último se sustenta tambiénen lo mencionado por la Subsecretaría de Educación Media Superior (2023), acerca de que hay una gran diversidad de personas involucradas en la NEM. Lo cual permite que se valore si el diseño de un material didáctico es pertinente para alumnos de educación básica; no es un tema que sólo concierne a diseñadores o docentes, sino que deberíaser de gran relevancia para distintos individuos y organizaciones que componen a la sociedad.

El diseño como disciplina es de gran importancia para la creación de un material didáctico no solamente si sepiensa como diseño y comunicación visual, puesto que una de las implicaciones es que se reconozca también la importancia del diseño instruccional en este proceso. Esto es mencionado pensando en que la intervención en la institución fue enriquecedora. Los aspectos que hubieran ayudado a ampliar el panoramason conocer la planeación y estrategias didácticas del docente ylegar hasta el proceso de evaluación final, así se hubiese brindado una mayor información acerca de la calidad del aprendizaje de los alumnos del grupo inicial de trabajo con el tipo de materiales que se encontraban manipulando para su proyecto.

Algo que no se pudo lograr en este proceso, por falta de tiempo, fue preguntar al docente qué contenido podría desarrollarse dentro del material didáctico que se hará posteriormente. En cualquier caso, es notorio que para la siguiente etapa será relevante acordar con antelación un tema con el docente, sobre todo por si esta parte del trabajo requiere agendar parte del tiempo ajeno a la clase del docente.

El diseño de materiales didácticos es una actividad que refleja la “responsabilidad social”, mencionada por Frascara (2000), ya no sólo por el

valor que tiene el lograr que los alumnos obtengan los aprendizajes esperados, sino porque éstos pueden serles de mucha utilidad para hacer conciencia sobre temas importantes para este momento de sus vidas.

En el caso del grupo inicial, era notable cómo mediante la elaboración de sus proyectos en cada equipo iban obteniendo aprendizajes de temas cruciales, como aquéllos relacionados con salvaguardar su integridad (la prevención de la violencia y la prevención del consumo de drogas) y los relacionados con generar un sentido de pertenencia e identidad (temáticas relacionadas con el Día de Muertos o similares).

Los retos a los que se enfrentan los implicados en el diseño del material didáctico son diversos, pero los que destacan en esta intervención son:

1. Que no a todos los alumnos les es funcional un mismo tipo de material, ya que puede ser que algunos posean un menor gusto, habilidad o capacidad para manipular cierto recurso.
2. Que los alumnos carecen de materiales que les permitan acceder al conocimiento fuera del aula, lo cual disminuye drásticamente que puedan hacer uso de la información obtenida con su trabajo en la clase. EXCLUSIÓN
3. La poca disponibilidad de recursos, misma que puede llegar a provocar que los alumnos no exploren de manera óptima su capacidad creativa.

Todo lo anterior permite comprender que en realidad la relación entre el diseño y la educación, al menos para diseñar material didáctico dirigido a escuelas públicas de educación secundaria, es de alta complejidad. Tiene repercusiones no solamente en estas disciplinas, sino también en diferentes sectores de la sociedad que pueden ir desde los alumnos hasta las autoridades gubernamentales a cargo de proveer los recursos y materiales didácticos a la población.

Conclusiones

En este artículo, se mostró que es necesario que los diseñadores se involucren más con el área de la educación, dado que hoy en día presenta distintos retos que en ocasiones pueden llegar a pasar desapercibidos por la poca intervención que hay por parte de los profesionales en esta área.

Por otra parte, una aportación de la autora es que, en el diseño de materiales didácticos para alumnos de escuelas públicas de educación se-

cundaria, es necesario hacer un trabajo de reconocimiento que permita comprender la realidad de los alumnos, sobre todo dentro del aula. Es imperativo conocer de qué manera puede el docente ayudar a los alumnos a llevarse el aprendizaje que necesitan; en concreto, teniendo conciencia de que los alumnos de este nivel tienen particularidades que hacen que lo adquirido en este momento de sus vidas sea de gran relevancia.

De igual manera, este artículo muestra cómo en la actualidad el diseño de materiales didácticos no es sólo una tarea propia de diseñadores o docentes, ya que actualmente por la manera en la que los alumnos de secundaria pública intervienen en su creación incluso puede considerarse un tipo de co-diseño.

El diseño de material didáctico presenta retos que implican un mayor trabajo por parte de la educación y el diseño. Este tema puede ser de relevancia no sólo en el nivel y sector estudiado, sino que pueden explorarse otras líneas de investigación en las cuales se trabaje con alumnos de otros niveles y sectores.

Como se pudo ver, el diseño tiene implicaciones con la educación; además de que no es una disciplina aislada, puede trabajar de una manera muy íntima con otras, por lo que llega a tener trabajos multi e interdisciplinarios, en los cuales más que relacionarse con otras áreas del conocimiento, busca generar un bien a la sociedad. En este caso, eso se aprecia al momento de trabajar en favor de los alumnos y de pretender que posean materiales que les sean de utilidad para obtener el aprendizaje que necesitan, un hecho que les permite mejorar su calidad de vida.

REFERENCIAS

Autoridad Educativa Federal en la Ciudad de México. (s.f.). ¿Qué es la Autoridad Educativa Federal en la Ciudad de México? Gobierno de México. https://www.aefcm.gob.mx/estructura-aefcm/aefcm/que_es.html

Belloch, C. (s.f.). Diseño Instruccional. https://www.uv.es/bellochc/pedagogia/EVA4.pdf

Calderone, M. (2015). Materiales didácticos: Una metodología para su producción en la era de las TIC [Tesis de Magister en Diseño orientado a la Estrategia y Gestión de la Innovación, Universidad Nacional del Noroeste de la Provincia de Buenos Aires]. http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/119814

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. [Const]. Art. 3. 5 de febrero de 1917 (México).

Ducoing, L. P. (2020). Sistemas Educativos Latinoamericanos. Universidad Nacional Autónoma de México. Facultad de Filosofía y Letras. http://ru.atheneadigital.filos.unam.mx/jspui/bitstream/FFYL_UNAM/3065/1/Sistemas%20educativos%20latinoamericanosEIPE.pdf

Ducoing, P. (2018) La educación secundaria mexicana: Entre la búsqueda del acceso equitativo y el rezago. Revista Educación, 42(2), 1-19. https://doi.org/10.15517/revedu.v42i2.27665

Frascara, J. (2000). Diseño gráfico para la gente. Ediciones Infinito. http://www.fadu.edu.uy/seminario-producto/files/2012/09/Diseno_grafico_para_la_-gente_frascara.pdf

Frascara, J. (2006). El diseño de comunicación. Ediciones Infinito. https://comunicacionunal.wordpress.com/wp-content/uploads/2010/09/frascara-jorge-el-diseno-de-comunicacion.pdf

García, J. A. REFLEXIONES SOBRE LOS ESTILOS DE APRENDIZAJE Y EL APRENDIZAJE DEL CÁLCULO PARA INGENIERÍA. Revista Electrónica "Actualidades Investigativas en Educación", 13(1), 1-28.https://www.scielo.sa.cr/pdf/aie/v13n1/a14v13n1.pdf

González, B., Alonso, C. y Rangel, R. (2012). El modelo VARK y el diseño de cursos en línea. Revista Mexicana de Bachillerato a Distancia, (8), 96-103. https://revistas.unam.mx/index.php/rmbd/article/download/44282/40032/115846

Gorostiaga, J. (s.f.). Educación básica. https://siteal.iiep.unesco.org/eje/pdf/1206

Henao, C. F., García, D. A., Aguirre, E. D., González, A., Bracho, R., Solorzano, J. G., y Arboleda, A. P. (2017). Multidisciplinariedad, interdisciplinariedad y transdisciplinariedad en la formación para la investigación en ingeniería. Revista Lasallista de investigación, 14(1), 179-197. https://doi.org/10.22507/rli.v14n1a16

Hernández, M. V. (2024). LA NUEVA ESCUELA MEXICANA Y SU IMPACTO EN LA SOCIEDAD. Secretaría de Educación Pública; Gobierno de México. https://educacionbasica.sep.gob.mx/wp-content/uploads/2024/05/La-NEM-y-su-impacto-en-la-sociedad.pdf

Manrique, A. M. y Gallego, A. M. (2013). EL MATERIAL DIDÁCTICO PARA LA CONSTRUCCIÓN DE APRENDIZAJES SIGNIFICATIVOS. Revista Colombiana de Ciencias Sociales, 4(1), 101-108. http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=497856284008

Martínez, A. C. (2009). El diseño instruccional en la educación a distancia. Un acercamiento a los Modelos. Apertura, 9(10), 104-119. https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=68812679010

Mora, M.L. (2020). Educación como disciplina y como objeto de estudio: aportes para un debate. Desde el Sur, 12(1), 201-211. http://www.scielo.org.pe/pdf/des/v12n1/2415-0959-des-12-01-201.pdf

Págano, M. E. (2024). El rol del diseñador gráfico en el proceso de diseño E-learning. Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación, (221), 75-93. https://doi.org/10.18682/cdc.vi221.11165

Paoli, F. J. (2019). MULTI, INTER Y TRANSDISCIPLINARIEDAD. PROBLEMA. ANUARIO DE FILOSOFÍA Y TEORÍA DEL DERECHO, (13), 347-357. http://dx.doi.org/10.22201/iij.24487937e.2019.13

Pelta, R. (2022). El diseño participativo en los orígenes del co-diseño. Revista De l'Arxiu Valencià Del Disseny, (1), 11–36. https://doi.org/10.7203/arxiu.1.25333

Secretaría de Educación Pública (19 de marzo de 2015). Conoce el Sistema Educativo Nacional. https://www.gob.mx/sep/es/articulos/conoce-el-sistema-educativo-nacional?idiom=es

Secretaría de Educación Pública. (13 de octubre de 2014). Secundaria. Programas de estudio. Gobierno de México. https://www.gob.mx/sep/acciones-y-programas/secundaria-programas-de-estudio

Subsecretaría de Educación Media Superior. (2023). La Nueva Escuela Mexicana (NEM): orientaciones para padres y comunidad en general. https://educacionmediasuperior.sep.gob.mx/work/models/sems/Resource/13634/1/images/La%20Nueva%20Escuela%20Mexicana_orientaciones%20para%20padres%20y%20comunidad%20en%20general_(Documento).pdf

Vilchis, L. C. (1998). Metodología del diseño: fundamentos teóricos. Centro Juan Acha, Investigación Sociológica en Arte Latinoamericano.

Atribución-No Comercial-Sin Derivadas
Permite a otros solo descargar la obra y compartirla con otros siempre y cuando se otorgue el crédito del autor correspondiente y de la publicación; no se permite cambiarlo de forma alguna ni usarlo comercialmente.

El papel del diseño y la comunicación visual en la producción de obras de gran formato

The Role of Design and Visual Communication in the Production of Large-Format Works

La importancia del diseño y la comunicación visual en la producción de obras de gran formato y la implementación de la InvestiCreación como modelo metodológico. Caso: propuesta de mural del proyecto PAPIIT "Identificación, valoración, documentación y difusión del Patrimonio artístico y arquitectónico hospitalario del México Contemporáneo 2010-2020"

Caín Damián Navarrete Villalba*

Resumen

El presente artículo contempla explorar las relaciones existentes entre el arte y el diseño a partir de la elaboración de una obra de gran formato, recopilando información documental sobre diseño, discusiones entre arte y diseño y obras de gran formato. Para la elaboración de la obra de gran formato, se empleó la metodología de InvestiCreación, que contempla una investigación previa para el desarrollo de las obras plásticas, al igual que una explicitación de elementos que la componen. Por medio de esta obra plástica, se concluye que la relación existente entre obras de gran forma-

Egresado de la Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual de laFacultad de Estudios Superiores Cuautitlán, Universidad Nacional Autónoma de México. Mail: caind.navarrete@gmail.com

Fecha de recepción: enero, 2025
Fecha de aceptación: marzo, 2025
Versión final: marzo, 2025
Fecha de publicación: abril, 2025

to es difusa e incluso se habla de una relación indisoluble, ya que ambas disciplinas contemplan un manejo simbólico y estético de los productos y clientes o sociedades a satisfacer.

Palabras clave: Diseño, arte y diseño, obra en gran formato, muralismo, InvestiCreación.

Abstract

This article aims to explore the relationships between art and design, based on the elaboration of a large-format work, compiling documentary information on design, discussions between art and design and large-format work. For the elaboration of the large-format work, the InvestiCreación methodology was used, which contemplates previous research for the development of the plastic works as well as an explication of the elements that compose it. Through this plastic work, it is concluded that the relationship between large-format works is diffuse and even speaks of an indissoluble relationship since both disciplines contemplate a symbolic and aesthetic handling of the products and customers or societies to be satisfied.

Keywords: *Design, art, big format work, art big format, muralism, creation, reserch.*

El papel del diseño y la comunicación visual en la producción de obras de gran formato

El diseño ha sido una disciplina difícil de definir y delimitar; al igual que su campo de acción, se ha diversificado conforme el avance tecnológico y las necesidades particulares de cada sociedad. Actualmente, el diseño mismo y sus perspectivas han cambiado, ya no sólo es parte de la industria, ha ampliado sus horizontes, se puede decir que tiene un enfoque que considera al usuario en lugar de a la industria. Dicha percepción del diseño ha provocado que esté presente en áreas como la publicidad, el *marketing* y el diseño de información.

En este punto, cabe destacar también la intrincada relación que han tenido el arte y el diseño. Sobre ambas disciplinas se han generado discusiones entre sus similitudes y diferencias, también sobre los límites del diseño (su distanciamiento o acercamiento), que dependen de cómo las sociedades y los productores de ambos objetos se vinculan con el entorno. La discrepancia latente podría ir encaminada en los procesos metodológicos que existen en ambas disciplinas y cómo se ejecutan para dar seguimiento a la producción de objetos, los cuales gozan de tal ambigüedad que no se pueden catalogar como obras de arte o productos de diseño.

En la producción artística, las obras de gran formato han estado presentes a lo largo de toda la historia del arte. En México, una corriente que explora este tipo de obras es el muralismo, protagonista en la primera y segunda década del siglo XX. Se fue institucionalizando de tal manera que se conceptualiza como un muralismo académico porque formó parte de las instituciones gubernamentales que instauran un discurso de identidad nacional y además porque sentó las bases para hablar y teorizar en torno a este fenómeno de carácter, cultural, artístico y político. Este movimiento es uno de los antecedentes de la actual obra de gran formato en el país. A raíz de él se puede hablar de una variedad de obras con las que actualmente convive la sociedad; algunas de éstas son el arte urbano, el cual se puede entender como un fenómeno global y, más que artístico, social, en el cual se involucra la apropiación del espacio.

Las relaciones entre el arte y el diseño son bastas, debido a que son disciplinas con orígenes y con perfiles profesionales similares; a lo largo del desarrollo de ambas disciplinas, artistas y diseñadores han contribuido a ambas áreas del conocimiento. Esta investigación se concentrará en el abordaje de un proyecto de arte y diseño vinculado a partir de la obra de gran formato. El proyecto es de carácter colectivo; surgió en la carrera de Diseño y Comunicación Visual a partir del proyecto PAPIIT "Identificación, valoración, documentación y difusión del Patrimonio artístico y arquitectónico hospitalario del México Contemporáneo 2010-2020".

Dicho proyecto orilló a pensar a los participantes: ¿cuál es la relación que el diseño puede tener dentro de la producción de obras de gran formato como murales? Y ¿cómo se relaciona el arte con el diseño en este tipo de proyectos que normalmente son más propios del área de las artes plásticas? El presente artículo busca indagar la relación que existe entre el diseño y el arte, y cómo el diseño se puede vincular con la producción de

obras de gran formato; así mismo, la investigación busca aplicar el conocimiento en la producción de una obra de gran formato.

El presente pretende documentar el proceso que se llevó a cabo para la elaboración de una obra de gran formato, utilizando como metodología la InvestiCreación. Ello involucró la investigación alrededor del movimiento muralista, sus principales representantes, obras plásticas representativas dentro de los inmuebles hospitalarios y pintores de gran formato contemporáneos, como Leopoldo Flores y Rafael Cauduro.

El diseño, sus orígenes y desarrollo y su papel en la actualidad

El diseño ha existido quizá desde que el ser humano logró articular un lenguaje escrito y simbólico y se dio a la tarea de organizarse dentro de una sociedad, donde según Satué (1988), "cada etapa histórico-cultural logró articular su propia sistemática para informar, persuadir o convencer adecuadamente a sus propósitos" (p.10). De esta forma, las civilizaciones antiguas de manera rudimentaria llevaron a cabo el acto de diseñar. Sobre este diseño primitivo, Satué (1988) menciona como antecedente de la iconografía el rótulo Cuidado con el perro situado en la Villa del Poeta Trágico en Pompeya (p.17).

Toda intención comunicativa que se dio dentro de las culturas clásicas y antiguas es un buen antecedente dentro de la disciplina del diseño, mas no parte del desarrollo de ésta. Campi (2013) menciona que "una definición de diseño demasiado amplia, que incluye un sinfín de actividades puede llegar a ser inútil en tanto que artefacto descriptivo" (p.39). Por tanto, es más preciso hablar del diseño desde una perspectiva más actual, una que contemple el desarrollo de la vida contemporánea de la mano de una vida industrializada.

El diseño se puede definir, según Campi (2020), como "una actividad, la de proyectar, que es previa a la producción de las cosas y que en tiempos modernos se ha convertido en una disciplina" (p.11). Luego, gracias a la industrialización, esta disciplina se ha ido desarrollando, fomentando y consolidando. Cabe destacar que, en los inicios de esta primera etapa del diseño, se afianza un pensamiento modernista en torno a la disciplina y bajo este pensamiento, un paradigma en torno a cómo se debía desarrollar esta actividad.

Como menciona Rodríguez (2012), el paradigma del diseño moderno se rige por tres ámbitos: la razón, la moral y la forma. La forma es la concatenación del análisis previo de las necesidades de una sociedad que busca resolver de forma racional distintas problemáticas. Conforme al avance tecnológico y desarrollo que trajo este pensamiento al desarrollo de la disciplina, esta forma de pensar y concebir el diseño se terminó desgastando debido a una serie de factores donde la forma de hacer diseño no era suficiente para satisfacer a todos los públicos, dando lugar a un pensamiento posmodernista que intento dar solución a lo que el modernismo no tenía respuesta.

Bajo esta premisa, Rodríguez (2012) menciona una serie de discursos y tesis que hacen replantear la actividad del diseño, donde se deja de atender al diseño desde la forma y se valoran otras variantes que son relevantes de analizar, como la perspectiva del usuario, la dimensión sígnica de los objetos, su impacto y relevancia en el mundo social y el papel que juega dentro de la industria, buscando que el diseño tome un mayor impacto en la toma de decisiones empresariales. Esta serie de nuevas variantes para entender al diseño y dar soluciones más precisas a problemas más específicos ha derivado en los discursos del diseño que redefinen la forma en que se concibe al diseño. Algunos de éstos son el diseño emocional, diseño como signo, gestión del diseño o el diseño estratégico. De tal suerte, se puede decir que la definición y el hacer profesional del diseño se están replanteando.

La palabra diseño, como muchos especialistas han comentado, actualmente se ha popularizado y ha sido dotada de atributos que, si bien pueden relacionarse con la actividad misma del diseño, han desvirtuado lo que la profesión del diseño hace, o bien han llevado a pensar a las audiencias que cualquier cosa que implique una planificación somera y previa puede ser nombrada diseño.

Zimmermann (2002) hace un recorrido etimológico de las variantes que el lenguaje ha generado para nombrar lo que es diseño, del que concluye que el diseño está estrechamente ligado a la palabra 'designio', ésta sirve como camino proyectual para posibilitar la elaboración de un objeto para un uso determinado y reconocido por un usuario que lo entiende y lo puede usar. Dicha descripción de diseño se centra en la usabilidad racional de los objetos, esto resulta válido para el diseño de información o de objetos que buscan tener una única utilidad, pero en la actualidad los objetos

que se usan en la vida cotidiana tienen más usos. Recordando los discursos que hay sobre el diseño, los objetos tienen características emocionales y sígnicas que se deben explorar a la hora de pensar en el diseño.

El diseño es un mundo donde convergen distintas especialidades como el diseño gráfico, industrial, textil e incluso la arquitectura, es decir, estas disciplinas tienen en común los principios del diseño. Como menciona Campi (2020), tienen como actividad fundamental "la concepción y ejecución de un proyecto mediante una metodología específica, y [...] su habilidad más preciada es la capacidad para integrar variables que proceden de la cultura visual con otras variables procedentes de la ciencia y la tecnología". A grandes rasgos, ésa es la tarea de un diseñador, cumplir los designios de un proyecto sirviéndose de múltiples herramientas, y de igual forma, integrarse en proyectos multidisciplinarios donde tiene que estar al tanto de exigencias tanto técnicas como funcionales.

Dado que el diseño se ha planteado siempre desde la perspectiva industrial, se fue especializando y teorizando en torno a esa disciplina. No obstante, un momento previo a la industria se da el fenómeno de la producción artesanal, donde se empieza a perfilar una división de trabajo entre dibujante o confeccionador de la forma, rol desempeñado por artistas, productores de la forma, artesanos y comerciantes. A menudo el artesano se encargaba de estos tres procesos, pero con la alta demanda tomó sólo el papel de confeccionador de la forma. Esta división de trabajo se ampliaría con la llegada de la industria, donde los diseñadores ocuparían el lugar de los artistas artesanos (Campi, 2020).

Es importante considerar al artesano como un individuo con un gran dominio técnico y práctico que desarrolla una actividad manual como la carpintería, alfarería o cristalería, por lo que ofrece una producción de arte final, la cual implica que una sola persona sea tanto ejecutora como proyectista de un mismo encargo. Este sistema de trabajo puede ser también muy frecuente en algunos trabajos de diseño; así se vinculan los procesos artesanales con el diseño, ya que el diseñador también puede ser productor de piezas seriadas o únicas (Campi, 2020), las cuales incluso llegan a tener un precio muy elevado debido a su proceso de producción.

Se ha mencionado que un diseñador puede participar en la producción de piezas únicas, aspecto que se ha relacionado con la producción artística. Acerca de esto, Campi (2020) menciona una clara división entre estas dos disciplinas, donde, por un lado, "El arte produce obras para ser

contempladas y el diseño produce obras para ser habitadas, utilizadas, vestidas, leídas o manejadas en forma de información" (p. 21); el único puente que se tiende entre estas dos disciplinas es que actualmente tanto diseñadores como artistas emplean los mismos softwares para desempeñar sus actividades. Bajo esta primera indagatoria, se considera pertinente discutir de qué otras formas el arte se vincula con el diseño y si se puede obtener algo dentro de esta discusión.

Relación entre el arte y el diseño

Entre arte y diseño ha existido una constante búsqueda sobre las relaciones que estas disciplinas comparten. Para ello, se considera pertinente esbozar las definiciones etimológicas de la palabra arte, la cual se encuentra relacionada con el término griego *tekhné*, que hace referencia al trabajo manual y posteriormente a un trabajo especializado con un buen dominio de los procesos de cada actividad; con el tiempo, consideró el trabajo de índole intelectual. En ese sentido, el término latino ars refiere a la destreza y talento dentro de un oficio (García Olvera, 1996).

Con base en lo mencionado, se puede ver que el término *arte* se puede emplear en múltiples disciplinas, donde se busca exaltar el dominio de una técnica, sin limitarse a las expresiones plásticas. Hablando de obras de arte, que son las creaciones que reflejan una parte de la realidad de acuerdo con la mirada de un individuo, poseen un carácter subjetivo y susceptible de interpretar para un espectador (Dilon, 2014).

En la época posmoderna, el arte va a enfrentar una crisis que supone la muerte del arte o, mejor dicho, su liberación, dicha aseveración se sustenta en un fenómeno concreto: la estetización de la vida cotidiana. En este momento histórico, la estética se desprende del arte, se encuentra presente dentro de otros medios, además de los artísticos convencionales. Es en este punto donde el arte compite con otros medios que también despiertan en el espectador la experiencia estética (Calvera, 2003).

Al presentarse la estetización de la vida cotidiana, la estética se convierte en una estrategia económica, como menciona Calvera (2003), derivando en un análisis complejo de las manifestaciones culturales y los estilos de vida, donde la estética y el estilo se mimetizan; lo que da lugar a ciertas clasificaciones estéticas, como estilos o gustos particulares de cada sociedad. Aquí entra el diseño, ya que ha sido responsable en buena parte

de la estetización de la vida cotidiana, porque por medio de éste se han revestido o producido los objetos que han suscitado la experiencia estética que anteriormente sólo era relativa a las obras de arte.

Así pues, uno de los puntos en común entre el arte y el diseño es la estética. Esta dimensión en un inicio fue desechada por los teóricos del diseño, en los inicios del siglo XX, o siempre se encaminaba a discutir una estética de corte funcionalista, donde "menos es más" y la función correcta precede a la belleza (Calvera, 2003). Pero como ya se mencionó, tras la incorporación de la dimensión estética en los procesos económicos se hizo pertinente considerar a la estética dentro del diseño, más que una estética relacionada al arte, una estética propia del quehacer del diseñador, que aún se encuentra en constante construcción.

En el libro arte y diseño de Anna Calvera (2003), Munari plantea una de las disyuntivas entre arte y diseño: el tema de los públicos. Considera al público del arte como un grupo social muy particular de carácter elitista que corresponde a culturas particulares con ciertas dinámicas sociales, donde cada grupo tiene gustos concretos. Por otro lado, considera al público que atiende el diseñador y considera que este grupo tiene que ser un público más amplio y global, donde no pueden existir aspectos estilísticos.

Por su parte, Zimmerman (2003) tiene un planteamiento similar respecto a esta posible relación entre arte y diseño; indica que son disciplinas diferentes y hace hincapié en los métodos que emplean. Por un lado, "el artista, al producir su obra, no está ligado a ninguna exigencia de comunicabilidad" (p.67), opera desde el terreno de la no intensión y del alejamiento, porque busca hacer tangible lo espiritual, siendo el resultado una obra con una finalidad contemplativa. Por el otro lado, el diseño tiene una parte más comunicativa, donde su función es traducir ideas a formas, además debe cumplir una serie de especificaciones por un cliente concreto y el diseño se plantea para diluirse una vez que éste soluciona el problema; el objeto de diseño no se piensa como el fin, sino como un medio.

Ahora bien, Fontana (2003) también marca una distinción entre las prácticas de diseño y arte, pero plantea dos formas distintas de trabajar en el diseño: una, cuando el diseñador trabaja sobre un pedido específico y otra, cuando el diseñador busca darle un valor agregado al diseño. En esta última forma de trabajo, el diseñador tiene una amplia libertad creativa y se puede llegar a considerar el estilo característico que éste posee, ya que más que un encargo de diseño supone un encargo artístico con diferentes fines.

Si bien el arte y diseño en su mayoría son definidos como cosas distintas, Ricard (2003) plantea la función que el adorno tiene dentro del diseño, puesto que el adorno se ha planteado normalmente como algo propio de la expresión artística, muy alejado del diseño. Pero el adorno dota a los objetos de algo más que satisfacer las necesidades utilitarias, los vuelve signos, posibilitando la vinculación emocional de los objetos con el público, convirtiendo a los objetos en representaciones de estatus o incluso objetos con una carga ideológica.

Ante la presentación de diversas opiniones en torno a la relación entre el arte y el diseño, se considera pertinente apuntar que los límites dentro de estas disciplinas no son claros y se puede perfilar que no hay límites en la forma de pensar soluciones creativas dentro de las distintas problemáticas que enfrentan las disciplinas. Retomando el objeto de estudio de esta investigación, se puede considerar que esta producción de obras de gran formato puede competer tanto a artistas como a diseñadores.

La obra de gran formato

Dentro de las obras en gran formato con carácter pictórico hay dos posibilidades: una es la pintura mural y la otra es la pintura con distintos soportes de grandes dimensiones que no se encuentran sobre un muro. La primera tiende a considerar las condiciones arquitectónicas del espacio donde será exhibida o tendrá lugar la obra; la segunda no lo toma en consideración o no tiende a ser un aspecto tan considerable dentro de su elaboración.

La pintura de gran formato y la pintura mural han sido formas de arte muy presentes dentro de la civilización, encontrándolas desde las cuevas de los primeros pobladores pasando por las civilizaciones antiguas, llegando a la época del Renacimiento con su mayor exponente, la Capilla Sixtina. Con el pasar de los años cada periodo fue sumando a este tipo de expresiones plásticas; en palabras de García *et al.* (2006), “todas estas fórmulas han servido para un fin esencial: Ilustrar espacios interiores o exteriores cuya exhibición cumple siempre un fin, sea éste la simple ornamentación, la pedagogía o la instrucción religiosa”.

Dentro de este tipo de expresiones, se puede hablar de la pintura mural que constituyó un movimiento artístico en México llamado muralismo, movimiento con gran impacto internacional. Un ejemplo de la relevan-

cia del movimiento se encuentra en la inspiración que encontró Jackson Pollock en la obra de Siqueiros para sus pinturas de expresionismo abstracto, siendo estas obras de gran formato (García *et al.,* 2006).

Para hablar sobre la obra de gran formato del movimiento muralista, se puede partir de que este movimiento tenía el objetivo de "configurar un nuevo espacio público y estético, pues el mural transforma la concepción del espacio público mismo y la forma de socialización a través de ese espacio" (Jaimes, 2012, p. 24).

Este movimiento artístico nace a raíz del movimiento social y político que fue la Revolución mexicana; como se mencionó, tenía la finalidad de ser un arte público y en constante relación con el espacio, donde se expusieran problemáticas sociales usando como personajes principales a obreros e indígenas; individuos que normalmente habían sido marginados pasaron a tener un papel protagónico en estas obras (Jaimes, 2012). Los máximos exponentes del muralismo mexicano fueron Diego Rivera, David Alfaro Siqueiros y José Clemente Orozco.

A lo largo de este movimiento, la forma de concebirlo y de generar obra plástica fue cambiando, pero dentro de esta concepción siempre se mantuvo presente la relación entre el arte y la arquitectura, porque la elaboración de obra de gran formato de carácter mural genera un diálogo entre la obra y los espacios donde ésta habita. Impacta considerablemente en la percepción que tiene el usuario de la obra y del mismo espacio, discurso que se termina fusionando en uno mismo, donde se vuelve imposible desvincular el espacio arquitectónico de la obra mural (Eder y González Mello, 2022).

El movimiento muralista tendría una gran transformación al momento de intervenir los espacios de Ciudad Universitaria, los cuales son de carácter modernista y funcionalista. Dicha arquitectura los llevó a pensar nuevas formas de hacer obra, abriendo su dimensión cromática y formal, donde las figuras figurativas se fueron transformando en formas geométricas capaces de ser parte de los nuevos discursos del pensamiento modernista, el cual se empezó a hacer presente en las obras arquitectónicas, que a su vez pensaban el mural con un corte más abstracto; tal es el caso de la obra de Mario Pani, Centro Urbano presidente Juárez, que fue revestido con los murales de Carlos Mérida. Desde este punto, la obra muralista se fue transformando, impactando también en la obra escultórica, la cual empezó a contemplar el espacio que albergarían (Eder y González Mello, 2022).

Al pensamiento moderno y abstracto que entró dentro de las obras del movimiento muralista se le suma la falta de ideales revolucionarios que propiciaron en un inicio dicho movimiento; buscaba, como menciona Subirats (2018), "una sociedad auténticamente democrática y una nueva civilización que aunase la grandeza del pasado precolonial" (p. 149).

Como Subirats menciona, esta falta de ideales terminó con el movimiento muralista o, mejor dicho, con sus figuras representativas, aunque los muralistas tuvieron una estrecha relación con el sector político, contribuyeron en la promoción del Estado y a generar identidad del movimiento revolucionario y también la de una nación. Es crucial considerar dicha relación porque es inherente e incluso necesaria para la proliferación del movimiento, sin apoyo inicial del Estado quizá no se concebiría al movimiento como lo que es actualmente. Los ideales revolucionarios pudieron estar presentes dentro de la obra artística de sus creadores, pero los ideales del Estado fueron cambiando y la obra mural se terminó desvinculando del sector político que alguna vez buscó una sociedad más equitativa y les dio luz a los murales.

Es importante reconocer que el movimiento muralista "recreó un género artístico sin precedentes en el arte moderno europeo y norteamericano. Defendió un arte público dotado de un contenido explícitamente educador, que estaba inserto en el proceso de transformación democrática de una sociedad semifeudal y semicolonial" (Subirats, 2018, p. 150). De esta forma, no se puede negar lo que hizo este movimiento al mundo del arte. Es propicio mencionar a diversos autores contemporáneos de obra mural y de gran formato que fueron inspirados por este movimiento en cuanto discurso y técnica.

Leopoldo Flores fue uno de estos artistas contemporáneos mexicanos que experimentó e innovó en el rubro de la pintura de gran formato y mural. Flores (1994) consideraba que:

> Después de la extraordinaria creación de los grandes muralistas mexicanos que [...] vibraron con la Revolución, era imposible llegar a un arte semejante [...] las técnicas habían de evolucionar. Así, actualmente al recuperar el muralismo mexicano, se hace gracias a una visión totalmente nueva que da cabida a las [...] propuestas de nuestro tiempo. (p.23)

Por lo tanto, su obra se caracterizó por tener siempre un discurso crítico ante su sociedad. Tal es el caso de sus denominadas obras "mural-pancarta", las cuales eran telas pintadas expuestas en lugares públicos y en ocasiones pintadas con ayuda del público. Una de estas obras fue la que ideó para la Cámara de Diputados como protesta por los eventos del 68.

Del trabajo de Leopoldo Flores también destacan sus murales transportables, elaborados por distintos bloques que permiten su fácil transporte. De sus obras más significativas que emplean esta técnica de murales trasportables son la serie de murales que relatan el mito clásico de Minotauro y el mural de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, *Todo movimiento social es justicia.*

Otro de los artistas contemporáneos que incursionaron en la obra de carácter mural y de gran formato fue Rafael Cauduro, artista que principalmente tuvo una formación en diseño industrial, para después pasar de lleno a la pintura. Su obra se caracterizó principalmente por la exploración de diferentes materiales poco convencionales en el área artística, los cuales iban desde diferentes resinas hasta láminas de aluminio.

La obra de Rafael Cauduro en su mayoría suele ser de gran formato, pero entre sus obras hay cuatro obras proyectadas como obras murales. La primera es una obra mural de carácter colectivo expuesta en el pabellón México en Vancouver, Canadá 1986, titulada *Comunicaciones*. Dicha obra podía ser intervenida por el público, lo que generó controversia al convertirse en el vehículo de protesta por parte de los locales, propiciando que la obra fuera retirada y destruida. Por medio de esta obra se deja ver el carácter de protesta y de justicia social que Cauduro buscaba promover, el cual también está presente en su serie de trenes, donde retrata los viajes que inmigrantes efectúan para llegar a los Estados Unidos.

Siete crímenes mayores se puede considerar la obra más representativa de Cauduro, ésta se encuentra expuesta en el edificio de la Suprema Corte de Justicia de la Nación. En ella, como dice Híjar (2015), "desplaza [...] los fetichismos nacionalistas para plantear, en cambio, el problema fundamental de la justicia" (p.585). Entonces, la obra no muestra las clásicas figuras de los héroes de la Independencia ni de la Revolución, plantea la visualización de los problemas actuales de la sociedad mexicana de una forma cruda y exigiendo al poder judicial mejoras en el sistema de justicia. Este mural está dispuesto a lo largo de los tres niveles del inmueble y cuenta con una narrativa y consideraciones espaciales que juegan con las perspectivas del lugar y de la propia obra.

Como último punto a rescatar dentro de la pintura de gran formato y mural en México, se reconoce al arte urbano y al grafiti como expresiones que se han popularizado a lo largo del tiempo y el mundo; tan sólo en 2014 en la Ciudad de México se registraron 2894 áreas con presencia de arte urbano según la Secretaría de Seguridad Pública[1]. Ante este fenómeno, Subirats (2018) menciona que en este arte urbano se encuentran presentes los ideales reflexivos que en un inicio el muralismo postulaba y es en ellos donde aún ve la esperanza de este movimiento.

En 2013, en la Ciudad de México el Instituto de la Juventud de la Ciudad de México inició el programa Lienzo Capital, que tenía por objetivo la transformación urbana del espacio y a su vez dar voz a grafiteros, artistas y diseñadores a expresarse de forma legal elaborando obra mural. Dicho proyecto contempló la elaboración de 13 murales y la participación de 11 colaboradores. Este proyecto dejó un antecedente tanto en la obra mural como en la obra de arte urbano, debido a que visibilizó el trabajo del sector grafitero, donde su obra dejó de ser perseguida y comenzó a ser validada ante el público e instituciones públicas.

Tras haber hecho un recorrido de lo que son las obras de gran formato y la obra mural, se puede destacar que la pintura mural no sólo es un trabajo que le compete a los artistas plásticos, sino a todo individuo que llegue a relacionarse de forma expresiva y estética con el espacio urbano, así, dichas figuras pueden ser artistas, diseñadores, arquitectos y grafiteros.

Metodología

El presente texto emplea una metodología de carácter cualitativo que tiene como enfoque principal la InvestiCreación, metodología planteada por Pablo Parga (2018) para explicitar los procesos de investigación académica del arte que conducen a la creación artística, buscando hacer visible lo que normalmente hay en las obras artísticas. Dicho proceso tiene como fin último la elaboración de un testimonio que busca validar el trabajo de investigación que hay detrás de las obras artísticas. Parga resalta que esta metodología surge de la incompatibilidad que hay dentro de las artes y las ciencias para considerar los proyectos artísticos como investigaciones

1. Dato obtenido del libro *Lienzo Capital: programa de arte urbano de la Ciudad de México.*

de acuerdo con los criterios de las autoridades académicas y aquéllas que otorgan apoyos económicos.

Si bien dentro del desarrollo de este proyecto no se busca la elaboración concreta de un testimonio de InvestiCreación debido a que no es su objetivo principal, se pretende rescatar partes del proceso de la elaboración del testimonio que se consideran importantes para la presentación del resultado, ya que una de las bases de esta metodología es explicitar la obra artística.

En el caso de este trabajo, los investiCreadores fue un grupo de estudiantes de la carrera de Diseño y Comunicación Visual[2] que participaron en el servicio social del proyecto PAPIIT "Identificación, valoración, documentación y difusión del Patrimonio artístico y arquitectónico hospitalario del México Contemporáneo 2010-2020". Como grupo se nos fue encomendada[3] la tarea de generar una propuesta pictórica de gran formato, destinada a ser parte de espacios hospitalarios de los inmuebles estudiados por el proyecto PAPIIT. Esta propuesta buscaba contribuir a la obra pública hospitalaria del México contemporáneo y a los inmuebles construidos en la última década.

El equipo de trabajo decidió elaborar cuatro obras de gran formato, una colaborativa y las otras tres de carácter individual, pero con una narrativa en conjunto. Quien suscribe el presente desarrolló la obra de *La gestación*, que es parte del tríptico *El inicio del fin*. Dichas obras se ejecutaron en un periodo de 4 meses, donde se fueron desarrollando los puntos que suponen un proyecto de InvestiCreación.

Dentro de la etapa de creación-investigación del proyecto de InvestiCreación, el equipo se documentó sobre la obra de la plástica mural existente en los espacios hospitalarios, principalmente en el Hospital Centro Médico Siglo XXI, Centro Médico La Raza y Edificio central del IMSS.

En estos inmuebles se encontró obra de Diego Ribera, Alfaro Siqueiros, Luis Nishizawa, Francisco Zúñiga, Federico Cantú y Jorge González Camarena. De manera individual, se indagó e investigó sobre dos obras plásticas, para después generar un desglose de conceptos y simbolismos rescatados dentro de cada obra y conceptos que fueran constantes dentro de ellas.

---

2. Integrantes del grupo: Desireé Castro Vázquez, Claudia Inés Delgado Baeza, María Rocío Franco Alba, Rebeca Morales Martínez y Caín Damián Navarrete Villalba.
3. Voz narrativa del que suscribe el presente trabajo: Caín Damián Navarrete Villalba.

A partir de estos conceptos se fueron elaborando propuestas para la obra en gran formato y se buscó integrar en cada boceto varios de los conceptos rescatados que conformarían el análisis simbólico de las obras.

Para la elaboración del mural *La gestación*, se inició con una serie de bocetos que buscaban relacionar los conceptos de volcán de fuego, fuerza del pueblo y medicina actual y prehispánica. Fueron elaborados bajo diferentes esquemas compositivos que buscaban organizar de una forma estructurada los símbolos que se debían desarrollar; posteriormente se introdujeron los conceptos de maternidad y dualidad para desarrollar otro tipo de propuestas, mezclando los conceptos y símbolos se obtuvieron 5 primeros bocetos y posteriormente 4 bocetos finales.

Una parte del proceso de este proyecto era el trabajo colaborativo entre compañeros, así que se generó un proceso de experimentación, donde a modo de *collage* las obras del equipo se fueron reconfigurando para dar lugar a una obra de mayores dimensiones y con una narrativa en conjunto. De este proceso se llegó a unir las obras de *Yolitia, Muerte lenta* y *La gestación*, ya que se consideró que se podía generar un hilo conductual entre estas tres obras.

Otro de los pasos de exploración para la elaboración de la obra de gran formato fue la investigación de obra mural y de gran formato de artistas mexicanos contemporáneos, como Rafael Cauduro, Luis Nishizawa y Leopoldo Flores. De este último se visitó su obra y se buscó comprender su proceso creativo para incorporarlo en el desarrollo de la obra a desarrollar.

La obra se pintó en un soporte de MDF de 2.44 m x 1.22 m con pintura acrílica. Como primer paso, se dio una imprimatura con el color base de la obra, se trazaron con ayuda de un proyector las partes más importantes del boceto para poder iniciar el proceso de pintado, el cual duró 3 semanas.

Para concluir el proyecto, estas obras en gran formato se expusieron junto al trabajo en colaboración con la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM) Azcapotzalco, el cual consistía en renders de la obra hospitalaria del México contemporáneo que detallaban la geometría y volumetría de estos. Para llevar a cabo esta exposición, se hizo un levantamiento previo para conocer el espacio de exposición, el cual fue la biblioteca de la UAM Azcapotzalco; para esto, se prepararon láminas explicando el proceso creativo de cada uno de los integrantes del proyecto de la obra de gran formato y los renders de los hospitales seleccionados. Durante la presentación, se llevaron a cabo conferencias de los investigadores a cargo del

proyecto, explicando el desarrollo del proyecto y los hallazgos; de igual forma, por parte de los integrantes del servicio social, se presentó un documento audiovisual explicando el proceso creativo que tuvo el equipo de la obra de gran formato.

Resultados

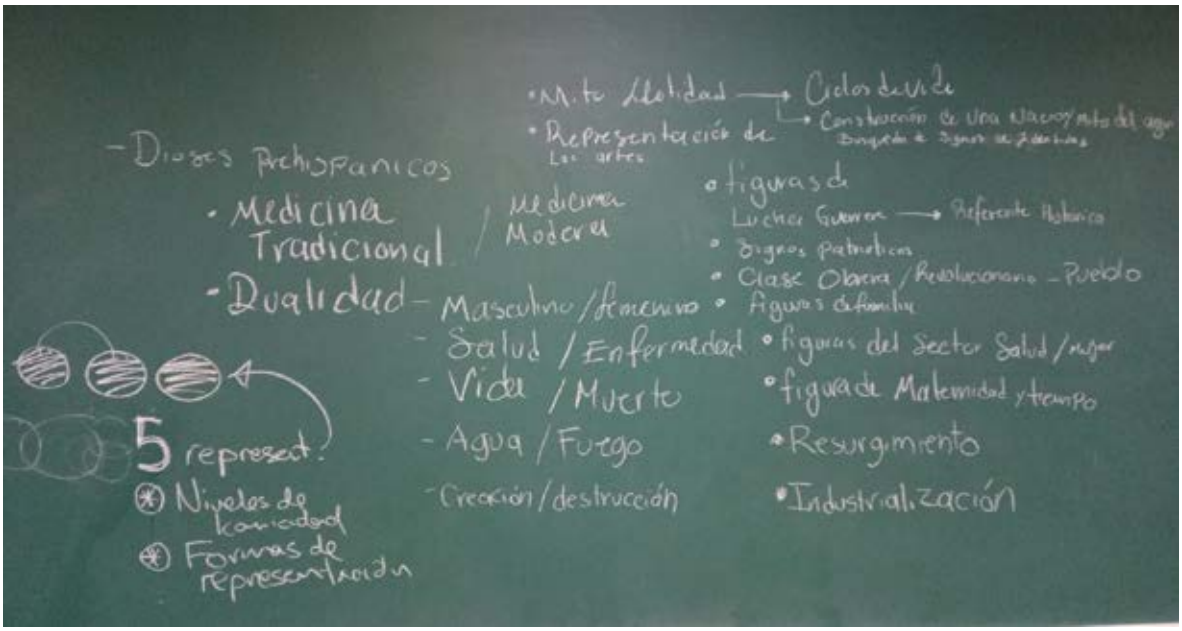
Como parte del proceso de InvestiCreación se estipula la elaboración de un testimonio escrito donde se redacta todo el desarrollo del proceso de la obra artística. Como ya se mencionó, se busca rescatar apartados del testimonio de la InvestiCreación, enunciar los resultados obtenidos durante la elaboración de este mural, los cuales van desde el trabajo de bocetaje y la obra misma, explicando las razones que llevaron a la concepción de la obra final.

Como primer punto, están los bocetos que se generaron en un inicio (Figura 1), los cuales buscaban tener un esquema compositivo que ayudara a distribuir los elementos necesarios. Para su elaboración se extrajeron los conceptos analizados de las obras plásticas de los murales de centros hospitalarios (Figura 2) y se buscó integrarlos entre sí. Los conceptos que se desarrollaron fueron volcán de fuego, fuerza del pueblo, medicina moderna y prehispánica, dualidad y maternidad. Estos primeros bocetos fueron elaborados en papel para posteriormente digitalizarlos y tener versiones más definidas.

Figura 1
Primeros bocetos de la obra de gran formato

Fuente: elaboración propia.

Figura 2
Análisis grupal de los elementos simbólicos de las obras murales



Fuente: trabajo colaborativo, grupo de investigación PAPIIT "Identificación, Valoración, Documentación y Difusión de obra artística y arquitectónica pública hospitalaria del México Contemporáneo 2020-2020".

En cada boceto, como parte de la explicación conceptual, se enuncian los elementos simbólicos que se buscan reflejar en a las obras (Figura 3). Si bien estos bocetos son parte de la fase inicial del proyecto, reflejan de buena forma cómo se buscaba integrar los conceptos. Para la siguiente fase, se propone armar una obra en conjunto con las obras de todos los integrantes, logrando el resultado de experimentación que posteriormente se trasladaría a las obras de gran formato. Las obras son un conjunto, pero fueron pensadas para tener también una lectura individual.

Como conjunto, la obra titulada *El inicio del fin* (Figura 5) busca ser un tríptico que representa la fuerza creadora en el centro y en los laterales sus dos posibilidades, creación y muerte, acompañados de los elementos fuego y agua que buscan ejemplificar la lucha de contrarios, que a su vez propician la vida. Tal alegoría y juego simbólico entre elementos es rescatada de la obra de Luis Nishizawa, *El aire es vida*, donde por medio de los dioses Ehécatl y Tláloc se representan los elementos aire y agua, que en su unión contribuyen al origen de la vida.

Particularmente, la obra de *La gestación* (Figura 6) busca reflejar los conceptos de la maternidad y el volcán de fuego. Se usa el simbolismo del volcán, como el receptáculo de la vida, como vientre materno y también como símbolo identitario de los mexicanos, debido a que, como nación, el volcán ha estado muy presente a lo largo de nuestra identidad nacional tanto de forma plástica como popular; tal es el caso de la leyenda de la mujer dormida, historia que se remonta años atrás de la conquista y que tras este acontecimiento tuvo diversas modificaciones según la perspectiva cultural de cada periodo histórico.

Figura 3
Bocetos preliminares con explicación simbólica

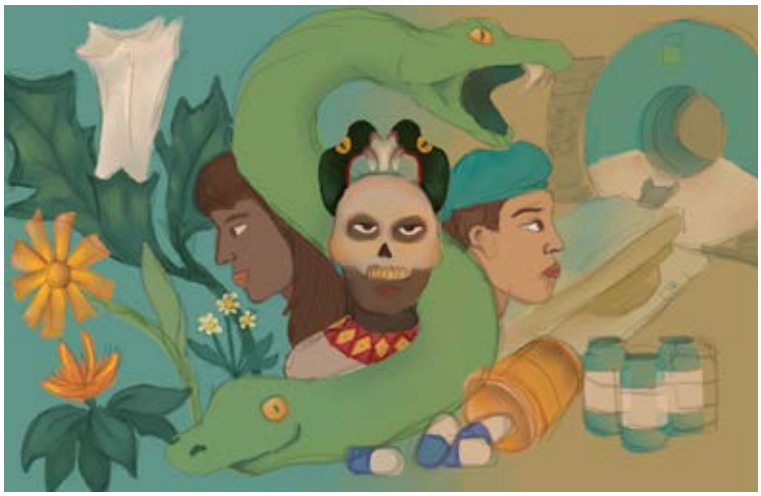
Fuente: elaboración propia.

Fuente: elaboración propia.

En el apartado pictórico varios son los ejemplos donde la figura del volcán ha sido utilizada. En este caso en particular, se puede mencionar el mural *México* de Jorge González Camarena, donde se muestra un volcán cimentado en un guerrero español y un guerrero águila, lo que da pie a interpretar los orígenes de la sociedad mexicana contemporánea y termina siendo una mezcla entre estas dos culturas.

Sobre la estructura formal de la obra, se buscó que referenciara la obra de Francisco Zúñiga para la caseta de elevadores de la Unidad de Cancerología del Centro Médico Nacional, donde se muestran figuras humanas que van sufriendo los estragos de la enfermedad. En un primer boceto, la obra fue pensada con un flujo de lava que le daría fuerza a un enfermo, pero posteriormente esta idea fue reemplazada por la de un feto cuyo flujo de lava sería su cordón umbilical; siempre se buscó mantener la figura humana en el centro haciendo referencia a estos relieves.

Figura 4
Bocetos finales a color

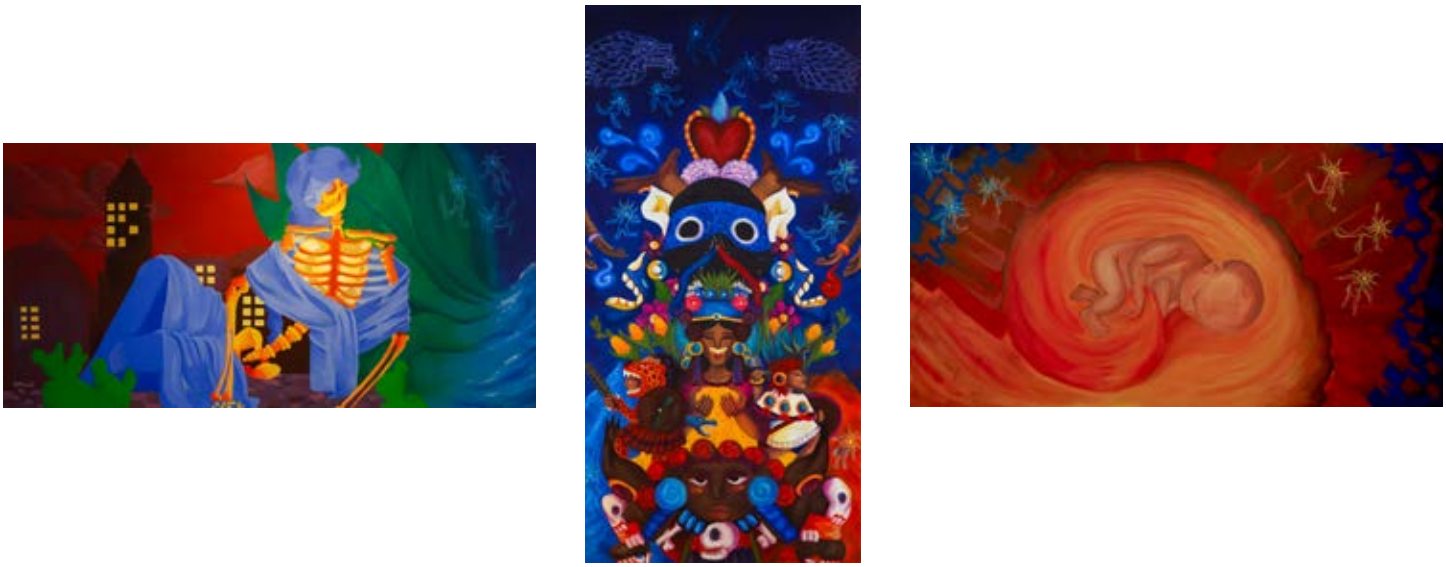


Fuente: elaboración propia.

Como esquema compositivo, se empleó un espiral áureo que fungió de esquema compositivo y discursivo, como discurso se asoció a la relación que guarda esta estructura con las cosas propias de la naturaleza, como diversas plantas o caracoles, de esta forma, se incorporó el proceso de la gestación humana como un proceso de la naturaleza. A su vez, la forma de la caracola está presente en varias obras analizadas, donde en cada uno se le asoció con diferentes significados. Pero en todas estipulan el inicio o la fuente de algo, como se ve en la obra de Nishizawa, *El aire es vida*, donde la caracola es el origen del conocimiento y también componente que da origen a la vida.

Figura 5

Tríptico integrado por las tres obras murales



Fuente: Fotografía propia

En cuanto a la técnica que se usó para realizar el mural, se buscó una pincelada fuerte para evidenciar la textura de ésta; con pinceladas rápidas y esquemáticas para representar la figura humana, las piedras del volcán y el flujo de lava. Dicha técnica fue pensada así porque la obra de gran formato estaba proyectada como una obra que se expondría y contemplaría en un espacio grande y desde la distancia; con esto sería posible apreciar desde lejos la técnica empleada. En cuanto al apartado cromático de la obra, se buscó tener una paleta de colores reducida, limitándose a colores tierra, rojos, amarillos, naranjas, evocando al estilo que dentro de un inicio la corriente muralista estilaba para la elaboración de sus obras.

Figura 6
Obra La gestación

Fuente: Fotografía propia de obra. Artista: Caín Damián Navarrete Villalba.

Discusión

Durante el desarrollo de este proyecto en todo momento estuvo presente la pregunta ¿cómo la elaboración de una obra plástica de gran formato se vincula con la disciplina del diseño? Ante esta situación, resalta que un diseñador de la comunicación visual normalmente tiene una formación académica similar a la de un artista plástico. Como lo menciona Fontana (2003), la educación del diseño comenzó dentro de las instituciones artísticas universitarias y consideró que el hecho de ser carreras hermanas, que transitan siempre en una constante interacción institucional y laboral, las hace hasta cierto punto indisolubles, tanto en sus productos como en sus técnicas.

En la sociedad actual se hacen distinciones entre estas disciplinas, el mismo transcurrir histórico, la especialización y los avances tecnológicos lo demandan, pero en esencia el arte y el diseño guardan una relación

única que es el apartado estético; es en este punto donde el diseño llega a reconocer que existe una estética que apela al gusto de determinadas sociedades y comunidades. Dentro de los paradigmas modernos del diseño, imperó que la estética del diseño apelaba a cuestiones funcionales y de eficiencia, aunque este planteamiento se vio superado al ver que la función y eficiencia quedaban relegadas a cierto sector poblacional o social y dejaban de lado a las sociedades de minorías. Es aquí cuando los discursos posmodernos empiezan a contemplar al diseño como algo más particular de cada comunidad que enfrenta retos particulares, así como también cada disciplina del diseño requiere enfoques específicos para sus distintos productos.

Retomando el apartado estético, como plantea Calvera (2003), al posibilitar que los objetos del entorno cotidiano sean percibidos como estéticos, no se puede negar que la estética del arte es distinta a la estética que se encuentra en los productos que derivan del proceso de diseño. Es verdad que el fin único del arte es la producción de experiencias estéticas, pero el diseño también pretende generar estas experiencias y además requiere contar con la facultad de comunicar mensajes propios de la empresa o clientes que han contratado al diseñador.

Al igual que los diseñadores, muchos artistas trabajan por encargo, en este caso, el Estado mexicano, a cargo de la Secretaría de Educación Pública, fue el cliente que encargó la elaboración de obra plástica que educara al pueblo mexicano sobre los avances y logros postrevolucionarios. Su obra tenía un objetivo concreto, debían comunicar un mensaje particular a un público determinado. Estas obras no sólo eran murales para ser contemplados estéticamente, en ellos estaba implícito un propósito mayor que contemplaba una función determinada. Claramente no son obras que surgen de la inspiración onírica, ni desde la no intención, como menciona Zimmerman (2003). Las obras guardan un proceso creativo que radica más que en ocurrencias, pues existe un proceso de investigación previo, tal como lo menciona Parga (2018) en su metodología para la elaboración de proyectos artísticos.

No se puede considerar la obra de los grandes muralistas como diseño porque sería una afirmación descontextualizada, debido a que en aquel momento no se podía concebir al diseño dentro de esta área, pero actualmente hay un panorama difuso entre arte y diseño. En este caso en particular, entre arte e ilustración, es evidente que la elaboración de obras

de gran formato de carácter mural, contempladas para ser expuestas en espacios públicos, pueden ser comisionadas por diseñadores. Y se puede decir que es un trabajo propio del diseño debido a que es un producto de grandes dimensiones que debe tener en cuenta varios factores, no sólo el apartado estético, yendo desde un apartado conceptual, hasta apartado presupuestal, el manejo de materiales y la recepción del proyecto por parte del público.

El diseño parte de los procesos artesanales, donde en un inicio los proyectos eran ejecutados por una sola persona y no buscaban tener un alcance tan amplio en cuanto al público que se buscaba atender. Con la llegada de la industrialización y el crecimiento de las ciudades, la demanda por diversos productos aumentó, haciendo necesario la especialización en áreas de trabajo, es aquí donde aparece la figura del diseñador como este artista inicial que configura la forma para que entre en una línea de producción. Pese a que los productos diseñados en un inicio apelaban a necesidades concretas dictaminadas por los principios de la época, no dejaron nunca de tener un aspecto estético. Con esto en mente, se puede afirmar que en el aura de los objetos diseñados en masa y los diseñados como piezas únicas hay signos que comunican y derivan en una experiencia estética.

No es ajeno el mundo del arte del diseño, quizá en algunos procesos productivos y comunicativos hay claras diferencias, pero en el apartado de producción de símbolos que funcionan para generar identidad, emociones y experiencias no se encuentran distanciadas, sino que se retroalimentan entre sí. La habilidad proyectual, que es algo tan particular del diseño, no es algo que no se encuentre presente en las obras de arte. Se defiende que en este caso la visión de los proyectos se encamina a algo más personal e incluso emocional, que radica en los deseos del autor. En el caso del diseño, los proyectos van más encaminados a cumplir los objetivos planteados por un cliente con necesidades comunicativas muy claras, lidiar con presupuestos económicos determinados e impactar en un público concreto y delimitado.

Si bien el mercado del arte y del diseño son ámbitos diferentes, como menciona Munari (2003), el arte se comercializa dentro de sociedades elitistas, las cuales muchas veces dictaminan lo que es arte y lo que tiene valor económico, siendo el poder económico lo que termina validando el carácter artístico de las obras y no la obra por sí misma. En el diseño, es el público quien les da valor a los diferentes productos, el que aprueba su funcionalidad, el que decide comprar o no.

En cuanto a este proyecto, mismo que recuperó el trabajo de diferentes muralistas mexicanos, desde la perspectiva artística y personal buscó plasmar simbólicamente los elementos recurrentes de la obra plástica proyectada en los hospitales del siglo XX. Se trató de un ejercicio meramente artístico, ésta fue la libertad que se planteó, pero dentro del mismo proceso se vieron involucrados aspectos de diseño, como la elección de signos a usar, el formato a seguir, la investigación de obras previas, la contemplación de los materiales y la proyección de la evaluación futura, por parte del público que podría tener el proyecto.

Conclusiones

Por medio de este trabajo se exploró la conexión que hay entre diseño, el arte y los procesos creativos. El diseño contempla una serie de pasos estructurados y objetivos, así como la contemplación de una evaluación final con base en la funcionalidad y el sentimiento de pertenencia que pueden generar los productos elaborados. El medio de llegar a los productos en cuanto a la configuración de la forma es muy similar a los procesos que el arte contempla.

En este punto, se puede destacar la creatividad y la experimentación como cualidades que ambas disciplinas comparten. Hay que recordar que dentro de las obras plásticas también existe un proceso de investigación que sustenta los resultados; esto dentro de las instancias académicas que buscan reconocer y validar el trabajo que hay detrás de las obras.

El arte no es una ocurrencia, según la metodología implementada en este trabajo, se considera que es un camino adecuado para reconocer y explicitar lo que las obras plásticas quieren transmitir. Es un camino necesario dentro del mundo del arte porque demuestra el interés del autor por los temas que busca retratar en su obra y porque el proceso de investigación siempre lleva a más caminos que pueden ser explorados para generar nuevas preguntas o nuevos productos.

Se puede considerar que la metodología de la InvestiCreación es una metodología propia de las artes, debido al carácter subjetivo que impera en ella. Es de suma importancia promover su uso dentro de las artes porque las hace presentes, da valor a los procesos creativos y reconoce que dentro de las artes no sólo hay creatividad, sino también investigación. A lo largo del desarrollo de la disciplina del diseño, se han generado diferentes

metodologías para diferentes formas de hacer diseño. Se sostiene que es posible hacer diseño con esta metodología, pero para usarla es necesario considerar siempre las necesidades y alcances del proyecto. Esta metodología se puede recomendar cuando se da una amplia libertad creativa y se solicita la narración del proceso de elaboración del proyecto.

La InvestiCreación es una metodología que, si bien funciona, enfrenta el reto de ser reciente y que apenas está siendo usada por los círculos universitarios, otra de las complicaciones que se encuentra es que está pensada para la elaboración de un reporte testimonial como producto y no es como tal un proceso de fases que involucre pasos puntuales del proceso de la investigación.

Finalmente, en torno a este trabajo se puede decir que las obras de gran formato son piezas que pueden ser realizadas por un diseñador, en vista de que hay que pensarlas como obras de ilustración, con públicos determinados, en espacios puntuales porque lo que se está elaborando no sólo es una obra plástica, sino un discurso simbólico que busca transmitir ideas. Ese discurso no se puede generar de la nada, implica una exploración de los signos y símbolos pertinentes para su elaboración, y es aquí donde radica el trabajo del diseñador, el cual debe configurar signos que comuniquen lo que se desee transmitir.

REFERENCIAS

Calvera, A. (Ed.). (2003). Arte ¿? Diseño. Editorial GG.

Campi, I. (2013). La historia y las teorías historiográficas del diseño. Editorial Designio.

Campi, I. (2020). ¿Qué es el diseño? Editorial GG.

Dilon, A. D. (2014). Artes Visuales: Producción y Análisis de la Imagen. El Cid Editor Incorporated.

Eder, R., & González, R. (2022, noviembre 22). LA PINTURA MURAL Y EL DEBATE SOBRE LA INTEGRACIÓN DE LAS ARTES. Gaceta UNAM. https://www.gaceta.unam.mx/la-pintura-mural-y-el-debate-sobre-la-integracion-de-las-artes/

Flores, L. (1994). Leopoldo Flores 2000 D.C. Universidad Nacional Autónoma de México.

García, E., Sanches, S., Marcos, M. d. M., & Urrero, G. (2006). La cultura de la imagen. Editorial Fragua.

García Olvera, F. (1996). Reflexiones sobre el diseño. UAM-Azcapotzalco.

Híjar, A. (2015). Del realismo Cauduro. Crónicas. El Muralismo, Producto De La Revolución Mexicana, En América, (15-16). https://www.revistas.unam.mx/index.php/cronicas/article/view/50535

Instituto de la Juventud de la Ciudad de México & Museo Citadino (Eds.). (2018). Lienzo Capital: programa de arte urbano de la Ciudad de México.

Jaimes, H. (2012). Filosofía del muralismo mexicano: Orozco, Rivera y Siqueiros. Plaza y Valdés.

Parga, P. (2018). InvestiCreación Artística. Universidad Autónoma de Querétaro.

Rodríguez Morales, L. (2012). El diseño y sus debates. Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco.

Satué, E. (1988). El diseño gráfico: desde los orígenes hasta nuestros días. Alianza.

Subirats, E. (2018). El muralismo mexicano: mito y esclarecimiento. FCE - Fondo de Cultura Económica.

Zimmermann, Y. (2013). Del Diseño. Editorial GG, SL.

Atribución-No Comercial-Sin Derivadas

Permite a otros solo descargar la obra y compartirla con otros siempre y cuando se otorgue el crédito del autor correspondiente y de la publicación; no se permite cambiarlo de forma alguna ni usarlo comercialmente.

Reflexiones sobre la conducta ética del diseñador visual y enfoques sustentables en la industria del envase en México

Reflections on the ethical behavior of the visual designer and sustainable approaches in the packaging industry in Mexico

Silvia Susana Torres Bedolla*

Resumen

El artículo presenta un análisis crítico—reflexivo sobre el rol ético del diseñador visual en la industria del envase en México, abordando los desafíos que enfrenta como agente de cambio para la promoción de prácticas de consumo responsables y hábitos sostenibles. En un contexto de mundialización, donde predominan los conflictos de intereses y el abuso de poder, el diseñador visual encara múltiples limitaciones impuestas por la industria y el mercado, lo que restringe su capacidad para influir en el proceso de producción y en la promoción de hábitos de consumo para el público.

Examinando la intervención de la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible como marco global de responsabilidad ecológica y social, se determina que se requiere adaptabilidad y funcionamiento local en una industria sujeta a normas internacionales, lo cual influye y afecta la identidad cultural y autonomía de una localidad.

Se converge en cómo los diseñadores y la sociedad enfrentan una desilusión colectiva al intentar alcanzar cambios profundos en una estruc-

Egresada de la Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual de laFacultad de Estudios Superiores Cuautitlán, Universidad Nacional Autónoma de México. Mail: ss.tobed@gmail.com

Fecha de recepción: enero, 2025
Fecha de aceptación: marzo, 2025
Versión final: marzo, 2025
Fecha de publicación: abril, 2025

tura que resiste la transformación y plantea que, a través del diseño ético, el diseñador visual puede contribuir a la construcción de los sistemas de una identidad cultural que trasciendan los modelos de consumo masivo y fomente prácticas sustentables.

Palabras clave: Ética, industria del envase, sustentabilidad, diseño visual.

Abstract

The article presents a critical reflexive analysis on the ethical role of the visual designer in the packaging industry in Mexico, addressing the challenges he faces as an agent of change for the promotion of responsible consumption practices and sustainable habits. In a context of globalization, where conflicts of interest and abuse of power predominate, the visual designer faces multiple limitations imposed by industry and the market, which restricts his ability to influence the production process and the promotion of consumption habits for the public.

Examining the intervention of the 2030 agenda and the Sustainable Development Goals as a global framework of ecological and social responsibility, which requires adaptability and local functioning in an industry subject to international standards, which influences and affects the cultural identity and autonomy of a locality.

Converging in how designers and society face a collective disappointment when trying to achieve profound changes in a structure that resists transformation, and states that, through ethical design, the visual designer can contribute to the construction of the systems of a cultural identity that transcend the models of mass consumption and promote sustainable practices.

Keyword: *Ethics, packaging industry, sustainability, visual design.*

Introducción

El ser humano, posicionado como ser racional, irónicamente se sitúa como el mayor contaminante del mundo a causa de las actividades que se consideran indispensables para el progreso y la calidad de vida. Sin embargo, esta constante interferencia desmedida a su entorno supone inconvenientes y afecciones para los mismos humanos que impactan en el desarrollo, crecimiento y mejora de los diferentes aspectos que componen su entorno.

La destrucción y crisis ambiental se asocian a una idea de extinción a nivel planetario, no obstante, es una afirmación errónea; el planeta desde su origen y a lo largo de miles de millones de años ha pasado por diversos y complejos procesos químicos, físicos y biológicos que permitieron las condiciones ideales para el asentamiento y progreso de la vida, particularmente de la vida humana, por lo que es una concepción egocéntrica afirmar que el mundo se destruirá cuando el ser humano agote los recursos. El planeta y sus procesos continuarán, a menos que un evento de magnitud catastrófica, más allá de los que actualmente pueden originarse de los procesos naturales comunes, acontezca; es el caso del impacto de un cuerpo celeste masivo, el colapso de una supernova, la colisión con otro planeta o la expansión del Sol en una gigante roja.

Por lo tanto, lo correcto sería afirmar que lo que llega a su fin son las condiciones y medios que hacen posible la construcción de la vida tal y como se conoce hoy. Esta premisa, a la par del instinto de supervivencia, despierta una inquietud y una necesidad de proteger el entorno que es cohabitado por todos los organismos de vida y posee los recursos necesarios para producir los bienes y servicios en la dinámica social de un mundo artificial[1].

Este principio tiene una relación directa con el diseño y la labor profesional que realiza el diseñador en la construcción de este mundo artificial y el aporte a la dinámica de consumo, debido a que éste funge como un medio interpretativo de las problemáticas demandadas por la sociedad y la industria que las materializa. A lo largo de los años, se ha observado una relación problemática entre los intereses de la industria y las necesidades reales, las cuales el diseñador debería atender, considerando no sólo las problemáticas sociales, sino también las medioambientales.

Muchos son los factores que han contribuido a que se llegara a tal punto de la crisis ambiental contemporánea. La Revolución Industrial juega un papel crucial en el impacto al entorno natural y en la creciente demanda de recursos para producción, así como en la construcción de relaciones de comercio capitalistas, el desarrollo e implementación de nuevas máquinas y en las crecientes industrias. Lo que se traduce en el surgimiento de nuevos empleos y oportunidades económicas de una clase social emergente (clase media), la cual encuentra una disponibilidad y acceso de bienes que anteriormente eran considerados de lujo. Expandiendo el mercado y ante tal disponibilidad, surge un fenómeno de consumo masivo que se convierte en una parte central de la vida económica y social.

La adquisición de dichos bienes manufacturados: ropa, alimentos, artículos domésticos o de uso personal requieren de preservación, conservación, manejo, transporte, almacenamiento y distribución, características de un envase, que al cumplir su función se convierte en un residuo sólido y su mal desecho se convierte en basura. La necesidad de vender grandes cantidades de productos por parte de las empresas demanda el diseño de una publicidad para influir en los consumidores, lo que relaciona a los productos no sólo con su utilidad, sino también con un estilo de vida, estatus y aspiraciones.

Esto, aunado al paso de los años, el incremento poblacional y la mala administración de bienes geográficos, naturales, entre otros, se convertiría en la problemática con la que el mundo debe lidiar y que a su vez coloca en una encrucijada al diseñador en su labor. La misma dinámica adquisitiva e industrial influye al diseñador, el desarrollo y las tendencias de obsolescencia programada, la cual limita la vida útil de lo adquirido e incentiva a comprar con frecuencia.

Todo esto implica una extracción intensiva de recursos naturales, háblese de carbón, madera, minerales y petróleo para alimentar fábricas, lo que lleva a la ya mencionada sobreexplotación de recursos y a la degradación de bosques, praderas, mares, contaminación de agua potable, suelo y aire.

Estos patrones sientan las bases de la crisis ambiental que se hace más evidente en el siglo XX. A principio de la década de los 60 y principios de los 70, se dio un fuerte despertar de una conciencia ambiental, si bien en ese entonces se relacionó con grupos extremistas conocidos como *hippies,* con el paso del tiempo se reconoció que no sólo se limita a este tipo de

personas con estilos de vida extraños, sino que toma forma a través de organizaciones no gubernamentales. Éstas, viendo la proyección negativa de este estilo de vida, comenzaron a desarrollar planes de acción para resarcir el daño ocasionado y prever una catástrofe medioambiental.

Por mencionar los hechos más sobresalientes, está la creación del Día de la Tierra en 1970, tras la indignación del derrame petrolero en Santa Bárbara, California; la fundación de Greenpeace en 1971; el encuentro de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Humano en Estocolmo, Suecia, siendo la primera gran reunión internacional en abordar temas ambientales, que dio como resultado el surgimiento del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente. No fue hasta la década de los 80 que se generaron conceptos propios para dicha problemática, lo que representó un parteaguas para su notoriedad.

En 1983, la ONU creó la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, misma que en 1987 publicó el informe *Nuestro Futuro en Común,* conocido como el informe de Brundland, el cual definió por primera vez el concepto y las bases del desarrollo sostenible3 y visualizó la necesidad de una cooperación internacional. Estos eventos comenzaron a movilizar también al diseño en la necesidad de incorporar principios y prácticas más responsables que se adecuaran a este nuevo enfoque, nuevas metodologías que en conjunto promovieran el cambio de hábitos, el consumo responsable de un nuevo mercado, por lo tanto, un nuevo simpatizante y la acción comunitaria en favor del medio ambiente.

Hay un largo camino recorrido y aún por recorrer, resultado de conferencias y acuerdos internaciones, en las que México también toma una acción participativa, tal es el caso de la Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y Desarrollo y la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático, donde el país se compromete a adoptar los principios de *desarrollo sostenible*[2] e implementar políticas ambientales nacionales y mejorar la eficiencia energética. Al llegar el año 2015, la ONU adopta la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, un plan global que incluye 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible, también conocidos como ODS, que indirectamente representan un nuevo orden mundial.

Es necesario analizar estos elementos para comprender el desarrollo de un diseño holístico, aspectos que influyen y delimitan la misma práctica y exponer el poder de la industria sobre el proceso democrático y la influencia de las masas. Dentro de esta lucha de intereses, se invita a

concebir la producción diseñística y a reducir en la medida de lo posible el impacto ambiental hasta su disposición final.

Se destaca que el diseño no se encasilla en la dinámica generalizada en la Revolución Industrial de seducir para consumir, sino que va más allá de un diseño asociado a los negocios. El diseño se nutre de enfoques multidisciplinarios, transdisciplinarios e interdisciplinarios, lo que le permite servir en este contexto como una herramienta de sensibilización y acción para abordar los diversos desafíos y lograr cambios significativos en el público. Estos cambios no se logran sin un trabajo colaborativo entre la industria, el Gobierno y la educación.

En el diseño y la comunicación visual, la fase previa a la materialización y ejecución es crucial, ya que es el momento en el que el diseñador puede ejercer una gran influencia. La concepción y apropiación de un ideal son fundamentales, porque proporcionan la dirección que guía el resultado final.

Desde esta perspectiva, se pretende analizar si el diseñador tiene libertad de ejercer un buen juicio concerniente a un benéfico común, como la promoción de buenos hábitos, consumo responsable y la acción comunitaria en favor del medioambiente, situado en una industria marcada por un fuerte choque de intereses como la del envasado y en un modelo social condicionado por jerarquías que anticipa un nuevo orden mundial. Este orden se manifiesta a través de la imposición de leyes y regulaciones planteadas por objetivos como los de la Agenda 2030, que proyecta nuevos peatones de consumo; por lo tanto, es importante evaluar hasta qué punto el diseñador visual puede fomentar o restringir estos comportamientos a través del diseño en el envase.

Libertad, juicio y conciencia en la práctica del diseñador

El mundo, en gran medida, ha sido configurado por la mano del hombre. Resaltar la importancia y necesidad de los diseñadores al adoptar un enfoque consciente en su práctica, como componente del buen juicio en el diseño, implica una capacidad de elección responsable, considerando el impacto a largo plazo de sus decisiones en el entorno y en la sociedad.

Gracias al despertar de conciencia antes mencionado en los años 70, es que toma forma la implementación de nuevos enfoques y metodologías,

por ejemplo, Victor Papanek, en su libro *Design for the Real World*, aboga por una intencionalidad consciente antes que una inherente función de valor estético, debido a la responsabilidad social de la manifestación de la interpretación del diseñador ante las necesidades sociales. Sin embargo, una funcionalidad entorpecida por la industria al anexar adjetivos para su venta perpetúa el modelo constituido por un estatus adquisitivo. Con la estabilización económica y la transición a una cultura de consumismo, la línea entre necesidad y deseo se vuelve delgada, de tal manera que el consumidor se engaña creando falsas necesidades basadas en emociones. Concibiendo un nuevo concepto de pobreza a razón del miedo al rechazo social.

Si el diseño responde a necesidades tan triviales, no cumple con el propósito de funcionalidad[3]. Demostrando la complejidad de los sistemas y los problemas reales que afectan a la sociedad.

La adaptabilidad de los sistemas de símbolos constituye toda una razón de ser. Ya que persiguen objetivos, procesan información y están al servicio de sistemas más grandes que los incorporan (Herbert Simon, 2006). Estos sistemas más grandes casi siempre están liderados por los que se denominan especialistas de diferentes áreas. De manera que la calidad de vida no sólo depende de la competencia técnica, sino de su compromiso con los principios éticos. Si estos aspectos no están presentes, en un contexto de producción masivo y capitalista las prioridades resultan desalineadas del bienestar social y la justicia.

La libertad, según John Rawls (2006), debe ser equilibrada con la justicia. Cada persona debe tener la misma oportunidad de acceso a recursos y decisiones. Las libertades básicas son políticas, de expresión y reunión, de conciencia, libertad frente a la opresión psicológica y a la agresión física. Cabe mencionar, dice el autor, que ninguna de estas libertades es absoluta y que están diseñadas para conformar un sistema y este sistema es el mismo para todos; por tanto, no existe en la práctica una libertad absoluta.

En la mayoría de los países latinoamericanos la riqueza y, por consiguiente, la influencia y el poder se concentran en sectores pequeños. En general, este sector (háblese de individuos o empresas) que administra muchos recursos y tierras imprescindibles para la producción de diferentes bienes o servicios obtiene beneficios económicos sin contribuir al desarrollo y bienestar social y económico de la región a la que pertenecen tales recursos. Lo que perpetúa desigualdades y limita el crecimiento sostenible, pues es uno de los muchos obstáculos que, en la dinámica de la industria

empresarial, con los equipos de diseño, imposibilita en gran manera efectuar el buen juicio en el diseño de una práctica responsable y consciente con el medio ambiente.

El problema con la línea disruptiva entre las instancias de poder es que no existe un contacto ni interés por las comunidades y la producción e implementación de la proyección proyectual interpretada por el diseñador no corresponden a las necesidades culturales específicas. Si se encontrara alguna forma de superar tal limitación, una mediación puede conseguirse a través de la dignificación de la vida del ser humano, su cultura y preservación del ambiente condensados en el envase; el cual bien estructurado puede ser un vehículo de identidad cultural y respeto por el entorno.

Al entender que los productos y envases influyen y reflejan las prácticas y percepciones culturales, también pueden usarse para promover hábitos sustentables. Es crucial que las generaciones aún en formación sean alentadas a proyectar con el tipo de enfoques que respondan a las problemáticas reales y enfrentar a los individuos a tomar acción ante el fenómeno que ha moldeado la praxis del diseño a la simplificación de procesos fáciles, basados en tendencias superficiales.

El diseñador es un agente significativo de cambio que desempeña doble rol, actuando simultáneamente como consumidor y como profesionista cuya labor parte/depende de una profunda comprensión del contexto temporal, social, geográfico, entre otros factores en los que se desenvuelve. Su contribución a la construcción del mundo artificial debería ser fuertemente influenciada por objetivos que mejoren la calidad de vida y tendría que reflexionar: ¿por qué?, ¿para qué? y ¿para quién? se está diseñando. En palabras de Papanek (1971), “el diseñador tiene responsabilidad por la forma en que el mercado reciba los productos que diseña. Sin embargo, [...] su buen juicio social y moral tiene que entrar en juego mucho antes de que empiece a diseñar” (p. 57).

En la concepción de la ética, de moral o de buen juicio, la mayoría de los autores convergen en una virtud de carácter personal inclinada a una vida buena, una adaptabilidad a ser socialmente responsables y adaptabilidad a las circunstancias específicas de cada situación.

Para Aristóteles (2016), en Ética a Nicómaco, toda actividad humana tiene un fin y el más grande y último es la *enudomonia*, el florecimiento humano. La ética es una disciplina que busca el bien supremo. El estudio de la virtud (*areté*) implica el desarrollo de un carácter moral que le permite a

una persona deliberar correctamente sobre cómo actuar, la frónesis como una sabiduría práctica.

Por otro lado, David Hume en su *Investigación sobre los principios de la moral* (2014) presenta una visión de la ética de simpatía y utilidad, lo bueno y lo malo. Surge de acciones que afectan el bienestar de otros, lo cual a su vez genera aprobación o desaprobación moral, algo que la define la experiencia humana y la sociabilidad innata.

El buen juicio sirve como un puente entre la ética y la moral. Autores como Alasdair MacIntyre[4] complementan el carácter subjetivo del individuo y su contexto geográfico, bordado en los conceptos de ética y moral, como factor influyente en su comprensión y aplicación de los mismos. Entenderlo da un punto de partida en relación con la aplicación de conceptos que implican caracteres éticos en la práctica del diseño.

La mundialización del diseño: jerarquías de poder y la industria del envase en México

La mundialización ha estandarizado los códigos visuales y simbologías, lo que genera homogeneización de estilos y valores que buscan adaptarse a mercados globales para sobrevivir. John Thackara, en su libro *In the Bubble. Designing in a complex world* (2005), argumenta que el diseño debe responder a complejidades globales en la sostenibilidad y las dinámicas locales en un mundo interconectado.

Se puede anticipar que los mensajes visuales en los envases se producen para adaptarse a una audiencia global. Lo que se convierte en una forma de control para uniformar el consumo y minimizar las diferencias culturales.

Del cuestionamiento, ¿qué se consumía en México hace 60 años?, podrán resultar los contrastes con un desayuno actual. El desayuno mexicano consistía en huevo, frijoles, maíz, productos locales que respondían a una historia cultural; sin embargo, los medios comunicativos transformaron este momento del día cuando convencieron al consumidor, con estrategias publicitarias que sugerían un estilo de vida saludable y moderno, de que un cereal ultraprocesado era una opción más saludable, un jugo de naranja artificial o un yogurt con edulcorantes. La industrialización de los alimentos se alineaba con las tendencias globales y de urbanización y la entrada de empresas transnacionales en mercados locales.

Esto es un ejemplo que permite asimilar con qué integridad diferentes aspectos sociológicos, económicos y sistémicos influyen en la labor diseñística.

Un fenómeno clave es el de la mundialización. Zygmunt Bauman en su libro *La Globalización. Consecuencias humanas* aborda este fenómeno como una dualidad, una realidad percibida de manera muy distinta según la posición social o geográfica de cualquier individuo y una imposición que trae consigo desafíos y limitaciones.

En un mundo interconectado, quienes "ganan" son aquéllos que tienen acceso a la libertad móvil. Las decisiones que determinan los valores económicos, culturales o sociales son tomadas en esferas globales sin tomar en cuenta a aquellos *locales* que quedan dependientes de estos poderes externos. En consecuencia, las decisiones sobre el diseño, los materiales y distribución de los productos en el contexto del envase, muchas veces dictadas por corporaciones globales, afectan la economía local y limitan la autonomía de la industria nacional.

Tradicionalmente, se ha asumido que el control decisivo en la industria empresarial le pertenece a quienes aportan el capital, todos los demás elementos que permiten el buen funcionamiento del organismo empresarial son dependientes de los mismos que proveen dichos medios para que el trabajo de una clase social menos privilegia se efectúe y genere más capital para aquél que lo aporta.

Con la velocidad a la que se vive, el poder no reside en quien pueda pagarlo, sino también en quien dispone el tan codiciado tiempo y el acceso a la información privilegiada. El poder ya no es únicamente económico, ahora es informático, y quien controla la información tiene la capacidad de actuar o abstenerse. Hoy en día, la información no se limita a un espacio geográfico, es veloz y se transforma constantemente; para ilustrar esta condición: la crisis económica de 1994 que condujo a la devaluación del peso mexicano. Reportes y testimonios indican ciertos actores clave del sector financiero y político que habrían tenido acceso anticipado a la información sobre la situación económica que se avecinaba en el país. Lo que les permitió actuar de manera anticipada al cambiar los pesos a dólares, evitando el impacto de la depreciación del peso.

Las consecuencias de aquella devaluación fueron múltiples, y los más afectados fueron los *locales* (empleados y proveedores). Según Bauman (1999), los locales son aquéllos que no se movilizan si la empresa falla, por-

que están sujetos ya sea a una familia, una comunidad, deudas, obligaciones y responsabilidades que no les permiten desligarse o desplazarse como los grandes capitales. Ello es una afección de los diferentes sectores sociales y económicos que propicia esta vivencia dispareja de la mundialización, lo que para algunos representa "libertad" y movimiento, para los grupos vulnerables representa una limitante y a su vez un estado de control.

La relación entre la libertad de movimiento de las empresas y el impacto local es destacada por Bauman (1999):

> La empresa tiene libertad para trasladarse; las consecuencias no pueden sino permanecer en el lugar. Quien tenga libertad para escapar de la localidad, la tiene para huir de las consecuencias. (p.17)

Se entiende que los inversionistas o "los móviles" velarán por la maximización de beneficios, priorizarán los dividendos sin importar el daño causado, ni las consecuencias transferidas a los afectados por los intereses de por medio de dicha industria, que se traduce a los trabajadores, los habitantes de la localidad y el medio ambiente.

Los efectos de la mundialización en la industria del envase en México se reflejan en la integración a mercados globales y la búsqueda de la adaptabilidad a las normas y tendencias estéticas y funcionales impuestas globalmente. Lo que genera cierta tensión entre los intereses locales, la identidad cultural y las necesidades de competir en el mercado global para evitar pasivos económicos (pérdidas).

Cuanto mayor es el capital, más difícil resulta encontrar al responsable de los impactos negativos, debido al poder de la información y la filtración de datos. El flujo de capital ha alcanzado un nivel de movilidad y anonimato sin precedentes, lo que debilita la capacidad (y pareciera ser una mofa) de los Gobiernos nacionales en sus intentos de ejercer y regular efectivamente políticas económicas y legislaciones medioambientales[5].

En esencia, la libertad de movimiento y de información otorga mucha más ventaja. El poder económico, el cual constituye un sistema (de los que se habló anteriormente), al adquirir esta movilidad refuerza su autonomía, desconectándose de sus obligaciones y responsabilidades en un grado altísimo. Convirtiéndose en un agente que se cree con el derecho de explotar hasta donde le convenga sin verse afectado por los impactos negativos de las decisiones que toma sobre las comunidades que habita.

Aquí es donde resulta crucial la aplicación de un juicio ético y moral por parte del diseñador. La desconexión y desinterés de la industria para con la comunidad que le provee para su desarrollo resalta la urgencia de la consideración y acción por parte del diseñador; a diferencia de la industria, es más afín al contexto de su trabajo, porque no sólo actúa como profesionista, sino también se desenvuelve como consumidor, lo que le permite el desarrollo crítico y la detección de las problemáticas reales ante las desigualdades sociales y el impacto ambiental, en vista de que la cultura del diseño vive y está en constante cambio.

Debería este actuar ir más allá de la maximización de los beneficios de los grandes capitales. Implica la consideración integral de todos los sistemas que demanda un diseño respetuoso, considerando todo un ciclo de vida y el mensaje que se quiere transmitir. Hay que estar dispuestos a asumir la responsabilidad como partícipes de la creación de las dinámicas del mundo artificial.

Los envases no sólo cumplen una función protectora, además actúan como medios discursivos que promueven ideologías y estilos de vida que pueden o no ser adecuados para las culturas locales, contribuyendo así a reforzar un estado de control de los sistemas jerárquicos continuos. En este marco, se aspira a la aplicación y exportación de la función comunicativa del envase a favor de tendencias que promueven el respeto por el ambiente y la dignificación de la vida humana; donde más que cambiar los procesos individuales, se necesita un cambio en los hábitos colectivos y de consumo.

Se hace un llamado al diseño, a fomentar la visibilización y comprensión de la complejidad, dinámicas y estimulación de los sistemas imperantes, así como a informar e informase sobre cómo y porqué cambian. La necesidad de una alfabetización ecológica y sistémica de los procesos de producción y consumo, de interacción social y cultural es cada vez más apremiante. El diseño debe evidenciar esta interconexión entre los procesos también naturales y de bienestar en la construcción de comportamientos conscientes y menos derrochadores.

Ante tales problemáticas se añade también un factor psicológico. Thackara (2005) plantea que el diseñador se enfrenta a una gestión psicológica. Una percepción ante problemas que se perciben insuperables, como el cambio climático, un mal manejo de residuos sólidos o el cambio de hábitos a consumos más conscientes. ¡Y con razón! A nadie le gusta que le den malas noticias y suelen preferir evadir los problemas como un mecanismo

de defensa. Esta predisposición se refleja en la conciencia colectiva y en las herramientas para enfrentar problemáticas sociales y ambientales. En un contexto donde los problemas son particularmente complejos, si los individuos optan por ignorar asuntos tan íntimos, ¿qué impide desentenderse de cuestiones que requieren un esfuerzo colectivo? Esta evasión no solamente afecta las relaciones interpersonales, también obstaculiza la capacidad para abordar otros aspectos integrales de la vida comunitaria.

Así, el diseño puede actuar como un puente que le permita a la comunidad entender que, aunque sea difícil, existe la posibilidad de tomar acción haciendo el problema manejable y menos abrumador. Es esencial entender que el rol de los diseñadores, como creadores de la realidad, trasciende la mera implementación de tecnologías innovadoras en contextos económicos e industriales.

Aunque estas tecnologías son herramientas valiosas, la auténtica transformación hacia modelos renovables, eficientes y sostenibles inicia con un cambio en las prioridades culturales. Al incorporar principios sostenibles y responsables en su trabajo, los diseñadores tienen la capacidad de impactar tanto en la industria como en los consumidores, fomentando una conciencia colectiva que valore la sostenibilidad desde un enfoque cultural y no únicamente tecnológico.

Envase, consumo y conciencia

La industria del envase en México es fundamental en la economía nacional, aportando un valor significativo del producto interno bruto (PIB) para el país.

Es importante hacer un pequeño paréntesis antes de continuar. Existe cierto embrollo respecto a cómo debería llamarse, ¿empaque o envase? Depende de los contextos y usos específicos en diferentes sectores. Institutos Nacionales de Envase de habla hispánica, tomando en cuenta la creciente del comercio exterior debido a los tratados de libre comercio, llegaron a la conclusión semántica de suprimir categóricamente la palabra empaque del glosario técnico de contenedores, productos industriales y de consumo, argumentando que tiene una connotación de “junta, empaquetadura o sello” de tal manera que *empaque* es una palabra utilizada en plomería, fontanería y mecánica (Presentación sobre Envase, Terminología y clasificación 2024).

Por otro lado, la Norma Mexicana NMX-EE-148-1982 denominada *Envase y Embalaje. Terminología básica*, define *envase* como "Cualquier recipiente o envoltura en el cual está contenido el producto, para su venta al consumidor" y embalaje como "Material que envuelve, contiene y protege los productos preenvasados, para efecto de su almacenamiento y transporte".

Estos conceptos se complementan respectivamente por lo que se encuentran en el glosario de la página oficial de la Asociación Mexicana de Envase y Embalaje (AMEE), que define envase como "Cualquier recipiente adecuado en contacto con el producto, para protegerlo y conservarlo, facilitando su manejo, transportación, almacenamiento y distribución" y embalaje como "Todo aquello que envuelve, contiene y protege debidamente los productos envasados, que facilita, protege y resiste las operaciones de transporte y manejo, e identifica su contenido". Adicionalmente, el envase puede clasificarse por su función, por su aplicación o por su constitución.

La industria, como se mencionó, implica un amplio rango de actividades que abarcan desde producción y consideraciones ambientales hasta la participación de diferentes círculos sociales, políticos, económicos, creativos y otros.

En abril de 2024, se celebró el *3er Congreso Internacional de Envase y Embalaje AMEE-UAM*, el cual consistió en un ciclo de conferencias que se encuentran en el canal de YouTube CyADtv. Tuvo el propósito de divulgar los procesos de manufactura, la interacción con el mercado, la aplicación del diseño y creación de los envases y embalajes. La sesión inaugural de la jornada fue presidida por el presidente de la AMEE, el ingeniero Gabriel Santos Ruíz, quien expuso la contextualización de la industria del envase en México.

Categóricamente, las principales industrias que consumen envases y embalajes en México se refieren a alimentos, farmacéutica, cuidado personal, electrónicos y otros. La industria del envase es dinámica, está en constante crecimiento y requiere de constante innovación; es fundamental que esta innovación sea sostenible, ya que no se puede lograr un verdadero progreso sin un compromiso con el medio ambiente.

Un ejemplo del alza de la innovación en conjunto con la sustentabilidad fue lo vivido en la crisis sanitaria de COVID—19, un parteaguas tanto en números como en acciones, debido a las grandes cantidades de desechos generados, como los cubrebocas y las envolturas de un solo uso o la ad-

quisición de alimentos a través de servicios de entrega (CyADtv, 2024). El reflejo del metabolismo de la sociedad de ingerir y desechar se aceleró y la transición que se veía a paso lento se ve afectada.

En 2019, la industria del envase representó el 1.7 % del producto interno bruto (PIB) nacional, 5.8 % del PIB industrial y el 8.5 % PIB de manufactura; esto según la *Mexico Country Commercial Guide International Trade Administration*. Durante la pandemia, la industria del envase presentó una tensión significativa, destacando el sector alimenticio, de bebidas y médico al demostrar resiliencia en comparación con la baja demanda de otros sectores. Muchas empresas, aprovechándose de tal situación, ofrecieron sus productos con etiquetas que decían ser ecológicas, biodegradables o compostables cuando no era así. Este tipo de situaciones son a las que se enfrenta un diseñador en su trayectoria y por esa razón es que se subraya la necesidad de arraigar a los enfoques de trabajo un buen juicio ético y moral. En el *Código de conducta profesional para diseñadores*, de Icograda (2020) se menciona que:

> Los diseñadores no deben desarrollar conscientemente diseños que hagan un "lavado de imagen verde", es decir, diseños que parezcan a través de marketing u otras afirmaciones ser más respetuosos con el medioambiente de lo que son. No es ético tergiversar o exagerar las calificaciones ambientales de un diseño ante un cliente, distribuidor o usuario final, ya sea proporcionando información parcial o engañosa, pasando por alto o encubriendo deficiencias conocidas, o proporcionando información o análisis falsos. (p.14)

Lo que expone el carácter de la industria y que, sumado a las limitantes y trabas que se han expuesto a lo largo de las unidades, impacta en la seguridad, los empleos y el bienestar social colectivo.

En comparación con el año 2021, ya en periodo pospandemia, en 2022, la producción de envases y embalajes en México alcanzó 16.31 mil toneladas, representando un incremento de 3.1 %. La proyección favorecedora para el cierre del 2024 es que la producción ascienda a 18.58 mil toneladas, lo que representa un crecimiento promedio anual del 5 %, que a su vez significa el crecimiento de la economía mexicana de entre un 2.2 % y 3 %. Proyectando a favor un crecimiento de la industria del envase entre el 5.5 % y 7 % (Anuario AMEE, 2023).

¿Qué es lo que provoca esta demanda? Considerando el desarrollo de las unidades anteriores, podría decirse que la rapidez con la que hay que vivir es la responsable, la facilidad e inmediatez con las que se desea obtener las cosas, donde el tiempo es una ventaja, un tesoro anhelado. Se ha llamado practicidad a la pereza.

He aquí un ejemplo: si se toma en cuenta que el sector alimentario es el grupo de enfoque que encabeza en porcentaje la producción de envases con un 50 %, después de una jornada laboral de 8 o más horas, una persona llega a casa tras un viaje en transporte público o en automóvil, habiendo sobrevivido al tráfico, las condiciones climáticas e imprevistos.

Al llegar, se da cuenta de que no tiene comida preparada y ¿qué hace?, ¿inicia todo el proceso desde cero para preparar algún alimento en específico? O quizá prefiera servirse un cereal que estará listo en menos de dos minutos, una avena instantánea, unos huevos con frijoles enlatados, o tal vez algún atún enlatado. O ¿qué tal si se le antojan unos *hot cakes*, pero ya no tiene ni energía, ni tiempo para hacer la mezcla? No hay que preocuparse, ya existe una mezcla lista, sólo se necesita vaciarla en un sartén.

¿Sigue siendo mucho trabajo? No hay que estresarse; cierta marca tiene una línea de producción ya listos, que pueden comprarse en la tienda de conveniencia más cercana. Y no se necesita lavar los platos, sólo hay que desechar la envoltura en la que venía; también es posible comprar una bebida envasada para acompañar. ¡Oh!, y qué tal, en la misma tienda hay fruta pelada, picada y desinfectada, ¿en un envase de plástico?, bueno, está lista para llevar al día siguiente como desayuno.

¿Se entiende la ironía? La búsqueda de la satisfacción, del placer inmediato, aumenta la intolerancia al estrés, a la frustración y al dolor. Lentamente se pierde la tolerancia a la espera y nadie está dispuesto a pasar hambre. Esta ilustración no se limita a un acto tan simple como la alimentación: el contenido en redes sociales, la comunicación entre individuos, la información que hoy es nueva y el día de mañana es obsoleta. El mundo es rápido, adicto al placer, la comodidad y la zona de confort. Una vez más, surge el cuestionamiento de hasta qué punto el envase promueve o limita en una industria que emplea directamente a 96,365 personas y genera indirectamente 482,000 empleos, que vale 21,200 millones dólares (Anuario AMEE, 2023), representa el 1.9 % del PIB del país y donde empresas extranjeras, como Mordor Intelligence, proyectan un crecimiento del 14 % para el año 2029.

Como individuos, profesionistas y diseñadores, es necesario cuestionar a quién benefician realmente estas proyecciones, si a las grandes jerarquías o si promueven un desarrollo justo, que impulse la competencia para las pequeñas y medianas empresas o a las localidades que proveen los recursos para la producción.

El esbozo histórico proporcionado en la introducción permite analizar el incremento de la conciencia medioambiental que dio pie a términos como sustentabilidad. Carlo Vezzoli y Ezio Manzini (2015), en su libro *Diseño de Productos Ambientalmente Sustentables*, refieren a la sustentabilidad como:

> las condiciones sistémicas para que, en su dimensión planetaria y en su dimensión regional, las actividades humanas no perturben —más de lo que la resiliencia del planeta lo permita— los ciclos naturales en que se basan, y al mismo tiempo, no se empobrece el capital natural que se transmitirá a las generaciones futuras. (p. 24)

Los autores añaden a esta definición un tercer factor de carácter ético:

> el principio de equidad, por lo que se dice que, en el marco de la sustentabilidad, cada persona —incluidas las futuras generaciones— tiene derecho al mismo espacio ambiental, es decir, a la misma disponibilidad de recursos globales. (p. 24)

En la opinión pública, se permite observar que de 2010 a 2023 ha habido un incremento de un 83 % en consumidores de 18 a 24 años en disposición de pagar más (lo que habla de una cuestión generacional y cultural) por un artículo con envase y embalaje sostenible. Sin embargo, en la práctica esto no es así.

Existe un principio en términos de derecho ambiental conocido como *The Polluter Pays Principle (PPP)*[6], o en español el principio del que contamina paga. El principio establece que las entidades o personas responsables de producir la contaminación deben asumir la responsabilidad cubriendo los costos asociados a la reparación del daño ambiental. Si se aplica este principio a una empresa que adopta procesos de producción para bienes o servicios sostenibles y respetuosos con el medio ambiente, los gastos adicionales, como la inversión en tecnologías limpias, sistemas de reciclaje, métodos de tratamiento de residuos, extracción de materias primas, entre otros, se reflejan en el costo final.

Para entenderlo mejor: si una empresa fabrica X producto y sus materiales y procesos contaminan el agua y el aire de cierta localidad, los costos para reparar el daño son asumidos por el Gobierno y la comunidad. Sin embargo, al aplicar el PPP, la empresa debe asumir su responsabilidad y cubrir esos gastos. Para evitar costos adicionales, la empresa se ve en la necesidad de buscar alternativas e integrar elementos sustentables en sus ciclos de producción y diseño. Como consecuencia, el producto X incrementa de precio, ya que en él se refleja la conciencia y el esfuerzo no sólo por preservar los recursos del planeta, sino también por dignificar la vida humana.

Puede resultar menos atractivo, pero aquí es donde se debe entender el ecosistema alrededor de una industria como la del envase en México y sus diferentes actores, que deben facilitar la trascendencia cultural. Se requiere de asociaciones, Gobiernos, consultores, marcas, diseñadores y profesores de universidad, reiterando que el punto clave es la educación, transparencia, veracidad y acceso a la información, lo que permite expandir la visión de que estas acciones no son una carga, sino una contribución significativa al bienestar presente y futuro. Se espera que con el tiempo, la demanda permita regular la asequibilidad y accesibilidad para todos estos productos y servicios.

Por eso es necesario el arraigo y aplicación en los diferentes niveles que construyen la sociedad artificial de conceptos como *economía circular*[7], sustentabilidad, reciclabilidad, reducción, reutilización, junto con enfoques y metodologías que, en el diseño permitan la consecución de los objetivos. A continuación, se procede a visualizar si se alcanzaron las metas de los ODS de la Agenda 2030, lo cual subraya la urgencia de estas transformaciones.

Estos objetivos son parte del contexto global que impulsa a la industria del país a adaptarse, adoptar compromisos ambientales, y cumplir los requisitos para educar a los consumidores sobre el impacto de sus decisiones de compra.

La alineación de los enfoques de diseño sustentable debe tomar en cuenta que no sólo se debe cumplir la normatividad, sino agregar a la formalización códigos de conducta profesional que transformen la manera en que se conceptualizan y producen los envases.

El enfoque metodológico planteado para el desarrollo de este proyecto es de carácter cualitativo; tiene el propósito de explorar la relación entre diseño, ética y enfoques aplicados de sostenibilidad en el contexto contem-

poráneo de la industria del envase en México. Este enfoque permite analizar las prácticas actuales de la industria y el rol del diseño como agente de cambio hacia una cultura de consumo más responsable.

Figura 1
Objetivos de desarrollo sostenible

Fuente: La Asamblea General adopta la Agenda 2030 para el desarrollo sostenible, 2015, Naciones Unidas (https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2015/09/la-asamblea-general-adopta-la-agenda-2030-para-el-desarrollo-sostenible/)

Metodología

El estudio se divide en tres partes. La primera establece la pauta del diálogo respecto a la práctica del diseñador en la construcción social de lo que se percibe como mundo artificial, las concepciones de libertad en la profesión, nociones éticas y morales. En la segunda, se abordan todos los factores externos que intervienen en los procesos de conceptualización para el desarrollo de la ejecución en la industria del envase, factores económicos, jerárquicos y sistémicos que establecen los patrones de control y de consumo, limitantes y conflictos a los cuales el diseñador visual debe enfrentarse. La última unidad contextualiza el significado de la industria del

envase en México como ingreso al país, productor de empleos y medios de acción para alcanzar lineamientos y compromisos globales en función de la concientización industrial y de consumo responsable. Cada unidad permite explorar el panorama que integra los factores limitantes o potenciadores en el desarrollo de enfoques y métodos de diseño sostenible en México.

El diseño de investigación se basa en un análisis crítico reflexivo de los autores clave en la materia, destacando a Victor Papanek, John Thackara, Zigmunt Bauman, Herbert Simon, entre otros, con el objetivo de explorar cómo sus perspectivas, conceptos y teorías se conectan para la comprensión de un diseño ético y responsable en el contexto de la sostenibilidad y en las dinámicas de las diferentes esferas estructurales de la industria y la vida diaria.

El análisis temático permite identificar y desglosar los temas recurrentes en la documentación revisada, como el papel del diseñador en la promoción de prácticas de sostenibilidad, desde la concepción, antes del desarrollo e implementación, la influencia de normativas como agentes limitantes y de control como la Agenda 2030 y los ODS, los principios del código de conducta profesional para diseñadoras como la Guía Icograda y el impacto visual en el comportamiento de los consumidores. Destacando áreas clave de intervención para el diseñador en la industria del envase, especialmente en la creación de etiquetas informativas que educan y sensibilizan al consumidor.

Este enfoque de análisis permite evaluar las áreas donde el diseño visual influye directamente en la sostenibilidad, aunque también da a entender cómo las colaboraciones entre empresas y proveedores pueden contribuir a la circularidad y la adopción de prácticas responsables en la industria del envase.

Las metodologías de investigación enfrentan ciertas limitaciones que pueden influir en la interpretación de los hallazgos y en la generalización de los resultados. En primer lugar, la investigación se basa en un análisis cualitativo, por lo que los hallazgos están sujetos a interpretaciones contextuales. Además, una proporción significativa de la literatura y documentación disponible sobre sustentabilidad y diseño en la industria del envase se encuentra en inglés, lo que supone una barrera lingüística que puede limitar el acceso a ciertas fuentes y datos relevantes para el contexto mexicano. La traducción de estos documentos puede llevar a interpretaciones distintas y afectar la precisión.

Análisis

La moral se basa en el conjunto de experiencias que se adquieren a medida que un individuo socializa, con lo que aprende valores y se apropia de las creencias culturales en el proceso que influye en la toma de decisiones y vida personal. La ética, más que un concepto, es una práctica, un propósito más grande que trasciende la individualidad; en lo profesional desempeña una guía de principios que se consideran correctos.

Estos conceptos están fuertemente ligados al contexto geográfico, cultural y temporal, por lo que ciertos principios, valores y creencias arraigados pueden variar interpretativamente por dichos factores. En el ámbito profesional del diseño, y específicamente del diseñador y comunicador visual, implican la noción de responsabilidad por las decisiones que se tomen en la práctica, considerando el impacto que ésta tenga en la sociedad y sus repercusiones.

El diseño implica un proceso, una interpretación de las necesidades demandadas por la sociedad para formular una solución acorde a éstas. Las necesidades surgen de la interacción en las diferentes esferas naturales, sociales, culturales, políticas y económicas del individuo con su entorno, por lo que la intervención del diseño influye profundamente en esta dinámica diaria.

Este artículo no se refiere al diseño únicamente como la creación de productos, soluciones visuales o experiencias de bienes o servicios para el usuario, con un fin meramente comercial; habla del uso de estos medios como herramientas transitorias hacia enfoques que permitan el cambio de actitudes perjudiciales al mundo natural y el entorno con el que se convive, en relación con el mundo artificial que los profesionistas del diseño ayudan a construir.

Para lograr cambios, se requiere cuestionar una forma de pensar que lleva un estilo de vida que ha perpetrado desde la Revolución Industrial, el consumo y la transgresión desproporcionada para con el entorno natural, y en consecuencia en el entorno social. Este impacto ha dado lugar a conceptos que permiten integrar el factor ambiental en la resolución de problemáticas, como el de sustentabilidad. Por eso, un enfoque ético y moral en el diseño en general lleva naturalmente a la relación y el trabajo en conjunto de estos factores.

La sustentabilidad es, por lo tanto, un acto de empatía, una práctica ética, el objetivo de un bien mayor que considera el suplir de las necesidades de las generaciones presentes sin perjudicar las futuras, por lo que no es extraño que un enfoque ético y moral en el diseño se relacione con conceptos de carácter ambiental, orientándose hacia nuevos enfoques y términos como en su momento fue el diseño sustentable, ecodeseño, diseño verde. Cabe aclarar, si bien son variantes, todos comparten el mismo objetivo de disminuir los impactos ambientales en los diferentes ciclos de vida del elemento a diseñar.

Bauman habla de una sociedad consumista que compra por invertir en la propia pertenencia de la sociedad y adquirir valor y estatus, influenciada por la satisfacción inmediata de deseos fugaces. El consumo responsable, por lo tanto, implica un ejercicio reflexivo cuyo proceso ocurre antes, durante y después de la compra. Según el artículo "Acciones para un consumo responsable" (2023), de la página del Gobierno de México, el consumidor debe asumir las consecuencias que esta adquisición pueda traer a los diferentes sectores que integran su vida diaria, como la salud, economía y el medio ambiente; sobre lo cual, una decisión informada representa beneficio propio y para los demás.

El Gobierno de México pone a disposición información y ejemplos de cómo ser un consumidor inteligente, lo que implica una adopción o modificación de hábitos. Con base en la información de la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO), se puede encontrar la siguiente información.

El enfoque básico promovido por el Gobierno de México para una gestión adecuada de residuos sólidos se basa en la regla de las 3R: reducir, reciclar y reutilizar. Estos tres conceptos implican, a su vez, un ejercicio de clasificación y valoración de lo que se considera residuos sólidos urbanos, según el artículo 18 de la Ley General para la Prevención y Gestión Integral de Residuos. La importancia de esta clasificación radica en que la mayoría de los residuos generados en las urbes son reutilizables y reciclables, lo que permite la restitución de su valor económico, siempre y cuando esta restitución favorezca el ahorro de materias primas como agua, luz, gas, sin daño a la salud, ecosistemas o cualquier otro elemento (SEMARNAT, 2023). Cuando no se realiza una separación adecuada, estos desechos se convierten en basura[8], lo que complica su aprovechamiento.

Hay ciertas complicaciones que generan deficiencias en el proceso de identificación si se usa un solo código de color e iconográfico para la sepa-

ración de residuos, lo que, al mismo tiempo, impide que se arraigue en la vida diaria una práctica constante. Esto se debe a que se han encontrado al menos tres códigos diferentes que varían entre estados o a nivel internacional.

Tabla 1

Acciones para un consumo responsable en México

Acción	De qué va...
Consumo consciente	Cuando eres consciente de tu poder como consumidor para elegir lo que más te conviene, de tus derechos y obligaciones, que sabes lo que necesitas y asumes las consecuencias de tu modo de consumir.
Consumo informado	Cuando comparas calidad y precio, piensas en invertir antes que en gastar, valoras que tus elecciones de consumo satisfacen tus necesidades reales y los beneficios que traerán a tu vida, a tu familia y a tu comunidad.
Consumo crítico	Eres crítico ante la publicidad y la moda, eliges y conservas lo que necesitas y te gusta.
Consumo saludable	Llevas una alimentación balanceada y lees las etiquetas de los alimentos procesados antes de adquirirlos.
Consumo sustentable	Reduces los efectos de tu consumo en el ambiente al elegir productos ecológicos, ahorras energía y agua, separas la basura, tratas de usar menos el auto y aprovechas los productos antes de tirarlos.
Consumo solidario	Consideras los efectos de tu consumo en los demás y prefieres productos hechos a mano o de proveedores socialmente responsables, con políticas laborales justas y procesos de producción limpios.
Consumo activo	Sumas tus fuerzas a la de otros y te organizas con ellos para defender sus derechos, exigir calidad y hacer alianza para lograr relaciones de consumo más equitativas.

Fuente: Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco). "Conviértete en un Consumidor Responsable".

Fuente: Acciones para un consumo responsable, Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO), 2023, Gobierno de México (https://www.gob.mx/profeco/documentos/acciones-para-un-consumo-responsable?state=published)

En México, la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT), en conjunto con el Centro de Investigación de Diseño Industrial de la UNAM (CIDI), pidió a sus especialistas en Diseño Gráfico, Diseño Industrial, Artes Gráficas y Comunicación Visual desarrollar la imagen

iconográfica para identificar los residuos urbanos a nivel nacional, siendo un ejemplo de lo que el diseño visual puede desarrollar para la promoción, educación y orientación de la población hacia tendencias de enfoques de vida sustentables.

Existen ciertos aspectos legales que un envase debe cumplir para su manejo, distribución y desecho. Dentro del etiquetado, se incluyen Normas Oficiales Mexicanas y de aspecto internacional como las ISO, que pueden clasificarse como obligatorias, como indicaciones sobre descripción del producto, peso, marca, ingredientes, fecha de caducidad, entre otros, o voluntarias, como las autodeclaraciones por terceros.

El papel que juega la relación entre la concientización y educación del consumidor con el diseño adecuado de etiqueta y paneles de producto, como herramientas clave de comunicación para el reciclaje y la disposición del producto, depende en gran medida del diseño en el envase. La gráfica, la forma y la materialidad crea una impresión que guía las elecciones del consumidor, y es deber de la empresa garantizar la seguridad, control y orientación de éste al momento de su compra. Igualmente, debe tomar en cuenta la posibilidad de reutilización, una vez que esté vacío.

Durante los meses de agosto y septiembre, la AMEE llevó a cabo una serie de webinars o conferencias virtuales mediante la plataforma Zoom. La ponencia *Ecodiseño de empaques en México/ Retos y oportunidades para la Economía Circular*, celebrada el 23 de agosto de 2024, estuvo a cargo de Karla Maciel, del área de desarrollo empresarial de la empresa Avery Denisson, especializada en la fabricación de materiales para el diseño de etiquetas funcionales. Durante la reunión, se discutió cómo las etiquetas constituyen el 3 % de un envase complejo. El buen diseño estructural y gráfico de la misma permite la integración en el ciclo de vida del producto y la efectividad de su reciclabilidad, además de fomentar el ejercicio reflexivo y modificación de hábitos hacia un consumo inteligente para todo el público.

Algunas de las tendencias para etiquetas con un enfoque sustentable para el 2024 incluyen:

- Etiquetas sustentables
- Soluciones repulpables
- Adhesivos lavables

En la industria del envase, para que un producto pueda ser lanzado en mercados nacionales e internacionales y reducir la probabilidad de ser rechazado en su destino final, debe cumplir normas y regulaciones de control de calidad, informativas y de marca. La industria, a diferencia de los actores locales, como menciona Bauman, goza de una libertad prácticamente ilimitada debido a su operatividad, que no la restringe a sujetarse a factores geográficos ni consideraciones con sus empleados. Su objetivo es maximizar sus propios intereses.

El diseñador visual se enfrenta a muchas limitaciones al tener que equilibrar los intereses de la empresa, el cumplimiento de las normativas legales y el respeto a los valores éticos en procesos sustentables. Debe cumplir con los objetivos acordados, de acuerdo a las demandas del mercado y tendencias, y rendir cuentas a su empleador y cliente. Por lo que, su compromiso con la sustentabilidad y valores éticos está condicionado por los intereses económicos de los inversionistas, quienes toman las decisiones finales en los procesos de producción; además, en decisiones estructurales, como la elección de materiales, tiene poca capacidad de intervención para promover la sustentabilidad. Debe trabajar con el espacio reducido de los paneles del envase, manejar la imagen y operación de la marca sin comprometer la calidad ni la reputación, al tiempo que contribuye a posicionar a la empresa en un mercado altamente competitivo y diverso.

A pesar de tales limitaciones, si se retoma la idea principal, que el diseño en el envase provoca una impresión y ejerce influencia en las decisiones de consumo del usuario, automáticamente se observa cómo interactúa y percibe el mundo. A través del concepto de mundo artificial de Simon (2006), que refiere la construcción primeramente de sistemas y entornos diseñados para generar ciertas dinámicas que pueden impactar de manera positiva o negativa, es que se refuerza el argumento de la contribución del diseño y del envase a la creación de una realidad artificial mediante elementos que forman parte de la vida cotidiana.

Mediante el diseño, se puede analizar el momento histórico en el que se encuentra la humanidad. Éste se ha implementado y puede seguir utilizándose en pro de mejorar la calidad de vida de las personas y facilitar sus necesidades y dinámicas. Sin embargo, también puede generar efectos negativos cuando se centra en perpetuar sistemas no equitativos, continuando con la generación de productos, servicios y experiencias basadas en obsolescencias programadas para individuos que se desenvuelven en

una sociedad rápida y consumista. Por lo que el diseño debe ser lo suficientemente resistente y adaptable ante diferentes circunstancias, enfocadas al bienestar social.

En un sistema tan complejo ajustado a los objetivos establecidos, la realidad práctica de la integración de los principios éticos en el diseño puede entenderse de la siguiente manera:

> A menudo tendremos que contentarnos con cumplir los objetivos de diseño de forma aproximada nada más [...] el comportamiento del sistema responderá solo en parte a su entorno operativo; en parte, responderá a las propiedades limitativas del sistema interior. (Simon, 2006, p. 14)

Con mucha más razón, es fundamental la enseñanza y regulación de los códigos de ética para los profesionales de diseño, quienes, en la medida que se les permita, deben contribuir a una sociedad más consciente y responsable con sus decisiones.

En México, no existe un código establecido para toda la industria del diseño. Muchas organizaciones que forman parte de consejos de diseño cuentan con sus propios códigos de conducta o códigos éticos. Algunos de ellos son:

- Los lineamientos de QUORUM del Consejo de Diseñadores de México, A.C.
- CODIGRAM del Colegio de Diseñadores Industriales y Gráficos de México, A.C.

De manera general, los puntos repetitivos en cada código se apegan a los principios básicos del respeto al prójimo y moralidad.

En particular, el International Council of Design (ICOGRADA) proporciona un *Código de Conducta Profesional para Diseñadores,* cuya aspiración es servir como referente para aquéllos que no cuentan con un código profesional y desean adherirse a estándares internacionales, ya sean asociaciones profesionales que buscan desarrollar su propio código o instituciones educativas con planes de estudios en desarrollo (ICOGRADA, 2020). El documento desglosa tres puntos importantes del profesionalismo en el diseño: el desempeño profesional, la conducta profesional y la responsabilidad profesional ante la sociedad.

Transgredir los códigos éticos no sólo representa una falta de integridad hacia los valores propios adoptados, sino que también genera una percepción negativa que degrada la profesión del diseño.

En un mundo interconectado, los sistemas jerárquicos, económicos y estructurales configuran patrones de control que influyen directamente en las industrias del diseño y, en consecuencia, en sus aplicaciones y tendencias. Se vive una transición marcada por la lucha de poder para imponer un nuevo orden mundial, liderado por las grandes potencias emergentes. Considerando esto, la influencia de líderes políticos cuyas ideologías y políticas contradicen, e incluso niegan, hechos tan evidentes como el cambio climático obstaculiza las regulaciones ambientales, afectando directamente al panorama global.

Como es el caso de Estados Unidos, con la reciente elección de Donald Trump como presidente en 2024, país que, junto con China e India, resulta ser uno de los mayores contaminantes del mundo (Garrett, 2023), demuestra la resistencia de las potencias a abordar de manera efectiva los problemas medioambientales. Lamentablemente, como líder económico, Estados Unidos se convierte en referente para otros países, lo que representa un notorio obstáculo para los que buscan equilibrar el progreso y crecimiento de sus enfoques de producción y regulación sostenible.

México es uno de los países afectados debido a los compromisos globales que adoptó, por tanto, tiene como ejemplo a los países más desarrollados, que se encargan de regular los acuerdos. La industria del envase y embalajes es un sector clave que contribuye significativamente al PIB nacional. Desde su ideación, producción, distribución y manejo de residuos, es una fuente de empleos directos e indirectos y un sector esencial para muchas otras industrias. Por ello, la alineación a compromisos de objetivos globales y cualquier cambio en los lineamientos de carácter sostenible (entre otros) genera un impacto en la dinámica de este sector y su desarrollo en el país.

Específicamente, México forma parte de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe, que adquirió los compromisos de la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible como una herramienta de planificación y seguimiento de temas altamente prioritarios para la región, como la erradicación de la pobreza extrema, el crecimiento económico inclusivo, el cambio climático y la dirección hacia ciudades sostenibles.

La idea es que el Gobierno, la sociedad civil, el ámbito académico y el sector privado analicen y se apropien de los valores e ideales que se exponen en dicho documento, con el fin de transitar hacia un proceso civilizatorio con sociedades igualitarias.

De los 17 ODS establecidos, aquí se resaltan los que tienen una mayor relación industria, diseño y sostenibilidad:

Figura 2

ODS 12, Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2020, (https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45623/1/S2000863_es.pdf)

El objetivo consiste en hacer más y mejor con menos, sin descuidar el incremento de las ganancias netas de bienestar en las actividades económicas. La participación integra la industria, la legislación, investigadores (en el diseño también), científicos, medios de comunicación, entre otros interesados de todos los países, bajo el liderazgo de los países desarrollados. El medio de acción se basa en la sensibilización y educación del consumidor, a quien se le debe facilitar la información a través de normas y etiquetas.

Figura 3

ODS 13, Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2020, (https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45623/1/S2000863_es.pdf)

El cambio climático es un hecho que impacta negativamente en diferentes sectores de desarrollo humano, como la economía nacional y la calidad de vida, que trae repercusiones devastadoras, como fenómenos meteorológicos extremos. Plantea la necesidad de adaptabilidad y prevención en esferas políticas, estratégicas y en planes nacionales. Esto relaciona la contribución que puede generar el individuo al ser educado y sensibilizado respecto a la mitigación del cambio climático y la reducción de sus acciones perjudiciales en las diferentes dinámicas de su vida diaria.

Figura 4

ODS 7, Garantizar el acceso a una energía asequible, fiable, sostenible y moderna para todos

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2020, (https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45623/1/S2000863_es.pdf)

La energía, al ser materia prima, es un factor esencial en los procesos de producción en la industria del envase y del diseño. El implementar energía limpia y asequible contribuye a la cadena de valor del método de diseño sostenible.

Existen obstáculos, como los conflictos bélicos y las tensiones geopolíticas, que generan inestabilidad en el mercado y, por lo tanto, variaciones significativas en el costo de la energía, impactando en los procesos de producción estables.

Figura 5

ODS 8, Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2020, (https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45623/1/S2000863_es.pdf)

El desarrollo integral, incluido el diseño, debe crear en la sociedad condiciones para acceder a empleos de calidad, que estimulen e impulsen la economía sin dañar el medio ambiente.

El objetivo planea poner fin a las condiciones de esclavitud moderna. Sin embargo, en un sistema de justicia, donde quien tiene más es quien impone y controla las tendencias, las micro, pequeñas y medianas empresas enfrentan barreras para crecer. Aunque se estipula que el cambio debe comenzar en los países desarrollos, la cuestión radica en que, si éstos continúan impulsándose y permaneciendo en la cúspide de la pirámide global, los países subdesarrollados y en vías de desarrollo seguirán marginados, perpetuando condiciones desiguales.

Figura 6

ODS 9, Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2020, (https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45623/1/S2000863_es.pdf)

La inversión en infraestructura, el apoyo financiero, el desarrollo tecnológico y la colaboración del sector gubernamental influyen en el bienestar sanitario, educativo y fortalecen la economía. El diseño optimiza los productos y procesos comunicativos. Cabe destacar que este objetivo expone la importancia de la investigación científica para la mejora de las capacidades de los sectores industriales en los diferentes sectores de los países. En este sentido, la investigación en diseño es crucial; la propia naturaleza de la disciplina exige una constante adaptación para contribuir a estas metas, optimizando la comunicación efectiva en los desarrollos y favoreciendo el progreso de los sectores involucrados.

El esfuerzo por salvaguardar el patrimonio cultural y natural, en relación con el trabajo del diseñador visual en el sector del envase y embalaje, se refleja en la tarea de producir envases que dignifiquen (en el caso de México) la cultura y el patrimonio. Esto genera impacto en la apropiación de hábitos para contrarrestar el daño ambiental negativo del individuo per cápita en las ciudades, además de contribuir a la mejora de la calidad de vida.

Figura 7

ODS 11, Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2020, (https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45623/1/S2000863_es.pdf)

Figura 8

ODS 6, Garantizar la disponibilidad y la gestión sostenible del agua y el saneamiento para todos

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2020, (https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45623/1/S2000863_es.pdf)

Figura 9

ODS 14, Conservar y utilizar sostenibilemente los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2020, (https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45623/1/S2000863_es.pdf)

Tomando en cuenta el factor previamente discutido sobre la materia prima como la energía, el agua es un recurso fundamental e indispensable para el proceso de producción en la industria del diseño. Es necesario reflexionar sobre la calidad de vida que estos recursos ofrecen a los individuos.

Figura 10

ODS 16, Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y construir a todos los niveles institucionales eficaces e inclusivas que rindan cuentas

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2020). (https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45623/1/S2000863_es.pdf)

Relacionado con el fomento de las prácticas éticas del diseño integral, busca un entorno justo y favorable para la calidad de vida social.

Figura 11

ODS 17, Fortalecer los medios de implementación y revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2020, (https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45623/1/S2000863_es.pdf)

El objetivo plantea la constitución de principios y valores de una sola visión compartida (mundialización), donde la inversión actúe como detonante en sectores clave, especialmente en países en desarrollo. Las tec-

nologías de la información y las comunicaciones deben contribuir a la formulación de marcos de vigilancia, reglamentos y estructuras de incentivos que faciliten esas inversiones para fortalecer el desarrollo sostenible.

Al observar los efectos de la inversión de los países desarrollados, se comprende que éstos se convierten en los modelos a seguir para el resto del mundo. Por ende, son ellos los que continúan marcando los estándares y tendencias en los procesos de producción, patrones de consumo y diseño.

Generando un control mediante el fortalecimiento de mecanismos nacionales de vigilancia en organismos de poder legislativo. La influencia de la persona que ocupe la posición de liderazgo en dichos organismos será crucial, ya que las ideologías y valores que tenga favorecerán o perjudicarán los resultados, ya sea en pro o en contra del beneficio social.

La serie de matices y variables exponen la complejidad de la naturaleza humana, los problemas actuales en la industria del envase, el consumo y las limitaciones en la aplicación de enfoques de diseño sostenible. Es el concepto de melancolía, propuesto por Roger Bartra en su libro La jaula de la melancolía (1987), el que consigue englobar y unificar todas estas cuestiones en una única línea, la de una sociedad atrapada en el deseo de cambio y las realidades de las estructuras del sistema que impiden su transformación. Esta melancolía colectiva se convierte en una conexión de las cuestiones de identidad, sostenibilidad y ética laboral, lo que a su vez revela una frustración común ante el cambio que, a pesar de su urgencia, siempre parece intratable.

Antes de adoptar y seguir ciertos ideales, es clave analizar los procesos civilizatorios subyacentes. Aquél que no construye un pensamiento crítico se convierte en una pieza de la transhumanidad y de la melancolía, lo que conduce a un despojo de la autonomía. Aunque no siempre es evidente, implica un modelo de régimen lineal en una era de comodidad y complacencia tecnológica, donde muchos se dejan manipular por lo que algo o alguien más les dice y, por ignorancia o desinterés, no lo cuestionan siempre y cuando no afecte sus incentivos o intereses.

Discusión

El papel fundamental del buen juicio implica ser el puente interpretativo de las necesidades de una sociedad desarrollada, inmersa en un modelo económico basado en la sobreproducción y el consumo desmedido, donde

la dinámica de vida acelerada no es sinónimo de ligereza. Por el contrario, el sentido de pertenencia a un estatus de valor adquirido refleja lo que no necesariamente se necesita, pero sí se desea.

Teórica e históricamente, el diseño ha fungido como una herramienta de influencia que, en la industria del envase, directamente atañe a cómo los productos son demandados, percibidos, utilizados y desechados. Esto implica que, en primer lugar, el diseñador debe tomar conciencia de la responsabilidad profesional que tiene con la sociedad y el entorno, lo cual conlleva una actualización y aprendizaje constante de los procesos de desarrollo tecnológico, materialidad, operatividad, ciclo de vida, gráfica y su disposición final; para la implementación en la práctica de los proyectos a futuro. Con el fin de generar un impacto significativo, idealmente positivo, orientado a la transición del público en general hacia perspectivas y hábitos en promoción de la preservación y conciencia medioambiental.

Debido a la importancia del diseñador como un actor social e interventor en las dinámicas de los consumidores, le es casi obligatorio (también) estar informando de lo que sucede a nivel nacional y global, ya que se viven momentos de cambios significativos. Primero, el país experimenta el mandato de la primera mujer presidenta, en un país marcado por el machismo. Segundo, se aproximan los resultados de la evaluación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible planteados por la ONU. Tercero, las noticias y los acontecimientos políticos globales exponen una incierta lucha de poder, de la que no se sabe cómo jugará cada implicado sus piezas para instaurar su lugar en un nuevo orden mundial.

En esta contienda, Estados Unidos al no verse como la potencia que llegó a ser en el pasado, se ve amenazado por los países emergentes que buscan desplazarlo y tomar el mando en las diferentes esferas de influencia global. Naciones como Rusia, India, China y Japón, que avanzan constantemente en el desarrollo de tecnologías informáticas, de salud y de producción, se posicionan como competidores estratégicos en la reconfiguración de las relaciones internaciones y tratados comerciales.

Hoy en día, el poder es informático; ya no es únicamente de quien pueda pagarlo, sino quien tenga el tiempo a su favor y la información necesaria para poder actuar.

Esto ocasiona la vivencia de múltiples guerras, no sólo armamentistas, sino que interfieren multidimensionalmente, en las que la información se utiliza para manipular y generar pánico y miedo; lo cual afecta a las nuevas

generaciones cuya predisposición cognoscitiva ya no desarrolla el pensamiento crítico de la misma manera que generaciones atrás. Bajo este panorama, difícilmente una persona se siente tranquila, siempre tiene algo que ver o que hacer.

En esta construcción de un mundo acelerado, adicionado de guerras cognoscitivas, se alimenta un estilo de vida deshumanizante caracterizado por la apatía, que refleja la manera en que se consume y los productos que demanda el mercado. Como se ejemplificó en la unidad 3, una persona que después de varias horas de trabajo, de desgaste mental, físico y temporal, con hambre, busca lo que sea más rápido para saciarla; el mercado ofrece de manera accesible a la vida cotidiana, servicios y productos envasados y procesados que suplen esa necesidad. Sin embargo, esto no implica necesariamente que sea una compra inteligente.

Sobre lo mexicano, el consumo se convierte en un acto de identidad, un reflejo de la codificación construida a partir de modelos universales que combinan estereotipos psicológicos y panoramas históricos marcados por una melancolía nacional de un pasado herido.

El diseño integral, de carácter ético con enfoque sustentable, engloba todos estos factores. La realidad, como se planteó en la introducción, es que el planeta seguirá existiendo a menos que una fuerza mayor lo destruya. Se puede destruir el entorno, agotar el agua, devastar los bosques, respirar aire contaminado, consumir alimentos innecesariamente sobreenvasados, alterados química y hormonalmente, y desecharlos sin considerar el impacto en la salud pública ni la del planeta, dar poder a personas cuya ideología está a favor de eliminar regulaciones ambientales sin tener idea del impacto negativo en la calidad de vida y las relaciones internacionales, ¿pero es eso con lo que hay que conformarse? La condición de vida humana es la que se encuentra en peligro, y es esta condición ambiciosamente egoísta, apática y desconsiderada, la que propicia la extinción humana. O, por el contrario, ¿la misma ambivalencia del ser humano elevará la dignificación de una buena calidad de vida para todos?

Esto es un llamado urgente a la reflexión. Existen muchas limitantes, sobre todo para los comunicadores visuales en una industria tan compleja como la del envase, pero la posibilidad de ser agente de cambio como profesionista del diseño no es cero. Como actores sociales, es esencial adquirir el compromiso de impulsar y promover cambios de conducta en el consumidor, hasta donde el medio lo permita. Despertar la iniciativa en el

desarrollo de proyectos aplicados y de investigación permite lograr estos cambios; sobre todo, no deben transgredirse los códigos éticos que le otorgan valor a la profesión.

Resultados

Las variantes demuestran factores recurrentes en el análisis de los diferentes autores y libros consultados. Se enlistan las siguientes:

1. La responsabilidad profesional del diseñador ante la sociedad, frente al rol universalmente adoptado de un modelo económico basado en la sobreproducción y consumo desmedido.
2. El desarrollo profesional continuo y la necesidad de un aprendizaje permanente, adaptado a las condiciones del entorno, a las nuevas tecnologías y ciencias en términos de impacto ambiental; así como el emprendimiento de investigaciones que permiten el avance de los conocimientos y el prestigio de la profesión. A su vez, la guía adecuada de las nuevas generaciones en formación.
3. La urgente necesidad de regulación y enseñanza de códigos éticos que sirvan de guía al diseñador visual para sus proyectos.
4. El factor educativo como medio de concientización y transición de la población en general hacia hábitos de consumo responsable e inteligente, así como hacia estilos menos dañinos para el entorno. La evaluación de las repercusiones negativas de un diseño mal concebido, las cuales no permiten una impregnación eficiente en la población de conceptos como sustentabilidad, reciclaje, reutilización y reducción.
5. La diversidad cultural y los arquetipos compuestos por estereotipos psicológicos e ideales colectivos en relación con las demandas de consumo. El diseño y la funcionalidad del envase deben cumplir con la satisfacción de las necesidades reales de todos y no sólo de un cierto sector privilegiado.
6. Cumplimiento legal de las normas nacionales e internacionales para el desarrollo de la gráfica del envase para su lanzamiento en el mercado.

7. Conflictos de interés y abuso de poder. En un acuerdo de contrato, el diseñador visual da cuentas a su empleador, quien tiene sus propios objetivos y pueden o no simpatizar con los valores éticos del diseñador, puesto que podrían priorizar la maximización de sus bienes y la competitividad en el mercado.
8. Mundialización e interconexión de los procesos informativos, político—culturales y económicos que generan y regulan las tendencias, normas y acuerdos en los procesos de producción y enfoques de carácter sostenible para la industria del envase.

Conclusiones

El papel del diseñador debe ir más allá de la creación de objetos superficiales, debe adoptar una actitud crítica y responsable ante las necesidades ecológicas y sociales. En un contexto de sobreconsumo y prácticas industriales que priorizan la producción y el beneficio económico, los diseñadores son intérpretes de las necesidades y creadores de visiones que favorecen las prácticas sostenibles y el consumo consciente. Los análisis de mercado muestran que los estilos de vida actuales frecuentemente mantienen patrones de consumo insostenibles; sin embargo, al comprender estas tendencias, un diseñador puede orientar sus proyectos para crear una imagen de país basada en la conciencia ambiental y la reducción del impacto ecológico.

El diseño visual aplicado al envase enfrenta numerosas limitaciones. En las decisiones finales del proceso estructural de los envases, la intervención para promover enfoques sustentables es mínima, ya que quienes deciden son los inversionistas de un sistema complejo. La libertad de aplicar enfoques éticos en proyectos de un mundo regido por sistemas jerárquicos es reducida. La dinámica de consumo en el sistema capitalista, con su producción excesiva, se resiste a avanzar hacia bienes de mayor impacto social, influenciados por el egocentrismo y la transitoriedad humana, vinculada a la melancolía y a la apropiación colectiva de ideales sobre lo que significa pertenecer a la sociedad.

México avanza lentamente en un orden mundial donde surgen países potencialmente dominantes y está profundamente marcado por la traición en un panorama histórico. Sus Gobiernos no hacen más que reforzar y perpetuar estereotipos de las máscaras del mexicano, relacionadas con la

ferocidad y la misantropía, lo cual ralentiza la introducción en la sociedad de conceptos como la sustentabilidad, que busca desapegar al individuo del egoísmo y la individualidad. La predisposición cognitiva hacia un estilo de vida cómodo genera una relación indiferente con los demás y el entorno, un estilo de vida rápido que desgasta mental y emocionalmente, y desconecta de los acontecimientos tanto globales como locales. Nadie quiere recibir noticias.

Promover el reciclaje, la reutilización y la reducción del consumo, no sólo a nivel individual, sino también estructural, implica un trabajo conjunto entre Gobiernos, industria y sociedad, compartiendo obligaciones y responsabilidades. Estos esfuerzos no deben limitarse a iniciativas locales o superficiales como artesanías o reciclaje básico, sino que deben incluir un cambio profundo en las percepciones de lo que significa ser mexicano y el papel de cada persona en la protección del medio ambiente. Es fundamental exigir un consumo consciente y sustentable, tanto del Gobierno como de la industria. Existe una urgencia en restaurar y promover una conciencia crítica, especialmente frente a las consecuencias dañinas de un sistema capitalista que fomenta el consumo ilimitado.

La crítica es un acto importante que desafía la ignorancia y la pasividad generalizadas, ayudando a la sociedad a repensar sus hábitos y valores de consumo. El diseño visual ofrece un espacio para intervenciones poderosas que influyen en la percepción y el comportamiento del usuario, resultando en un medio de cambio cultural y ecológico que incorpora valores sostenibles a través de su materialidad, gráficos y funcionalidad.

En este sentido, el diseño visual debe utilizar herramientas como el envase y, hasta donde los medios lo permitan, romper paradigmas, actuando como un instrumento de resistencia ante la pérdida de autonomía. Hay mucho camino por recorrer y muchos temas que el diseñador visual en relación con un tema tan rico, amplio, complejo y diverso como el envase puede desarrollar, según el momento histórico en el que se encuentra la sociedad. Dignificar la profesión implica dignificar la calidad de vida que pueda ofrecer con la integración de enfoques éticos al diseño de envases.

Notas:

1. Herber Simon (1996) define el "mundo artificial" como aquel entorno creado por el ser humano para cumplir con sus propósitos, adaptando y modificando elementos de la naturaleza para formar sistemas diseñados intencionalmente.
2. La Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente define el desarrollo sostenible como "aquel que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades".
3. Papanek (1971) define la funcionalidad como un principio fundamental del diseño que debe cumplir con necesidades humanas reales, integrando aspectos éticos, sociales y ambientales para crear soluciones efectivas y responsables.
4. En Tras la Virtud (2007) MacIntyre argumenta que la moral se desarrolla en el contexto de tradiciones sociales e históricas, lo que significa que la ética y la moral están ligadas a contextos específicos.
5. Un ejemplo que refleja esta situación se encuentra también en la cultura popular, más concretamente en el cine. En 2023 se estrenó Dejar el mundo atrás, una película que refleja, por un lado, el caos y la incertidumbre ante situaciones de crisis y, por otro, la influencia de los medios de comunicación en esos momentos. En un momento de la narración, el personaje de G.H. Scott, encarnado por Mahershala Ali, explica que trabaja para unas personas poderosas y bromea comparando a estas personas con aquéllos que se sientan en una mesa redonda en las sombras a controlar el mundo. Scott explica que días antes de que se desarrollen los acontecimientos de la película, uno de estos clientes se pone en contacto con él a fin de pedirle que traslade todo su dinero a cuentas en bancos extranjeros, porque va a salir del país. En ese momento, Scott se percata de que esta persona probablemente sabía lo que iba a suceder.
6. Véase Levy G.M, Packaging in the Enviroment, p.2
7. Según La fundación AQUAE (2023) el objetivo es que el valor de los productos, los materiales y recursos se mantengan en la economía durante el mayor tiempo y que se reduzca al mínimo la generación de residuos.
8. Según la RAE basura es 1 f. suciedad. SIN mugre, porquería. 2 f. Residuos desechados y otros desperdicios.

REFERENCIAS

Aristóteles. Ética a Nicómano. Edin. https://www.imprentanacional.go.cr/editorialdigital/libros/literatura%20universal/etica_a_nicomaco_edincr/etica_a_nicomaco_edincr.html

Asociación Mexicana de Envase y Embalaje. (s.f.). Asesorías. https://amee.org.mx/asesorias-2.html

Baena Martínez, J. (2024). Resumen de los modelos teóricos sobre el envejecimiento y sus implicaciones para la calidad de vida de las personas. Neuronum, 14(1), 45-60. https://eduneuro.com/revista/index.php/revistaneuronum/article/view/365#:~:text=José%20Baena%20Martínez-,Resumen,de%20vida%20de%20las%20personas.

Bartra, R. (1987). La jaula de la melancolía: identidad y metamorfosis del mexicano. Grijalbo

Bauman, Z. (2010). La globalización. Consecuencias humanas. (Trad. Daniel Zadunaisky). Fondo de Cultura Económica. (Fecha de publicación original: 1998).

Bauman, Z. (2004). Modernidad líquida. Fondo de Cultura Económica.

CyADtv. (2024). 3er Congreso Internacional de Envase y Embalaje AMEE-UAM (Video). YouTube. https://www.youtube.com/live/qhpPz3AWqZ0?si=I31715Q2H83coCg4

Diario Oficial de la Federación. (27 de junio de 2018). Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones del Reglamento de la Ley General de Salud en materia de publicidad. https://www.dof.gob.mx/nota_to_doc.php?codnota=2080736

El Empaque + Conversión. (2023). ¿Cuándo usar las palabras envase, empaque y embalaje? https://www.elempaque.com/es/noticias/cuando-usar-las-palabras-envase-empaque-y-embalaje

EnAlimentos. (s.f.). Retos y oportunidades de la industria del envase en México. https://enalimentos.lat/entrevistas/9857-retos-y-oportunidades-de-la-industria-del-envase-en-mexico.html

Foladori, G., López, E., & Pérez, A. (2012). La crisis ambiental contemporánea [PDF]. https://www.uv.mx/mie/files/2012/10/SESION5-17SEPTLacrisisambientalcontemporanea-Foladori.pdf

Garrett, C. (2023). Ranking de los países más contaminantes del mundo. https://climate.selectra.com/es/huella-carbono/paises-contaminantes#

Hume, D. (2014). Investigación sobre los principios de la moral. El libro de bolsillo

International Council of Design. (2020). Código de conducta profesional: Un marco de referencia profesional para diseñadores gráficos y comunicadores visuales. https://www.theicod.org/storage/app/media/05_Resourcers/03_Code_of_Conduct/ICO_RES_Codigo_de_conducta_profesional_EN_SP.pdf

Levy, G. M. (1993). Packaging in the enviroment. Blakelock Académico & Professional.

Macintyre, A. (1984). Tras la virtud. CRÍTICA

Manzini, E. (2015). Cuando todos diseñan: Una introducción al diseño para la innovación social. FEDRIGONI.

McDonough, W., Braungart, M., (2005). Cradle to cradle (de la cuna a la cuna). Rediseñando la forma en que hacemos las cosas. McGraw-Hill.
Naciones Unidas. (2018). La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible: una oportunidad para América Latina y el Caribe. (CEPAL). https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/cb30a4de-7d87-4e79-8e7a-ad5279038718/content
Papanek, V. (1977). Diseñar para el mundo real. (Trad. Luis Cortes de Alvaro). H. Blúmer. (Fecha de publicación original: 1971).
Procuraduría Federal del Consumidor. (2023). Acciones para un consumo responsable. https://www.gob.mx/profeco/documentos/acciones-para-un-consumo-responsable?state=published
Procuraduría Federal del Consumidor. (2021). Conviértete en un consumidor responsable. https://www.gob.mx/profeco/es/articulos/conviertete-en-un-consumidor-responsable?idiom=es
Rawls, J. (2006). Teoría de la justicia. (Trad. María Dolores González). The Belknap Press of Harvard University. (Fecha de publicación original: 1971).
Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales. (2017). Clasificación, reciclaje y valoración de los RSU. https://www.gob.mx/semarnat/acciones-y-programas/clasificacion-reciclaje-y-valoracion-de-los-rsu
Simon, H.A. (2006). Las ciencias de lo artificial. COMARES.
Sin Embargo (2014). La crisis económica de México es más profunda de lo que parece. Sin Embargo. https://www.sinembargo.mx/19-12-2014/1196284
Thackara, J. (2005). In the Bubble: Designing in a Complex World. Massachusetts Institute of Technology.
U.S. Commercial Service. (n.d.). Mexico - Country Commercial Guide. https://www.trade.gov/mexico-country-commercial-guide
Vezzoli C. y Manzini E. (2007). Diseño de productos ambientalmente sustentables. Designio.
Lecturas complementarias
Fletcher, K. (2014). Sustainable. Fashion and textiles. Rotledge.
Fry, T. (2020). Defuturing. A new design philosophy. Bloomsbury Visual Art.
Packard, V. (1992). Las formas ocultas de la propaganda. (Trad. Martha Mercader de Sánchez. SUDAMERICANA.

Atribución-No Comercial-Sin Derivadas
Permite a otros solo descargar la obra y compartirla con otros siempre y cuando se otorgue el crédito del autor correspondiente y de la publicación; no se permite cambiarlo de forma alguna ni usarlo comercialmente.

Sticker art como medio de expresión, en la apropiación del espacio público y la influencia en la creación de contenidos gráficos

Sticker art as a mean of expression, in the appropriation of the public space and the influence on the creation of graphic content

María del Rocio Franco Alba*

Resumen

El *sticker* art ha tomado el protagonismo en las calles, se ha convertido en el paisaje citadino en la cotidianidad de la sociedad; es un lienzo público susceptible al cambio constante que llega a ser un mar de manifestación de ideas infinitas, con una gran variedad de colores, estilos, formas, figuras y mensajes que contar.

En este artículo de investigación, se exploraron algunas áreas de la Ciudad de México y del Estado de México, con el objetivo de evidenciar la gran variedad de diseños que se encuentran en los espacios públicos urbanos, por medio de la documentación fotográfica realizada durante el recorrido de las calles. Se analizan cada una de las fotografías seleccionadas para la búsqueda de una propuesta de valoración del *sticker*, por medio de ejes conductores que se encuentran en el proceso analítico, incluyendo las similitudes, diferencias y comportamientos de los transeúntes, considerados en la comparación entre territorios seleccionados. Finalmente, se

Egresada de la Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual de laFacultad de Estudios Superiores Cuautitlán, Universidad Nacional Autónoma de México. Mail: francoalbarocio@gmail.com

Fecha de recepción: enero, 2025
Fecha de aceptación: marzo, 2025
Versión final: marzo, 2025
Fecha de publicación: abril, 2025

evidencia la importancia y la influencia que conlleva la creación de *stickers*, en la búsqueda de soluciones gráficas, el desarrollo de las habilidades creativas, la importancia de la experimentación y la divulgación de discursos articulados.

Palabras clave: Sticker, apropiación, contenidos gráficos.

Abstract

The Sticker Art has taken leadership in the streets, becoming in the urban landscape of everyday life society, being a public canvas in which these are liable to a constantly change, transforming into a sea of manifestation of infinity ideas, with a big wide range of colors, styles, shapes, figures and messages to tell. In this article of investigation, we will explore some sectors of Mexico City and State of Mexico, with the objective of show the wide variety of designs that we can find on the streets, through photographic evidence carried out by tours in the streets. Analyzing each one of the selected photographs, to search for a sticker art valuation proposal, in based through driving axes that were found in the analytical process, from the similarities, differences and behaviors of the bystanders, thanks to the comparisons between the selected territories. We can show the importance and the influence that entails the creation of the Sticker Art, in search of graphic solutions, the development of creative skills, the importance of experimentation and the dissemination of articulated discourses.

Keyword: Sticker*: appropriation, contents graphics.*

Introducción

En estos últimos años, las calles se han convertido en un lienzo público, donde la expresión artística se ha transformado en el paisaje cotidiano de la sociedad, desde la pinta de *grafitis*[1] hasta la pega de los denominados stickers, los cuales han tomado el protagonismo de las calles. Se pueden ver en las paredes, escuelas, máquinas expendedoras, cajas de fusibles, postes de señalización, puentes peatonales e incluso en los baños públicos. Al ser

un fenómeno que se puede encontrar en la mayoría de los espacios públicos urbanos, que a menudo pasa por alto o incluso llega a ser ignorado, es parte de la sociedad sin siquiera saberlo. Hace un par de décadas, era considerado como un símbolo de vandalismo o delincuencia organizada; pese a esto, cada año aumenta su reconocimiento, en una forma de expresión artística que pinta de colores el entorno actual. Es vital poner en conversación este fenómeno denominado como la cultura del *sticker* y el cambio de la percepción colectiva con el pasar de las generaciones.

Teniendo en cuenta que el arte contemporáneo surgió a partir del siglo XX, es considerado algo reciente, a diferencia de muchos otros, que tienen más de cien años en conversación e investigación. Este tipo de arte tiene sus propios movimientos artísticos, como lo es el art street, mismos que rompen los cánones establecidos en el mundo del arte, como una reacción a los contextos históricos y sociales.

El *sticker* art es un tema en el cual no hay muchos estudios, a diferencia de otros temas relacionados con la intervención de los espacios públicos. La mayoría de las investigaciones están más enfocadas en el origen del graffiti, al ser la madre principal de *art street*, el nacimiento de las contraculturas e incluso en algunos movimientos políticos.

Sin embargo, hasta ahora, no se ha cuestionado el papel fundamental que cumple la cultura del *sticker* ni su influencia en la creación de contenidos gráficos, ya sea entre diseñadores, artistas o creativos ocasionales, por lo tanto, es importante, indagar y analizar la relación que conlleva el mundo del diseño con los stickers.

El objetivo de esta investigación es el análisis de la apropiación del espacio público urbano por medio del *sticker*, usado como una forma de expresión artística y creación de contenidos gráficos para proyectos creativos o en la búsqueda de soluciones como diseñador. En ese sentido, este trabajo se va a dividir en dos partes cruciales, la primera parte consiste en la documentación por medio de fotografías sobre el fenómeno de la cultura del sticker en la apropiación de los espacios públicos, llevada a cabo en dos municipios del Estado de México, específicamente en Tlalnepantla de Baz y Cuautitlán Izcalli, y en tres alcaldías de la Ciudad de México: Azcapotzalco, Cuauhtémoc y Miguel Hidalgo.

Posteriormente, se realizará un ejercicio analítico de acuerdo con la documentación fotográfica obtenida, con el motivo de buscar un acercamiento valorativo del *sticker art*, la influencia en la creación de contenidos

gráficos, el modo de uso en los espacios públicos, la búsqueda de soluciones, el impacto en la creatividad, la innovación y la experimentación en las áreas del diseño y las artes. Al ser una forma de expresión gráfica en las ciudades, puede generar ciertas expectativas negativas en algunos sectores de la población, mas no debe ser considerado así, pues genera una amplia lista de ideas nuevas, referencias, mensajes e historias que contar para el mundo.

La intervención del espacio público por medio del arte

En el trayecto de las actividades cotidianas, se puede ver un sinfín de espacios públicos intervenidos con ilustraciones, *graffitis, pósters y stickers.* A veces estas intervenciones están en lugares de fácil o difícil acceso para plasmarlas. ¿Cómo llegaron ahí?, y ¿en qué momento?, son algunas de las preguntas que llegan a la mente del espectador, lo cual implica otros cuestionamientos, en particular si este fenómeno es reconocido como arte.

En primera instancia, es importante comprender que el arte es un concepto complejo de abordar. Definir un término universal es complicado, no hay un concepto definitivo; tiene varias definiciones de una larga lista de autores. No obstante, para una parte de la sociedad, el arte es la expresión de la creatividad, para otros, es la actividad humana de expresar algo (Fundación MAPFRE, s.f.). Comparando estos dos términos, se encuentra que comparten la palabra **expresar**.

Según la Real Academia Española (2019), *expresar* es la acción de manifestar con palabras, gestos, signos, símbolos, etc. De forma estricta respecto a estas definiciones, se puede concluir que los individuos involucrados intervinieron estos espacios públicos con el objetivo de manifestar su sentir; por tal razón, debería haber una consideración de la obra como arte. Si se realiza una crítica constructiva, al momento de clasificar cualquier intervención urbana, algunas sí son merecidas de ser reconocidas y elogiadas, sin embargo, siempre va a ver algunas que se hayan trazado innecesariamente.

La creatividad de las calles

El concepto de *art street* cuenta con varios sinónimos, se puede encontrar en algunos textos como “arte urbano”, “arte callejero” o “arte independiente”. El término sigue siendo discutido por los académicos, por ende,

hay opiniones divididas. Se considera un arte contemporáneo, se clasifica como un movimiento artístico y se define como un acto de vandalismo, vinculado a la rebeldía de los jóvenes o estudiado como un movimiento social en respuesta a las problemáticas que suceden en la sociedad.

Algunos artistas que se dedican a este tipo de arte proclaman que el arte callejero debe estar en la vía pública para que cualquier persona pueda verlo sin importar el día y la hora. Acamonchi (2008) comenta que el *street art* es un conjunto de diversas técnicas artísticas derivadas del *grafiti* en la apropiación del espacio público urbano. A causa de lo antes mencionado, el artista decide las técnicas y materiales para la creación de su obra y no hay reglas definitivas o estipuladas que indiquen cómo intervenir los espacios públicos. La importancia radica en lo que el artista quiere transmitir o el mensaje que quiera exponer en las calles, para que la gente pueda apreciarlo (ver Imagen 1).

Imagen 1
Arte urbano en Azcapotzalco

Fotografía de Rocío Franco, octubre, 2024, CDMX, Azcapotzalco, Av. Aquiles Serdán

No es necesario un gran significado detrás de la obra; a algunos sólo les gusta su idea, por lo que deciden pintarla para exponerla al público, y otros tienen como objetivo transmitir mensajes a la sociedad. Poster (2019) menciona: “El acto de crear arte en los espacios públicos es lo que le da al arte urbano su fuerza y la capacidad de cambiar la percepción que tiene la sociedad de sí misma” (p. 4) (ver Imagen 2).

Imagen 2
Arte urbano en las calles de CDMX

Fotografía de Rocío Franco, octubre, 2024, CDMX, Azcapotzalco, Antigua Ex Fábrica de Harina

Un gran referente mundial en la transmisión de mensajes es el reconocido artista Banksy,[2] sin duda un gran exponente en el mundo del street art. Además de ser una figura enigmática en los últimos veinte años, su identidad es desconocida; parte de la sociedad lo considera como un individuo o un colectivo, hasta la fecha no hay nada confirmado, sólo especulaciones sobre su identidad.

Su trabajo lleno de simbolismo es un deleite no solamente visual, sino también en los discursos narrativos que proponen sus obras. Una de las técnicas empleadas por este artista es el uso de stencils, por medio de la aplicación de pintura en aerosol. Este tipo de pintura tiene una fuerte relación con el grafismo, principalmente porque los artistas que se dedican a la creación de grafitis utilizan este medio como parte de sus herramientas principales, por la rapidez y eficacia en la aplicación de la pintura en los espacios públicos (ver Imágenes 3 y 4).

Imagen 3
Exposición interactiva Banksy. CND Soldiers

Fotografía de Rocío Franco, octubre, 2022

Imagen 4
Exposición Interactiva Banksy. Love rat

Fotografía de Rocío Franco, octubre, 2022

El grafiti tiene más de cinco décadas en las calles, por lo cual, la sociedad suele considerar que es la totalidad del arte callejero, pero es una equivocación común si se contempla que no todas las personas están relacionadas en el mundo del arte y la cultura; por lo tanto, hay una confusión colectiva en los términos. Es importante aclarar que el street art no solamente es grafiti, más bien es la vertiente del comienzo de nuevas formas de expresión artística.

Sticker art, rama del *grafiti*

En estos últimos años, las calles se han convertido en el espacio predilecto de los artistas, con el uso de medios gráficos, seleccionados a consideración de los mismos creadores, en la intervención de espacios públicos urbanos. A voz propia, el *sticker,* se convirtió en un fenómeno no solamente de manifestación social y creativa, se transformó con el pasar de los años y generaciones en parte del panorama cultural de la sociedad en curso, cumpliendo uno de los papeles más importantes en la cotidianidad de los transeúntes, el paisaje del entorno citadino (ver Imagen 5).

El origen del *grafiti*, como forma de expresión gráfica, es más que una manifestación social y cultural. Debido a las problemáticas que enfrentan los propios autores, transmutó en una de las influencias más importantes: fue el surgimiento de formas de expresión artísticas, como el *stencil art, poster art, sticker art*, entre otras más.

Imagen 5
El sticker en el entorno citadino

Fotografía de Rocío Franco, septiembre, 2024, CDMX, Cuauhtémoc, Condesa

Montessoro (2016) explica que "la palabra *grafiti* proviene del italiano graffiare que significa garabatear, y se emplea para referirse a diferentes escrituras hechas sobre las paredes" (p. 21). Muchos artistas y académicos consideran que el grafiti proviene de los primeros asentamientos humanos, éstos dibujaban una serie de pictogramas para poder comunicarse y representar su cotidianidad.

En reflexión a este punto de vista, la esencia de expresar algo está marcado con tinta permanente, la gente de las cavernas quería comunicar, dejar huella y los artistas también, no hay grandes diferencias; la esencia del ser humano permanece, lo único que cambia es el contexto y tiempo en el que se desarrollaron.

Entonces, teniendo en cuenta que el *grafiti* es el escribir en las paredes, por lo tanto, pegar stickers en gran medida es la acción de escribir por medio de símbolos, signos, ilustraciones o palabras. Montessoro (2016) comenta que "El sticker urbano proviene en gran medida del **grafiti**" (p.15). La acción de pegar una hoja con adhesivo en la parte de atrás en cualquier espacio público, ya es considerado parte del street art, en consecuencia, nace una nueva rama denominada *sticker art.*

Al surgir esta forma de expresión, no solamente se vio influenciada la comunidad artística, ciertos sectores sociales también se vieron afectados por el nacimiento de este fenómeno. La mayoría de la población juvenil empezó a percatarse de que el sticker es el medio predilecto para explotar la creatividad, el descubrimiento de la identidad, además de que se puede manifestar la propia existencia por medio de una imagen (véase Imagen 6).

Imagen 6
El medio predilecto de los creativos

Fotografía de Rocío Franco, septiembre, 2024, CDMX, Azcapotzalco, Av. Aquiles Serdán

Origen de la cultura del *sticker art*

El uso del sticker en la actualidad es el medio más común entre la comunidad artística y juvenil. Si se realiza un ejercicio de exploración en las calles, se puede encontrar un sinfín de diseños coloridos, los cuales incluyen ilustraciones y tags. No obstante, ejecutar dicho ejercicio presupone que el individuo se convierte en uno solo con el entorno, por lo tanto, se vincula con las personas que conforman parte de aquella ubicación geográfica.

Según Aristóteles, los seres humanos son seres sociales por naturaleza, tienen la necesidad de relacionarse, es parte vital de cada persona; está en la sangre de cada individuo (Universidad Nacional Autónoma de México, s.f.). Por lo tanto, los grupos sociales cumplen un papel fundamental en la forma del crecimiento como individuo, igualmente en la forma de relacionarse con los demás. El permanecer en ciertos grupos implica que se comparten intereses, ideologías, creencias e incluso formas de vestir; nace un sentimiento de aceptación y pertenencia en cada integrante que conforma dicho grupo.

Un gran ejemplo son las denominadas tribus urbanas, éstas juegan un papel importante en la sociedad actual y en la divulgación del *street art.* En México, uno de los momentos más llamativos de la historia reciente es la denominada pelea de *emos vs. punks*[3], un acontecimiento histórico que marcó no sólo la generación en curso y las futuras generaciones, sino que también se convirtió en un famoso ejemplo de la amplia difusión y divulgación de dichos grupos sociales.

Gorbea (2018) concluye que, gracias a las influencias de las contraculturas, hubo un aumento en la difusión del arte urbano y los inicios del sticker art como cultura, especialmente entre los grupos sociales conocidos como *punks y skaters*, quienes comparten intereses en común, como la música rock. Muchas bandas de rock empezaron a crear su propia propaganda por medio de los stickers, debido a su fácil producción, la cual es barata, económica y accesible.

El *sticker,* al ser un medio gráfico fácil de reproducir y tener una eficaz forma de distribución, es sin duda una de las opciones más atractivas para los jóvenes y artistas ya sea para la transmisión de mensajes, la difusión de su propio arte, llamar la atención de la sociedad e incluso como herramienta en el autodescubrimiento de cada individuo (ver Imagen 7).

Imagen 7
Sticker art en las calles de Tlalnepantla

Fotografía de Rocío Franco, septiembre, 2024, Edo. Méx., Tlalnepantla, Suburbano de Tlalnepantla

La ciudad y los *stickers*

En las últimas décadas, el paisaje se ha ido modificando, no solamente las personas crecen y cambian, sino también la ciudad en la que se desarrolla cada individuo. Los edificios van y vienen, las personas también, el tiempo no se detiene, nada es eterno; por el contrario, todo es temporal, lo único estable es el cambio.

De igual manera sucede con las ciudades y los *stickers*, ambos tienen en común lo susceptibles que son al cambio. Los *stickers*, al ser un medio efímero y temporal, se van desgastando, sufren alteraciones con el transcurrir de los días, en ocasiones son arrancados del lugar, robados por el

peatón o tapados por otros. Es importante la consideración del papel que cumple el propio artista, a veces él toma la decisión de cambiar el diseño, por lo tanto, hay un flujo constante de nuevos *stickers* en las calles (véase Imágenes 8 y 9).

Imagen 8
Paso temporal del sticker

Fotografía de Rocío Franco, agosto, 2024, Edo. Méx., Toluca, UAEMEX

Imagen 9
Cadáveres de stickers

Fotografía de Rocío Franco, septiembre, 2024, CDMX, Polanco, Metro Polanco

A veces los autores de dichos *stickers* deciden renovar sus mensajes, no necesitan tener un motivo en específico, sólo lo hacen porque ya no les gusta, no los representa o simplemente quieren probar algo nuevo. De manera parecida ocurre en el desarrollo de las ciudades, con el pasar de los años hay nuevas construcciones, reformas en ciertos espacios públicos, cambio de pavimento de las avenidas, incluso los dueños de los inmuebles varían y las personas que los habitan igual. Estas urbes se desgastan, se transforman o se destruyen; por lo tanto, hay una estrecha relación, entre los stickers que habitan las calles y las propias ciudades.

El espacio público urbano

Desde una edad temprana, las escuelas explican de forma simple y sencilla, que las ciudades son el conjunto de un grupo de edificios e implican un mayor flujo de personas que habitan en un determinado espacio geográfico; mientras que las zonas rurales son prácticamente lo contrario, un menor porcentaje de personas y un amplio espacio geográfico. Pero, ¿qué son realmente las ciudades?, ¿será que el número de edificios y de personas determinan esta clasificación?

García (2021) comenta que las ciudades son el conglomerado de un todo. Asimismo, determina que es el conjunto de varios espacios públicos, los cuales surgen por la necesidad social de organizar la vida y la búsqueda de la comodidad común. El ser humano, como anteriormente se comentó, es social por naturaleza, busca estar en contacto con otros, aunque, al ser demasiados en un determinado espacio geográfico, surge la búsqueda para la organización de la sociedad; esto en relación con la necesidad de vivir en confort.

En las ciudades hay una alta demanda en el cumplimiento de las necesidades, de ahí que aumente la construcción de nuevos edificios, cuyo resultado ha sido el surgimiento de las zonas urbanas, que implican un número grande de personas compartiendo ciertas áreas comunes.

Aunque hay diversos factores que determinan la obtención de bienes y servicios, hay áreas destinadas para el tránsito y disfrute de todos. A estos espacios se les denomina espacios públicos. Este concepto es bastante extenso, debido a la amplia lista de áreas del conocimiento que se dedican a su estudio, como las ciencias sociales, la arquitectura o el urbanismo; por lo tanto, hay diferentes puntos de vista dependiendo del enfoque de cada área de estudio.

En el ámbito del urbanismo y la arquitectura, Rivera (2016) concluye que los espacios públicos son aquellos lugares que pertenecen al dominio público y cubren ciertas exigencias de la población, desde actividades recreativas hasta las necesidades más básicas. Existen para generar cierta convivencia social, que relaciona a las personas en la comunicación, cultura y política.

Sin duda los espacios públicos son parte esencial de la cotidianidad de cada individuo para la propia subsistencia, así que, al ser áreas donde se

encuentra un gran flujo de personas, hay una alta probabilidad de que un joven o artista que esté presente en dichos espacios quiera dejar un mensaje, independientemente de su intencionalidad (ver Imagen 10).

Imagen 10
Gran flujo de transeúntes en área hospitalaria

Fotografía de Rocío Franco, septiembre, 2024, Edo. Méx., Tultitlán, IMSS Hospital General de Zona 57

La percepción de la sociedad ante la apropiación de los espacios públicos

La sociedad suele considerar negativa la apropiación del espacio. Es una norma moral impuesta por el pensamiento popular en curso, es vista como el equivalente de robar, rigurosamente hablando. Sin embargo, es importante revisar, si la apropiación artística del espacio público es considerada algo perjudicial.

Primero, es relevante definir el significado de la palabra ***apropiar***, según la Real Academia Española (2024), es la acción de volver personal un objeto o espacio, sin ser legítimamente dueño de él. En el ámbito de lo legal, prácticamente es considerado un delito, por ende, a veces el *sticker art* está mal visto, especialmente por los adultos mayores, y es señalado como una forma de vandalización o delincuencia entre los jóvenes, ¿pero realmente es considerado así en estos últimos años?

Para el área de las artes, la apropiación del espacio público por medio del arte se refiere en primera instancia al uso de un medio artístico para la transformación de las áreas públicas, puede ser por medio de *graffitis, stencils, posters, stickers* y un sinfín de gráficos. En la sociedad de hoy en día, se desarrolla un gran cambio en la percepción, no solamente en torno al *sticker art*, sino también en todo lo que engloba el arte urbano.

Una de las causas principales es el cambio de las generaciones. Con el pasar de los años, gracias al sector juvenil o por cuestión propia de la generación, ha dejado de ser un sinónimo de vandalismo y delincuencia; además, para buena parte de la población se ha vuelto normal verlo en su propia cotidianidad, por lo que ya es parte del entorno.

El sector de los jóvenes adultos, los protagonistas en la difusión del arte urbano, ha roto con los cánones morales impuestos por la sociedad; es decir, los jóvenes han representado las causas directas del cambio en la percepción de las personas mayores. Esto se entiende porque la mayoría de sus hijos forman parte actual del sector de la transformación; por lo tanto, han observado, analizado y cambiado, gracias a la influencia de su propio círculo social, sin embargo, puede haber excepciones.

La apropiación del espacio por medio de la cultura del *sticker*

La cultura del *sticker*, tan popular actualmente, tiene ciertas reglas y comportamientos al momento de practicarla. Cumple una serie de patrones que, por cuestión de la misma cultura, ya están preestablecidos. Un fenómeno curioso es la repetición de ciertos elementos que conforman los espacios públicos intervenidos por medio de las pegatinas. Algunos de esos elementos del espacio público son los postes de luz, cajas de fusibles, máquinas expendedoras, baños públicos, puentes peatonales y sobre todo las indicaciones viales, también se pueden encontrar *intervenciones* en otros lugares, pero sin duda éstos son los más comunes.

A voz propia, la selección de estos elementos que conforman parte de la cultura del *sticker* tiene una intención, ya sea por el amplio flujo de personas que interactúan con dichos elementos, la curiosidad que genera, la rapidez al momento de llevar a cabo la acción de la intervención, o incluso otros motivos aún no descubiertos (ver Imágenes 11 y 12).

Imagen 11
Intervenciones en la señalética vial

Fotografía de Rocío Franco, septiembre, 2024, ,CDMX, Cuauhtémoc, Roma

Imagen 12
Stickers en la universidad

Fotografía de Rocío Franco, agosto, 2024, Edo. Méx., Cuautitlán Izcalli, FES Cuautitlán Campo 1

La importancia de la creatividad en el diseño gráfico

La creatividad juega un papel importante, no solamente en el mundo del diseño, sino también en otras disciplinas, tanto sociales como artísticas. Algunos consideran que es algo con lo que nacen los seres humanos. Según la Real Academia Española (2024), *creatividad* es la capacidad de crear, en relación con la imaginación. Un gran ejemplo de esta definición es lo que sucede con los niños pequeños, además de desbordar una energía desmesurada, son buenos para la creación de ideas nuevas y, gracias a la gran imaginación que poseen, inventan miles de mundos fantásticos y escenarios surrealistas.

Sin embargo, a medida que crece el individuo, con base en la experiencia de sus vivencias, es arrastrado a lo que se le denomina realidad. Ser más consciente en el funcionamiento del mundo y la influencia de los acontecimientos que va pasando a lo largo de la vida provoca el deterioro de la habilidad creativa y la imaginación.

Desde una perspectiva personal, una de las grandes transformaciones en el paso de la infancia a la adultez radica en la etapa del autodescubrimiento como individuos. *¿Quién soy realmente?* es uno de los cuestionamientos principales entre los jóvenes. Empieza a importar el *¿qué dirán?,* plantando así una semilla en el interior de cada individuo; al mismo tiempo surgen el miedo al fracaso y el deseo de cumplir con ciertas expectativas, haciendo que el impulso de crear ideas poco convencionales se aleje.

El mundo del arte y el diseño no funciona así, al contrario, es importante para el diseñador y el artista retomar dicha capacidad para un gran desempeño profesional, porque es la fuente de las ideas innovadoras y la búsqueda de soluciones. En el área del diseño gráfico lo relevante es encontrar solución a las problemáticas, con base en la creación de gráficos visuales, y transmitir un mensaje de la mejor manera.

La creatividad es importante en el mundo del diseño. Contar con un proceso creativo que funcione para la realización de las soluciones gráficas puede mejorar significativamente en el aterrizaje de ideas, pero ¿qué es realmente un proceso creativo? Cisneros *et al.* (2020) definen que el término proceso creativo se trata de una herramienta que permite al diseñador una mejor organización y estructuración de las ideas para la elaboración de la solución a las problemáticas planteadas, obteniendo así mejores resultados y una mayor calidad en los trabajos.

Los *stickers*, al ser un medio gráfico, pueden funcionar como una forma de bocetaje para la creación de contenidos complejos. Crean un mayor flujo de posibilidades, además del cumplimiento de las imágenes como referencias, para el surgimiento de nuevas tendencias en el ámbito del diseño que no solamente en la ilustración, sino también en la fotografía se pueden ver reflejadas.

Es importante reconocer la importancia del uso de *stickers* como un medio alternativo en la exploración de nuevas ideas, creativas e innovadoras, por lo cual las calles son la galería predilecta para la experimentación, la observación e inspiración. A voz propia considero esencial poner sobre la mesa, como creativos, diseñadores y artistas, la importancia de la generación de los gráficos en forma de pegatinas, ya que es una oportunidad de crecimiento técnico, así como en el ámbito narrativo y la búsqueda de nuevas soluciones gráficas.

Metodología de investigación

Para este trabajo, se consideró una metodología de investigación de carácter cualitativo, con lo cual se desarrolló un estudio de campo con el propósito de recolectar datos por medio de la observación del análisis, enfocados en el uso del *sticker* en la apropiación de los espacios públicos urbanos.

Se realizó una delimitación geográfica de algunas áreas de la CDMX y del Estado de México. Las zonas seleccionadas fueron las alcaldías Azcapotzalco, Cuauhtémoc, Miguel Hidalgo y la integración de algunos municipios como lo son Tlalnepantla de Baz y Cuautitlán Izcalli.

Figura 1
Sticker art ubicaciones

Fuente: Elaboración propia

Con ello, se desarrolló una documentación por medio de series fotográficas que se realizaron durante el periodo de agosto a octubre del 2024, en un recorrido cotidiano del autor de este trabajo cuyo fin es la difusión del *sticker art,* por medio de las apropiaciones realizadas por artistas, diseñadores, creativos o interesados en el tema, como una forma de expresión artística.

En el trabajo de campo, se recuperaron más de trescientas fotografías, de las cuales a continuación se presenta un corpus de imágenes seleccionadas que permiten la apreciación clara del fenómeno de la cultura del sticker, facilitando el proceso analítico y la ilustración abordados en este trabajo de investigación. Se ordenan las fotografías de acuerdo con los territorios seleccionados, estableciendo una media por territorio para la creación de los mapas visuales. Este número puede variar dependiendo de la cantidad obtenida de cada uno de los territorios seleccionados.

Con base en los resultados adquiridos por medio de la documentación del *sticker art* en la vía pública urbana, se llevó a cabo un ejercicio de exploración, observación y análisis. Se realizaron mapas visuales en cada uno de los territorios, con el motivo de buscar un acercamiento de valoración del *sticker.*

Aunque evidentemente son muy variados por la cantidad de transeúntes que intervienen en él, se hace un ejercicio analítico, en el cual se les ordena por medio de criterios de valoración y ejes conductores que se encontraron en el proceso. Posteriormente, se aprecia una tabla comparativa de acuerdo con los criterios de evaluación seleccionados por medio del hallazgo obtenido.

Resultados

El uso del *sticker* está muy presente en la cotidianidad de los transeúntes en la vía pública urbana, pintando de colores las calles del Estado de México en los municipios Tlalnepantla de Baz, Cuautitlán Izcalli y algunas alcaldías de la Ciudad de México, como lo son Azcapotzalco, Cuauhtémoc y Miguel Hidalgo.

En el Estado de México, se realizaron más de cien fotografías, de las cuales al final se seleccionó un rango de treinta y dos por territorio. En el caso particular de la CDMX, se obtuvieron más de doscientas fotografías; se seleccionaron cincuenta y cinco de las alcaldías Azcapotzalco y Cuauhtémoc. La única excepción a esta regla, fue la alcaldía Miguel Hidalgo, en la cual fueron diecinueve fotografías, debido a la poca cantidad obtenida en el recorrido de las calles.

Asimismo, se estableció una media en la cantidad de fotografías, para la construcción de los mapas visuales. Se decidió utilizar un rango de trece a veintidós imágenes, siempre considerando la calidad visual, procurando

no repetir las fotografías de los mismos elementos públicos intervenidos en las áreas documentadas para la realización del análisis, en la búsqueda de similitudes o diferencias.

En las fotografías finales, se realiza una clasificación de imágenes por territorios con base en los lugares de apropiación. Tal clasificación, a su vez se ordena en tres categorías principales luego de la observación de ciertos patrones de comportamiento de los transeúntes y la repetición de elementos que conforman los espacios públicos urbanos, como lo son las señaléticas viales, los soportes de iluminación, así como la experimentación de otras superficies que conforman parte del paisaje de la vía pública urbana, como las cajas de fusibles, papeleras, ventanas, entre otras.

En el municipio de Tlalnepantla de Baz, se identificó la preferencia del uso de las señaléticas viales para la apropiación del espacio público por medio del *sticker*. Estas intervenciones se observan en los tableros metálicos que conforman las señaléticas viales, tanto en la parte de enfrente como en la de atrás, e inclusive pueden estar en ambos lados (ver Figura 2 e Imagen 13).

Figura 2
Mapa visual Tlalnepantla de Baz

Fuente: Elaboración propia

Imagen 13
Stickers en la parte trasera

Fotografía de Rocío Franco, septiembre, 2024, Edo. Méx., Tlalnepantla de Baz, Suburbano de Tlalnepantla

Mientras que en Cuautitlán Izcalli, se encuentran las mismas preferencias de Tlalnepantla de Baz respecto a los postes de señalización. Sin embargo, existe un mayor enfoque en la búsqueda y experimentación de otras superficies poco convencionales, como lo son las máquinas expendedoras, cajas de fusibles, buzones de sugerencias, paredes, entre otros elementos (ver Figura 3 e Imagen 14).

Figura 3
Mapa visual Cuautitlán Izcalli

Fuente: Elaboración propia

Imagen 14
Stickers en paredes de baños

Fotografía de Rocío Franco, septiembre, 2024, Edo. Méx., Cuautitlán Izcalli, FES Cuautitlán campo 1

En los territorios seleccionados de la Ciudad de México, se hallan ciertas preferencias y similitudes en los elementos de apropiación que conforman los espacios públicos. En la alcaldía Azcapotzalco y Cuauhtémoc, hay cierta tendencia al uso de los soportes de señalización, luminarias e inclusive algunos tubos. En menor medida, existen apropiaciones en los tableros que conforman los postes de señalización (ver Figura 4 y 5) e (Imágenes 15 y 16).

Figura 4
Mapa visual Azcapotzalco

Fuente: Elaboración propia

Imagen 15
Apropiaciones en soportes de iluminación

Fotografía de Rocío Franco, septiembre, 2024, CDMX, Azcapotzalco, Ex fábrica de harina

Figura 5
Mapa visual Cuauhtémoc

Fuente: Elaboración propia

Imagen 16
Apropiaciones en tubos

Fotografía de Rocío Franco, septiembre, 2024, CDMX, Cuauhtémoc, Roma

En el caso de estudio de la alcaldía Miguel Hidalgo, se contemplan pocos resultados en comparación con los demás. A diferencia de los territorios de Azcapotzalco y Cuauhtémoc, se identificó cierta preferencia en las apropiaciones del espacio público urbano, por medio de las señaléticas viales, un comportamiento similar al de los municipios del Estado de México. A pesar de la poca cantidad de apropiaciones por medio del sticker, están allí decorando las calles (ver Figura 6 e Imagen 17).

Figura 6
Mapa visual Miguel Hidalgo

Fuente: Elaboración propia

Imagen 17
Stickers en metro Polanco

Fotografía de Rocío Franco, octubre, 2024, CDMX, Miguel Hidalgo, Polanco

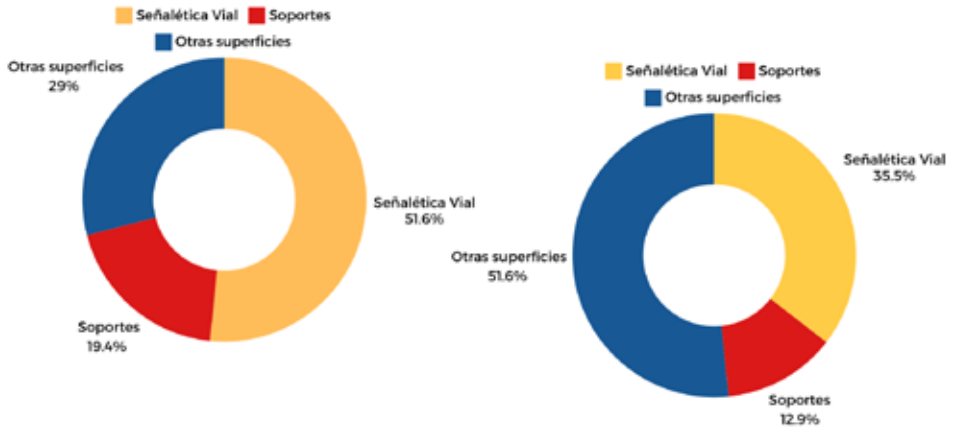
Con base en la cantidad de imágenes obtenidas, se desarrolla una estadística aproximada para determinar ciertos patrones de repetición en el comportamiento de los transeúntes en los espacios públicos; gracias a los resultados se encontraron diferencias y similitudes en la apropiación del espacio público urbano.

En el municipio de Tlalnepantla de Baz, hay un 51.6 % de intervenciones por medio de la señalética vial, el 29 % es conformado por la experimentación de otras superficies que conforman los espacios públicos y el 19.4 % son los soportes de iluminación, señales viales y tuberías.

En Cuautitlán Izcalli, las señaléticas viales conforman un 35.5 % de las intervenciones, el 51.6 % es la experimentación de otras superficies y el 12.9 % son los soportes. Por lo tanto, en esta área geográfica, hay más interés en la experimentación de otras superficies, reflejando así una diferencia en la selección de elementos que conforman los espacios públicos urbanos (ver Figura 7).

Figura 7

Patrones de repetición en el Estado de México



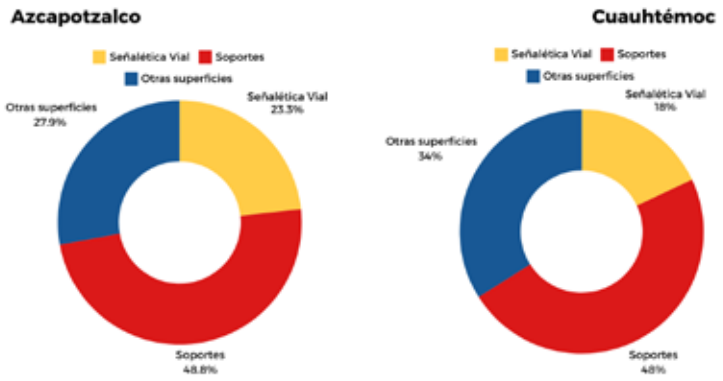
Fuente: Elaboración propia

Ambos municipios tienen cierta preferencia por el uso de la señalética vial y la experimentación de otras superficies, como un lienzo predilecto de los transeúntes que intervienen en él. Por otro lado, el uso de los soportes, de iluminación, señales viales y tuberías es muy escaso e inclusive en algunas partes es nulo.

En los territorios de la Ciudad de México, como lo son Azcapotzalco, Cuauhtémoc y Miguel Hidalgo, hay algunas similitudes. Los transeúntes que intervienen en los espacios públicos prefieren los soportes que conforman los postes de iluminación, las señales viales y tuberías que se encuentran en el recorrido de las calles, con un rango del 43.9 % al 48.8 % de las intervenciones. Sin embargo, se ubican diferencias en el orden de clasificación, en la alcaldía de Azcapotzalco y Cuauhtémoc la experimentación de las superficies que se encuentran en los espacios públicos comparten un rango del 27.9 % al 34 %. Mientras que en el caso particular de la alcaldía Miguel Hidalgo, está conformado sólo del 18.8 %, quedando en un tercer lugar, debido a que el 43.8 % es ocupado por los soportes, lo cual crea una distinción con base en las preferencias de los transeúntes que intervienen en las calles (ver Figuras 8 y 9).

Figura 8

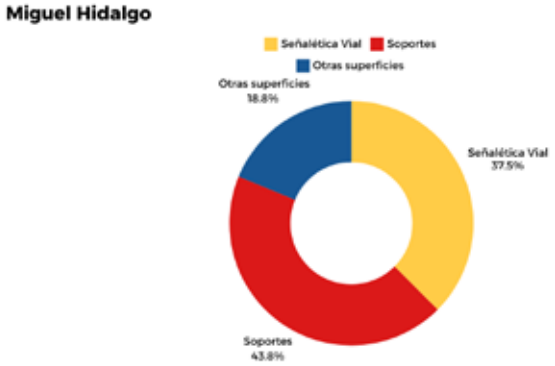
Patrones de repetición en territorios de la CDMX



Fuente: Elaboración propia

Figura 9

Patrones de repetición en territorios de la CDMX



Otro criterio de evaluación que se encuentra es la cantidad de saturación que se maneja en las apropiaciones públicas. En los territorios de Cuautitlán Izcalli, Azcapotzalco y Cuauhtémoc, el nivel de saturación que se maneja es alta, en Tlalnepantla de Baz es medio y en Miguel Hidalgo es baja.

Esto puede verse afectado por la cantidad de transeúntes que recorren las calles en su cotidianidad, el tipo de persona que conforman parte del territorio y el área social económica en la que se ubica. En el caso particular de Cuautitlán Izcalli, las fotografías se realizaron en puntos de encuentro de la comunidad estudiantil, por lo tanto, hay un amplio foco de jóvenes que transitan a diario por las calles y juegan un papel importante en la divulgación del *sticker art.*

En Azcapotzalco, hay ciertas áreas que se ven influenciadas por el arte urbano y las intervenciones por medio del *grafiti.* En cierta medida sucede de igual forma en la alcaldía Cuauhtémoc, la cual es conocida por la influencia que tiene en la ilustración y el diseño, considerada un área importante para la ilustración contemporánea.

Por su parte, Tlalnepantla de Baz tiene un índice medio, al ser un municipio de paso en la cotidianidad de varios transeúntes a la llegada de sus actividades, por lo tanto, está presente el *sticker art,* pero en menor cantidad. En el caso particular de la alcaldía Miguel Hidalgo, la cantidad de apropiaciones es poca, debido al área social económica, la cual está conformada por colonias de renombre, estatus social y por el índice de desarrollo mayor en comparación a las demás alcaldías e incluso en estados de todo México, lo que determina la poca cantidad de intervenciones, sin embargo, tampoco está exento de todo lo que engloba el mundo del *sticker.*

Es evidente que el uso del sticker puede darse de forma aleatoria, al igual que las influencias gráficas en el diseño de los transeúntes. En Cuautitlán Izcalli, Azcapotzalco y Cuauhtémoc, existe el uso recurrente en la creación de contenidos gráficos, que forman parte de una identidad de marca, propaganda o mensajes de protesta. Estos enfoques están relacionados en la transmisión de discursos articulados, ya sea con temas de política, crítica social, la búsqueda de identidad entre otros, cuyos stickers resultan más artísticos, caracterizados por ser ilustraciones del propio creador, fotografías editadas o por el uso de personajes de la cultura popular.

De la misma forma, en Tlalnepantla de Baz hay una gran influencia de la cultura del grafiti, por el uso de tags o bombas[4]. Este enfoque se da por

la búsqueda de un reconocimiento o fama que quiere tener el creador del sticker, con la intención de que los transeúntes que recorren las calles en la cotidianidad sepan de su existencia y se cuestionen quiénes intervinieron la vía pública.

Pero no todo es distinción entre territorios por medio del estilo, existen áreas geográficas, como Azcapotzalco, donde hay armonía entre los estilos con tendencia al grafiti, lo artístico y lo personal; como la ilustración propia de los creadores, trabajan en conjunto creando una diversidad visual.

Una similitud encontrada en el análisis de los territorios es la evidencia del trayecto del transeúnte, al observar con detenimiento, se ve la repetición de ciertos diseños de *stickers* en las fotografías. Una explicación es que se trate del camino cotidiano del autor y, ya sea por la intención de saturar dichos espacios, por la imitación del comportamiento de los demás o por dejar huella de la existencia de su identidad por cada lugar, coloca su obra allí lo más a menudo posible.

Otra característica que puede pasar desapercibida es la forma del corte del *sticker*, hay cierta tendencia en lo circular, lo cuadrado o corte de suaje. Estos cortes suelen ser decisiones tomadas por el creador de los gráficos, por el precio de la producción tangible o por el estilo de dibujo. Es más elevado si se opta por el corte de suaje en las formas rectangulares o circulares; sin embargo, pueden ser cortados a mano, siendo una alternativa más económica, pero es un trabajo muy tedioso y cansado.

Esto tiene relación con el estilo de ilustración en las áreas, determinado por las influencias. En el caso de las formas rectangulares y circulares, el estilo del grafiti es importante, debido a la naturaleza del diseño en la elaboración de tags o bombas; en tanto que, en los diseños más artísticos y personales, es común el corte de suaje.

Se identifican ciertas características en la selección de las gamas cromáticas del *sticker.* Éstas se relaciona de igual manera con el tipo de estilo que se emplea, en la mayoría de los diseños, siempre se va a encontrar la integración de la tinta negra, al ser un tono resaltante, tiene una mejor visibilidad en la lejanía y la clara apreciación del transeúnte; esto es independiente del estilo que se maneje.

Los diseños con tendencia al *grafiti,* como lo son las bombas y los tags, emplean entre una y dos tintas, por la naturaleza de la simplicidad y el enfoque que quiere dar el creador en la tipografía empleada. La mayoría

de los diseños de este tipo de estilo, utilizan los colores primarios: el rojo, amarillo y azul, e incluso llegan a integrar algún color secundario, como el verde o el naranja.

Si bien los diseños con un estilo más artístico y personal poseen una gran variedad de colores, no hay una cantidad exacta. Cuentan con una mayor saturación visual, debido a la integración de varios elementos, en un espacio de trabajo reducido; esto puede provocar la pérdida de la legibilidad. Por lo cual, siempre se busca la creación de diseños simples, para el alcance de la visibilidad de los transeúntes de paso, recurriendo al uso de plastas de color.

Para finalizar el ejercicio analítico, con base en la documentación, observación y la comparación, se presenta una tabla en la cual se evidencian los resultados obtenidos en el proceso. Luego, se hace una propuesta de evaluación, por medio de los criterios encontrados, como las diferencias, similitudes entre los territorios, la cantidad de saturación, la selección de las formas, usos de las gamas cromáticas, el tipo de estilo y la selección de elementos a la hora de intervenir los espacios públicos urbanos (ver Tabla 1).

Tabla 1
Criterios de Evaluación

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

CRITERIOS	TLALNEPANTLA	CUAUTITLÁN IZCALLI	AZCAPOTZALCO	CUAUHTÉMOC	MIGUEL HIDALGO
Elementos con más intervenciones	señalética vial	otras superficies	soportes de iluminación / señalización	soportes de iluminación / señalización	soportes de iluminación / señalización
Saturación	media	media	alta	alta	poca
Forma	circular / rectangular	suaje	circular / rectangular	circular / rectangular	suaje
Estilo	tags / bombas	artístico / ilustraciones	artístico / tags	artístico / ilustraciones	artístico
Gamas cromáticas	negro, rojo, azul y amarillo	variedad de colores	variedad de colores	negro, rojo, azul y amarillo	negro y azul

Fuente: Elaboración propia

Gracias a la elaboración del proceso analítico, se tiene un acercamiento más claro del panorama del fenómeno denominado sticker art, también conocido como la cultura del sticker. Aunque es evidente que los resultados pueden variar entre los estados de México y, desde luego, entre países, es importante poner de manifiesto este fenómeno de expresividad, divulgación y reflexión sobre el impacto que tiene la creación de gráficos como lo son los stickers.

Discusión

La diversidad del mundo del *sticker* en la apropiación del espacio urbano es inmenso. Del corpus de imágenes obtenidas en el proceso de documentación y análisis realizados, se observa una propuesta de clasificación de acuerdo con las tendencias de repetición y diferenciación ante los comportamientos de los territorios seleccionados. Éstos pueden variar por diversos factores, desde la posición geográfica, el tipo de transeúntes, los mensajes que se quiera divulgar, el estilo que se maneja, el área social económica y la saturación que hay.

Particularmente, en el caso de estudio, de los territorios metropolitanos de las alcaldías de la CDMX, como lo son Azcapotzalco y Cuauhtémoc, se documenta la fuerte influencia de la cultura del arte urbano y la ilustración. Ello responde a la enorme variedad de colores, formas, materiales y tamaños en la creación de los *stickers* encontrados en el recorrido de las calles; los cuales adornan con una infinidad de posibilidades, desde la creación de ilustraciones propias, uso de fotografías intervenidas e incluso mensajes de protestas, ante las problemáticas que van sucediendo en la actualidad.

En los municipios del Estado de México, Cuautitlán Izcalli y Tlalnepantla de Baz, se observa el crecimiento de las áreas urbanas en transición, donde algunos de los transeúntes, también emplean el uso de stickers como una forma de expresividad, coloreando las calles y el paisaje con el uso de diversos estilos, como la integración de tags y bombas gracias a la influencia mayoritaria del grafiti, además de la elaboración de diseños más artístico y personales.

La cultura del *sticker* es el rompimiento de los cánones impuestos por la sociedad en curso. La comparación de diferentes territorios con base en el estatus social y económico es un punto determinante para demostrar

que el *sticker art* está presente incluso en lugares de renombre, como en el caso de estudio de la alcaldía Miguel Hidalgo, en la cual estos adhesivos pintan de colores partes de las calles de Polanco, San Joaquín y Chapultepec; aunque evidentemente en menor medida en comparación con otras alcaldías, pero su aparición seguirá aumentando en un determinando tiempo.

De igual manera, el *sticker* rompe los estereotipos relacionados con el arte urbano, eliminando las etiquetas impuestas por la sociedad relacionadas con la delincuencia. Forma parte de la etapa de rebeldía de los jóvenes, provocando prejuicios y críticas equivocadas, los cuales se llegan a generalizar en todo lo que engloba el arte urbano, como las manifestaciones artísticas expuestas en las calles, que no son del agrado de algunas personas. Sin embargo, debido al crecimiento en la divulgación del arte urbano, hay una mayor aceptación por parte de la población, que sin duda seguirá aumentando.

Con el gran flujo de transeúntes que recorren las calles en su propia cotidianidad, se evidencia el enorme impacto de los jóvenes y artistas en el cambio de la percepción de las ideologías y la búsqueda de la propia identidad. Ya sea para el encuentro de un estilo gráfico, el crecimiento de las habilidades creativas, la construcción de mensajes articulados, además de la búsqueda de soluciones por medio del diseño, tal práctica incita a la integración de la experimentación en los procesos creativos, la cual representa pasos esenciales y determinantes en el desarrollo de proyectos más profesionales de manera efectiva.

Es importante para el diseñador tener la habilidad de buscar soluciones gráficas ante las situaciones que se presentan en la elaboración de sus proyectos. Algo que sucede en el mundo del stickers es la búsqueda de alternativas, ya sea para alcanzar distinción entre los demás adhesivos o una mejor visibilidad entre los lugares que conforman los espacios públicos.

Esto se percibe en los patrones de repetición y en la selección de los elementos a intervenir por parte de los transeúntes. En las alcaldías de la CDMX, es común encontrar *stickers* en los alrededores de los soportes que conforman la iluminación, señales viales y tuberías; en tanto que en los municipios que conforman el Estado de México, es común verlos en las caras de las señaléticas viales, tanto en la parte frontal como en la trasera.

Este fenómeno es el resultado de la existencia de las variaciones entre las alturas de los postes viales, los del Estado de México son de menor altura, permitiendo la facilidad en la intervención por parte del transeúnte que

está de paso. En la CDMX, pasa lo contrario, por lo cual se dan en menor medida. Es considerado una hazaña lograr que el *sticker* quede pegado, pero no todos los transeúntes tienen las herramientas o la capacidad física para lograrlo, por lo tanto, en la búsqueda de soluciones, lo más factible es pegar stickers alrededor de los soportes que conforman los espacios públicos, creando así una solución creativa ante la problemática que se presenta.

Estas soluciones se dan también en la integración de elementos gráficos con un mayor impacto visual y en la búsqueda de una mejor síntesis en la creación de las formas y los personajes, lo mismo que es la integración de paletas de colores que contraste con los demás diseños que se encuentran en las apropiaciones del espacio público urbano, para que sean fáciles de recordar e identificar.

Un claro ejemplo está en los territorios donde el nivel de saturación de la apropiaciones es elevado, como en la alcaldía Azcapotzalco. A pesar de contar con una gran variedad de estilos gráficos, influenciados por el estilo del grafiti o con un estilo con una mayor inclinación a lo artístico, como las ilustraciones personales que reflejan el propio estilo del artista, se encuentran diseños que resaltan a pesar de la enorme saturación alrededor.

Como diseñadores, es importante tener el conocimiento adecuado y las habilidades creativas para la búsqueda de soluciones gráficas ante las problemáticas que se presentan en la praxis del diseño en el mundo laboral. Es evidente que contar con los conocimientos y las habilidades ayuda a destacar el trabajo del diseñador frente a la competencia laboral que se presenta.

Esto se puede ver en forma de analogía con lo que sucede en el mundo del sticker art, en el cual, por medio de la apropiación de los espacios públicos siempre va a haber una gran cantidad de diseños en las calles. Por lo tanto, cuando se realiza un diseño ya sea para un cartel, ilustración, o el propio sticker, siempre va a existir la intención de querer resaltar entre los demás gráficos que existen, creados por otros diseñadores o artistas.

Conclusiones

Sin duda el **sticker** es un medio gráfico importante en el mundo del diseño y de las artes; es usado como una forma de expresión y divulgación del arte del propio creador, así como una estrategia en el desarrollo de las habilidades creativas o la búsqueda de soluciones gráficas. En el espacio

público urbano, el *sticker* es un fenómeno no solamente artístico, sino también cultural. Además de reproducirse con mucha velocidad, se puede observar en todas las ciudades del mundo, considerado así una manifestación global artística contemporánea.

Juega un papel fundamental en la cotidianidad y en el paisaje que adornan las calles urbanizadas; es un mar infinito de ideas que están presentes en el entorno, el cual está en constante cambio, por la cantidad de transeúntes que recorren e intervienen las calles. Son considerados lienzos públicos, sin embargo, estos gráficos suelen pasar desapercibidos para algunos, y para otros es un deleite visual y narrativo.

Teniendo una gran influencia entre la comunidad artística, diseñadores, creativos y sobre todo entre los jóvenes, el uso de estos medios gráficos, como una forma de expresión, provoca un impacto significativo en el desarrollo de nuevas ideas, el mejoramiento de las habilidades artísticas y en la divulgación de discursos articulados que van desde la política, crítica social, ruptura estética hasta la búsqueda de la propia identidad.

Los *stickers* permiten que los artistas y diseñadores tengan una mayor flexibilidad por la facilidad de producción, así que son un recurso recurrente y significativo en los procesos creativos, en la experimentación y en el desarrollo de las habilidades creativas que alguna vez tuvieron y que con el pasar de los años se fue perdiendo.

La creación de diseños para la elaboración de stickers es importante, al ser un medio recurrente para la divulgación del trabajo creativo y la búsqueda de la identidad gráfica para la creación del estilo propio. Es crucial poner sobre la mesa la función que cumple no solamente en las apropiaciones del espacio público urbano, sino también en el poder de experimentación que conlleva, el cual, se puede ver reflejado desde la creación, la selección del diseño, los colores e incluso en los materiales que se deciden para su producción tangible.

Personalmente, se sostiene que la intencionalidad del sticker permanecerá con la misma esencia sin importar el pasar de los años. La divulgación de mensajes es parte propia de su naturaleza; al ser un medio temporal, son susceptibles al cambio constante, los diseños, las formas, los colores, van y vienen, es un mundo donde la diversidad es inmensa e infinita. Cada persona tiene formas mutables de expresión y puntos de vista, como la percepción del mundo, sus propias reflexiones y la síntesis de cómo ve el entorno en el que se desarrolla; el cambio es inherente, al igual que los *stickers,* los transeúntes y las ciudades.

NOTAS

1. Se ha localizado que la palabra se puede escribir grafiti o graffiti, por lo cual se pueden encontrar variaciones en algunas partes de este artículo.
2. Artista callejero, reconocido por la creación de intervenciones en los espacios públicos por medio de discursos críticos, con temas sensibles, como la moral de la sociedad en curso, el racismo, la política y el capitalismo (Fernández, 2018).
3. El 16 de marzo del año 2008, se desarrolló uno de los eventos más irreales en la historia de México. El enfrentamiento entre las tribus urbanas emos y punks. Los punks argumentaban que la causa principal de la riña era la copia de los estilos, mencionando que los Emos, no tienen una identidad propia. La cita se realizó a las 3 de la tarde, en la Glorieta de los Insurgentes, en la Ciudad de México. Durante el acontecimiento, hubo agresiones verbales, golpes y cinturonazos, por lo cual empezaron a llegar elementos de la policía federal, para dispersar el caos. Las agresiones pararon cuando un grupo religioso denominado Hare Krishna, con cantos y bailes, calmaron el ambiente. (Flores, 2023)
4. "Tipo de letras que por su estilo en forma de burbuja y con sombra son muy rápidas de hacer utilizando uno o dos colores" (Señas salvajes, 2024)

REFERENCIAS

Acamonchi, (2008). Stickers DF / Entrevistado por Montessoro Favio. Libro Stickers DF.

Cisneros Ríos, R. E., Ramírez Paredes, K G., y Flores Treviño, M. E. (2020). El proceso creativo como metodología de trabajo del diseñador gráfico. Paradigma Creativo. https://paradigmacreativo.uanl.mx/index.php/revista/article/view/8

Fernández Herrero, E. (2018). Origen, evolución y auge del arte urbano. El fenómeno Banksy y otros artistas urbanos. [Tesis de Doctorado, Universidad Complutense de Madrid]. https://docta.ucm.es/entities/publication/b472e690-3bd1-4481-860e-95fb463f8022

Flores, M. (2023). Emos vs Punks: a 15 años de la trifulca que paralizó la Glorieta de Insurgentes. Infobae. https://www.infobae.com/mexico/2023/03/17/emos-vs-punks-a-quince-anos-de-la-trifulca-que-se-paralizo-la-glorieta-de-insurgentes/

Fundación MAPFRE. (s.f.). Qué es el Arte y para qué sirve. https://www.fundacionmapfre.org/blog/que-es-arte-para-que-sirve/

García Cabrera, S. S. (2012). Laboratorio Itinerante de Diseño Participativo como herramienta para: La Apropiación del Espacio Público. [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Autónoma de México]. https://issuu.com/steph_gc/docs/cd_tesis_lidp_stephanie_garc_a

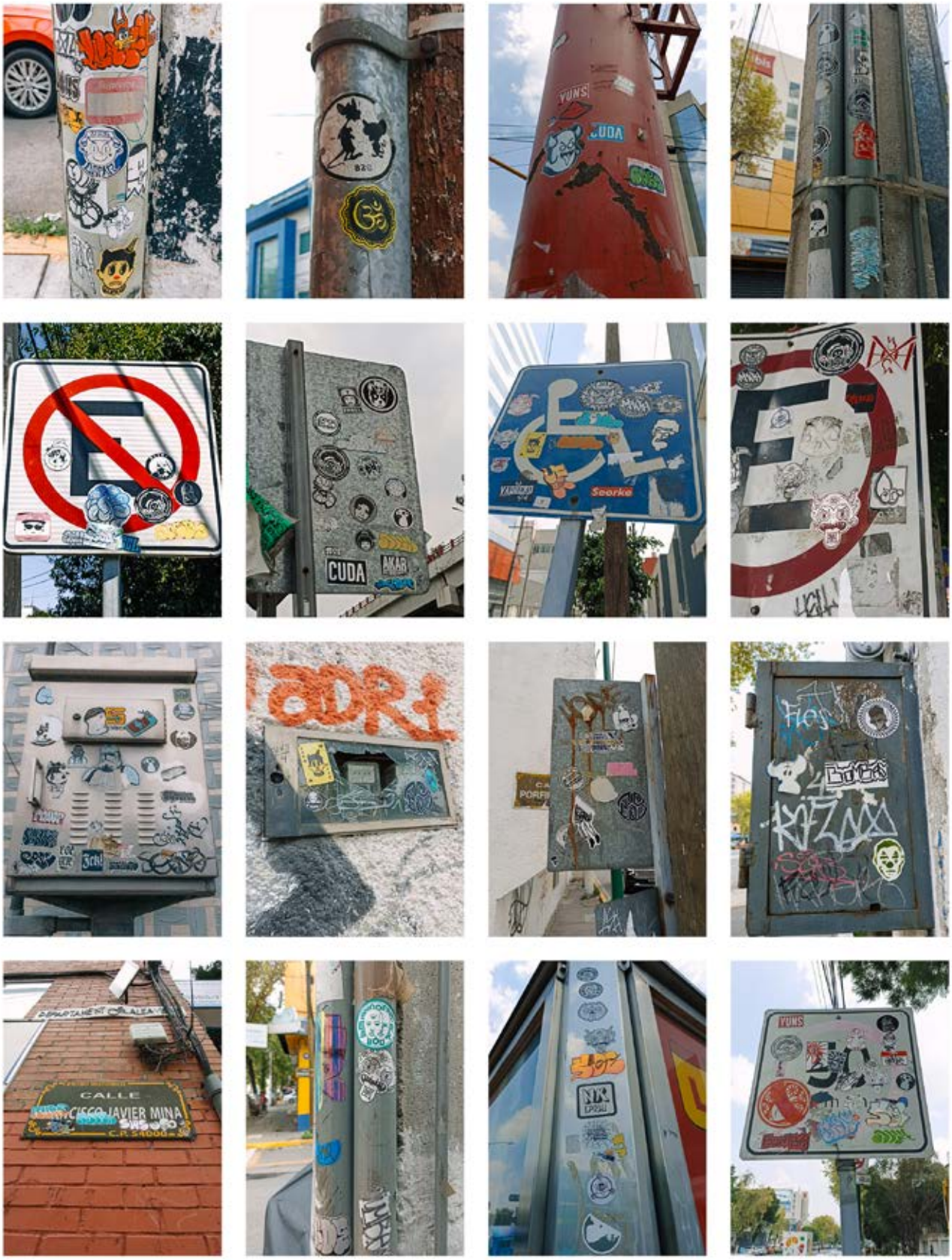
Gorbea, C. (2018). Sticker Art Mexico. (Kindle ed.)

Montessoro, F. (2016). Sticker DF. Universidad Iberoamericana.

Posters, B. (2021). MANUAL DE ARTE URBANO. HOAKI BOOKS.

Real Academia Española. (2024). Expresar. Diccionario de la lengua española, 23.a ed., [versión 23.7 en línea]. https://www.rae.es/diccionario-estudiante/expresar
Real Academia Española. (2024). Apropiar. Diccionario de la lengua española, 23.a ed., [versión 23.7 en línea]. https://dle.rae.es/apropiar
Real Academia Española. (2024). Creatividad. Diccionario de la lengua española, 23.a ed., [versión 23.7 en línea]. https://dle.rae.es/creatividad
Rivera Flores, C. I. (2016). La importancia del diseño urbano y el espacio público en la Ciudad de México. [Tesis de Maestría, Universidad Nacional Autónoma de México]. https://ru.dgb.unam.mx/handle/20.500.14330/TES01000753571
Señas Salvajes. (2024) Glosario. https://www.graffitilsc.com/glosario
Universidad Nacional Autónoma de México. (s.f.). Conocimientos fundamentales. Filosofía. Política y sociedad.
http://conocimientosfundamentales.rua.unam.mx/filosofia/Text/104_tema_06_6.2.2.html

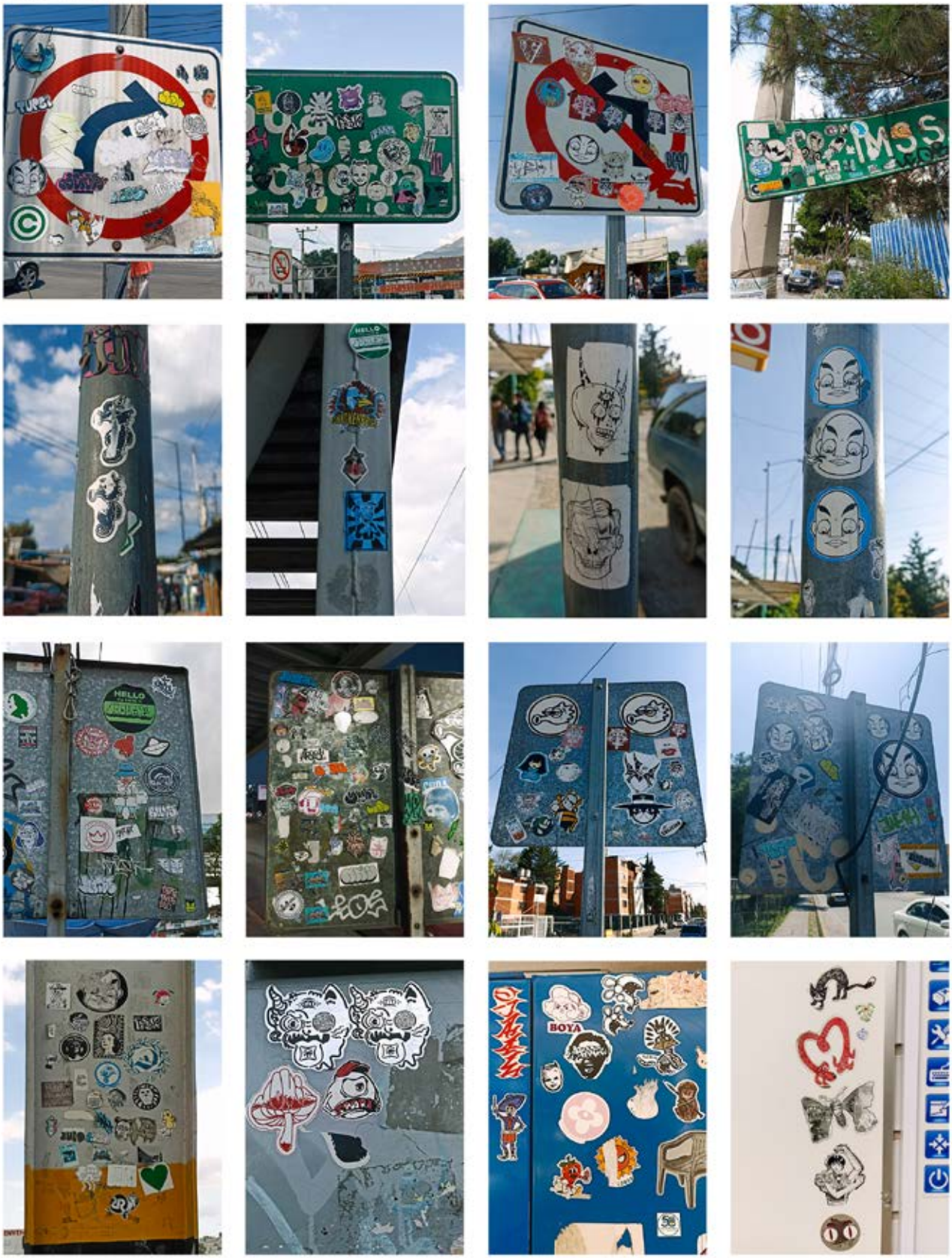
Tlalnepantla de Baz



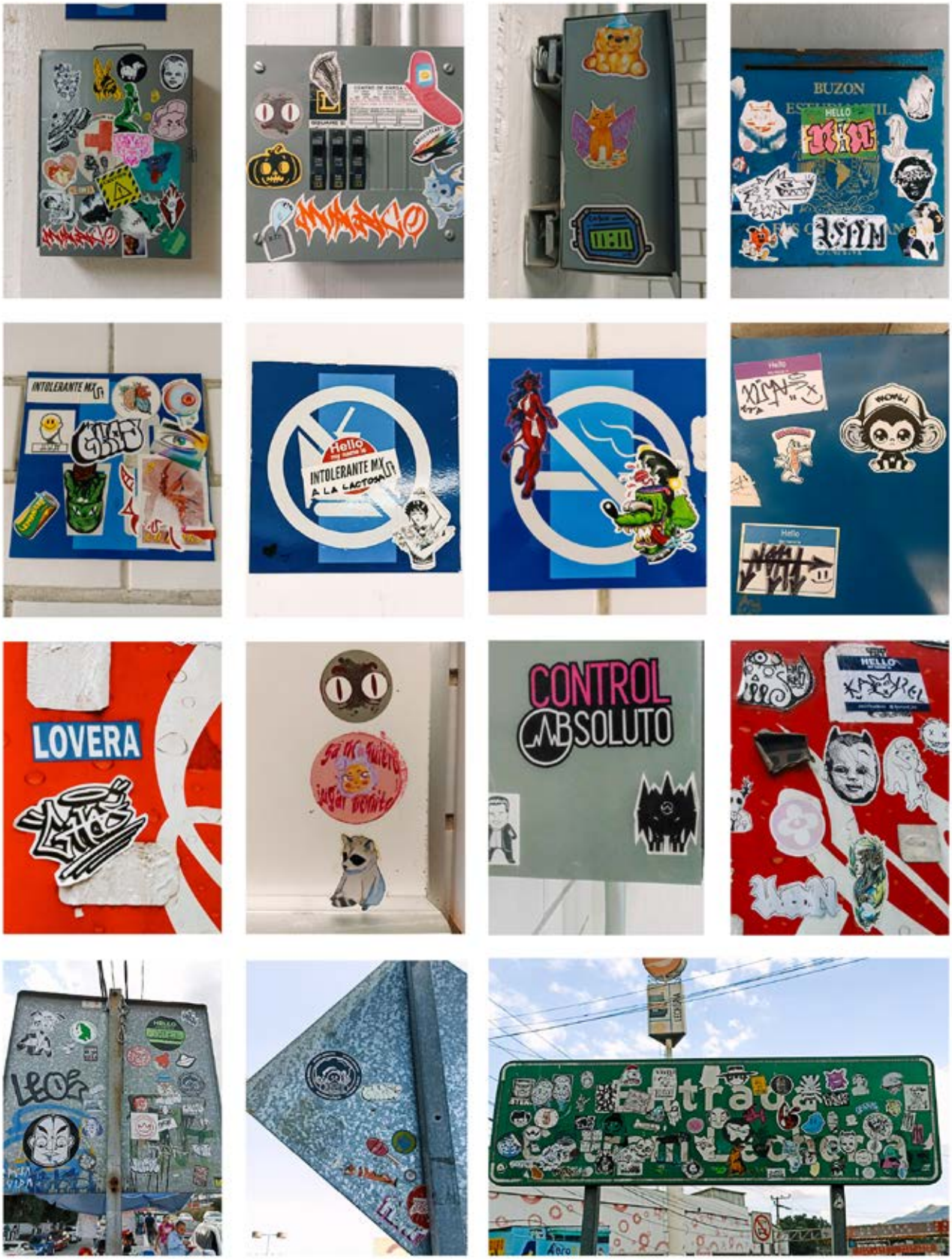
Documentación fotográfica: María del Rocío Franco Alba

Documentación fotográfica: María del Rocío Franco Alba

Cuatitlan Izalli



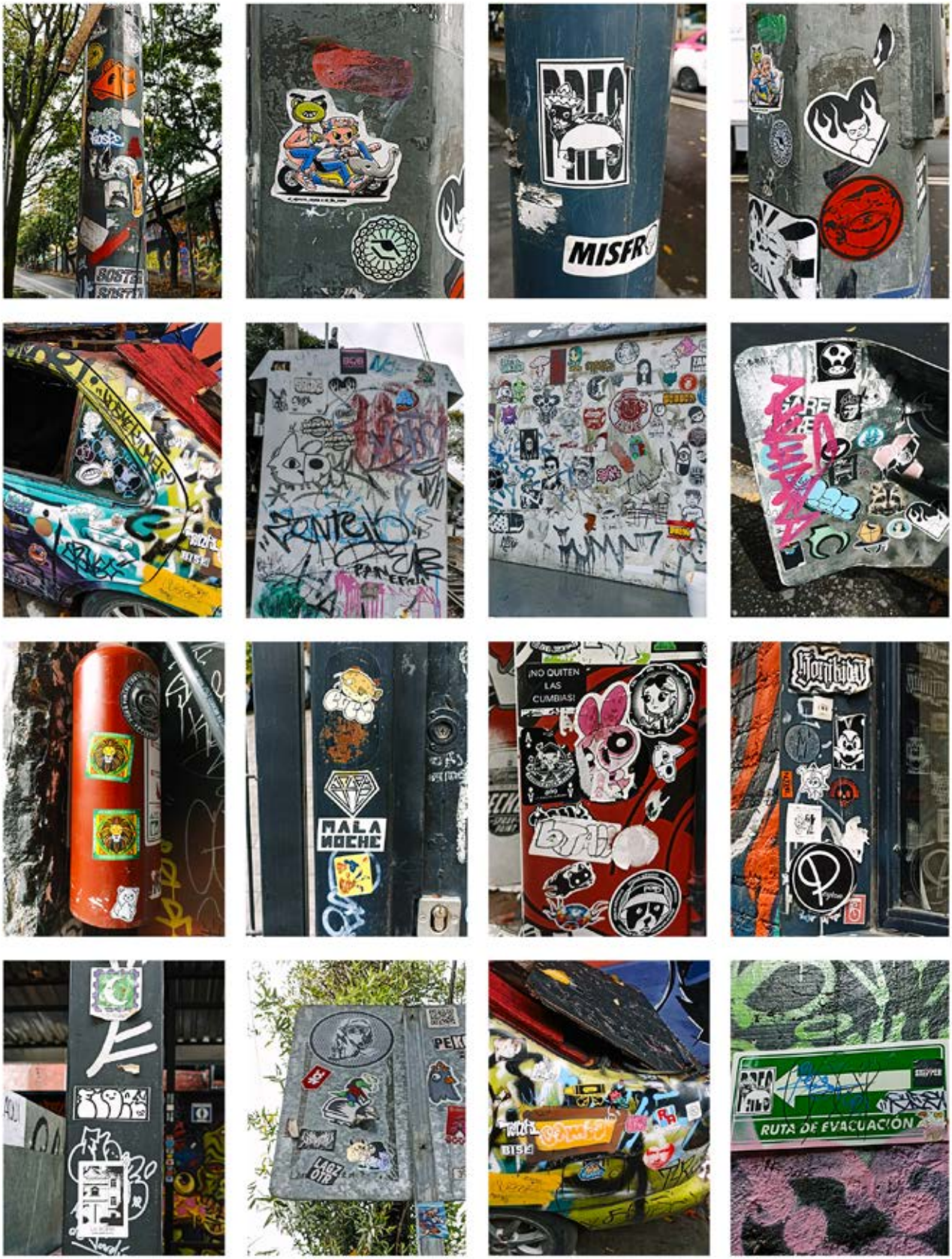
Documentación fotográfica: María del Rocío Franco Alba



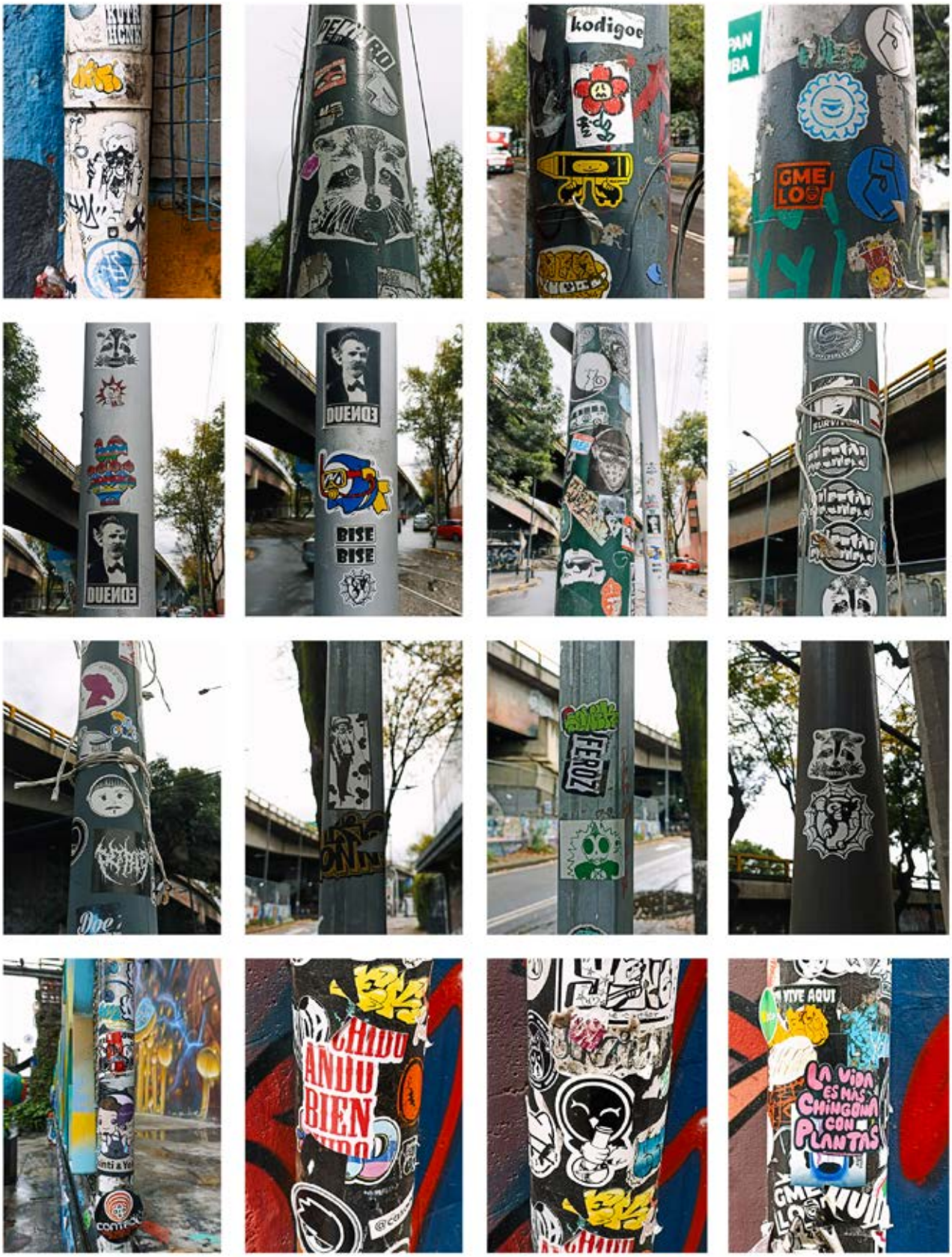
Documentación fotográfica: María del Rocío Franco Alba

Azcapotzalco

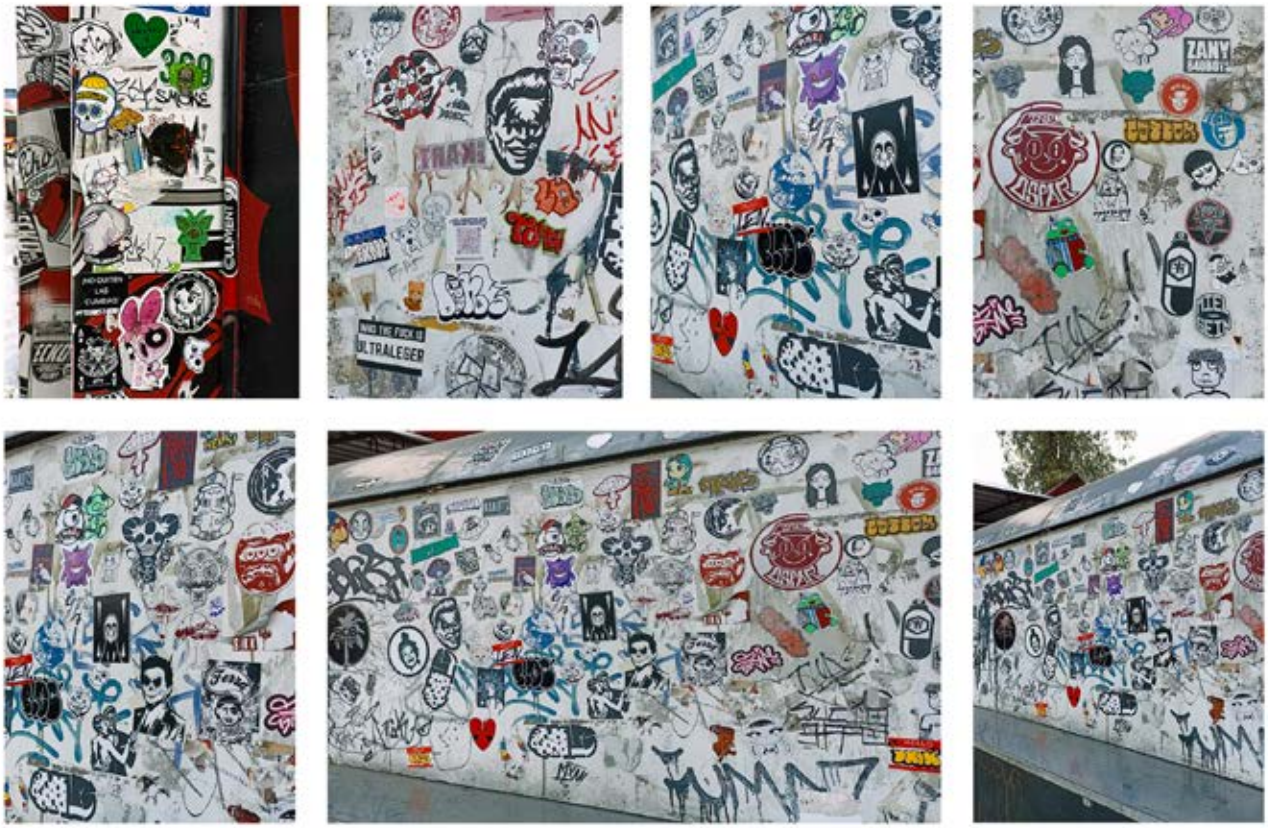
Documentación fotográfica: María del Rocío Franco Alba



Documentación fotográfica: María del Rocío Franco Alba

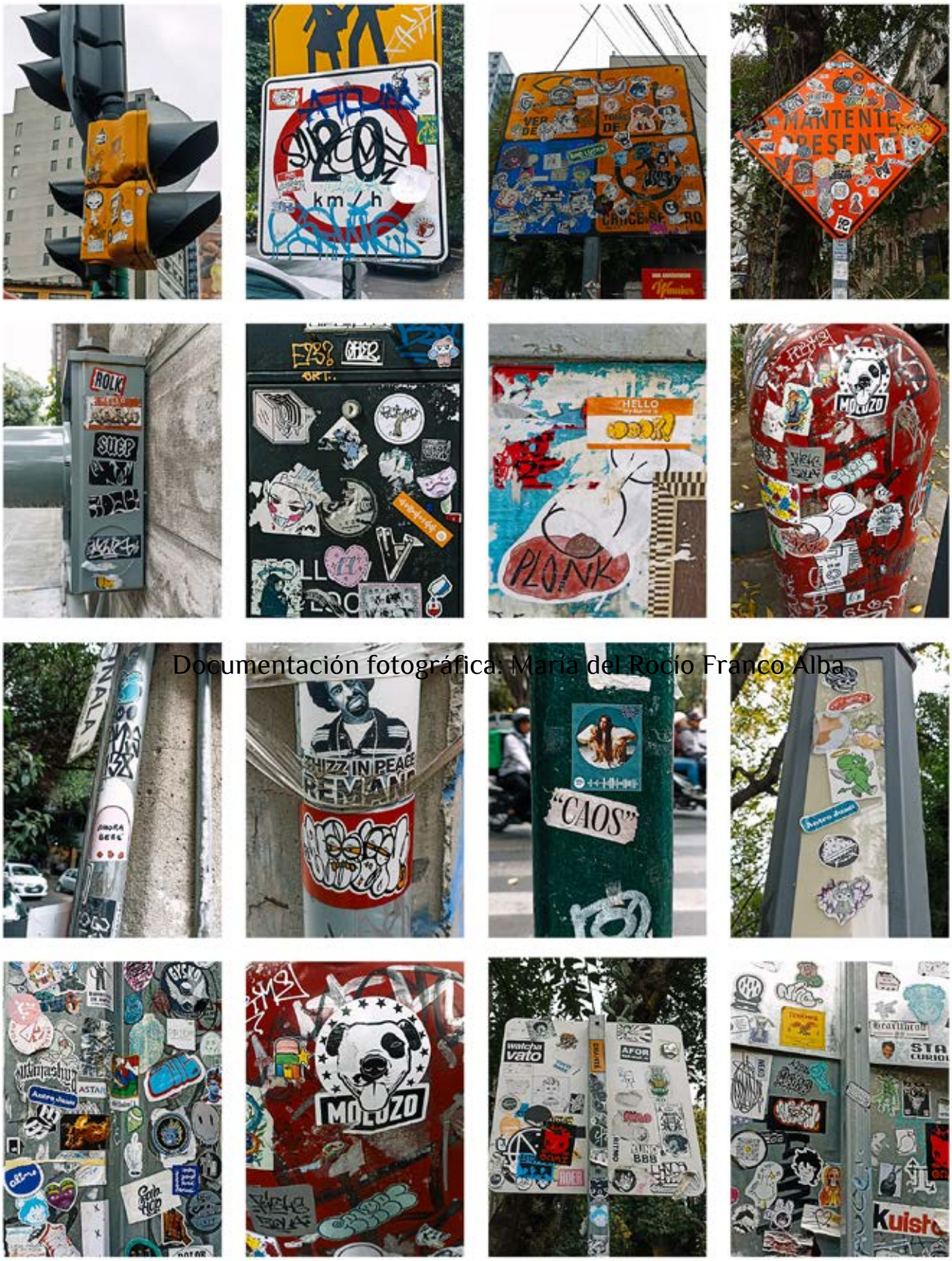


Documentación fotográfica: María del Rocío Franco Alba



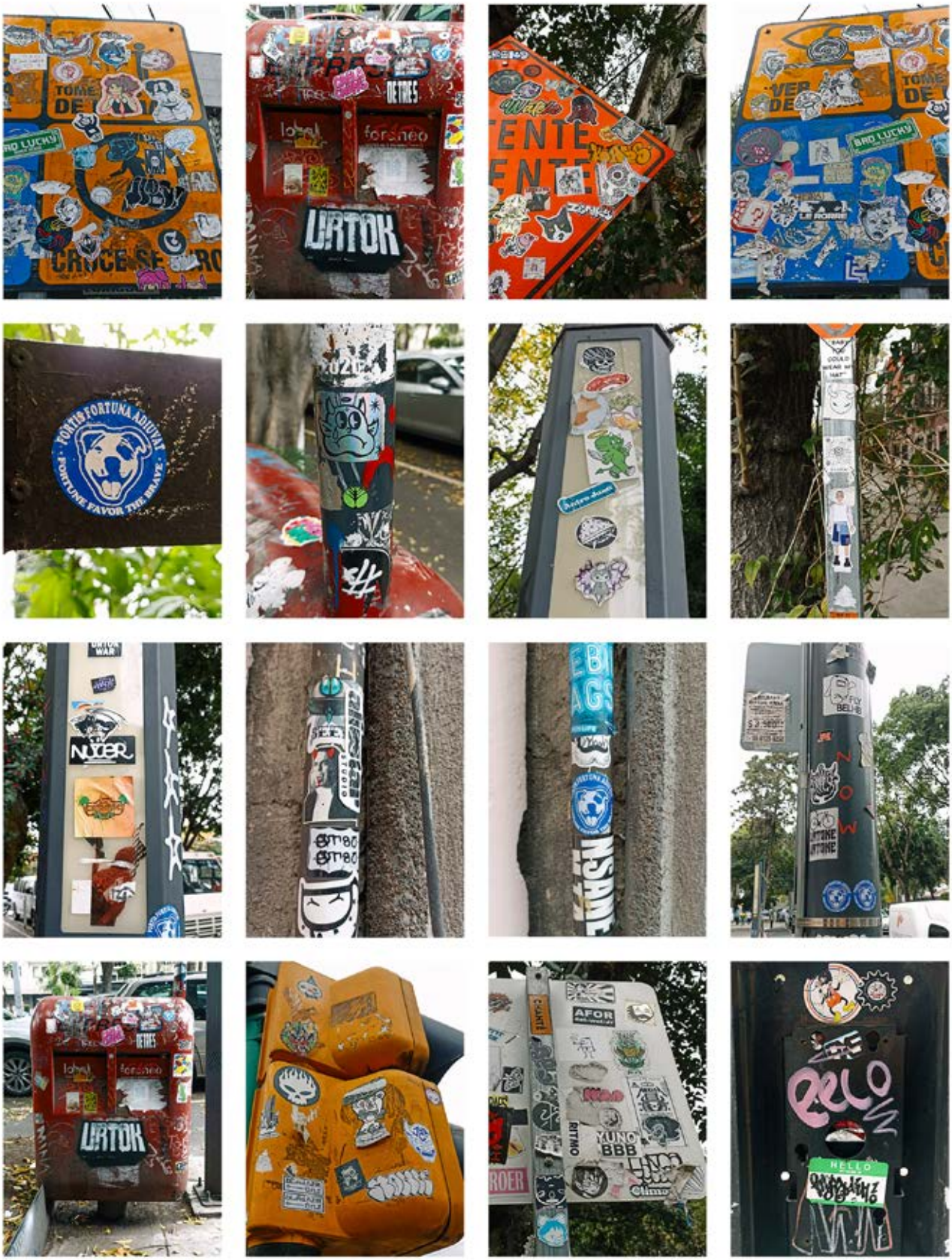
Documentación fotográfica: María del Rocío Franco Alba

La Roma

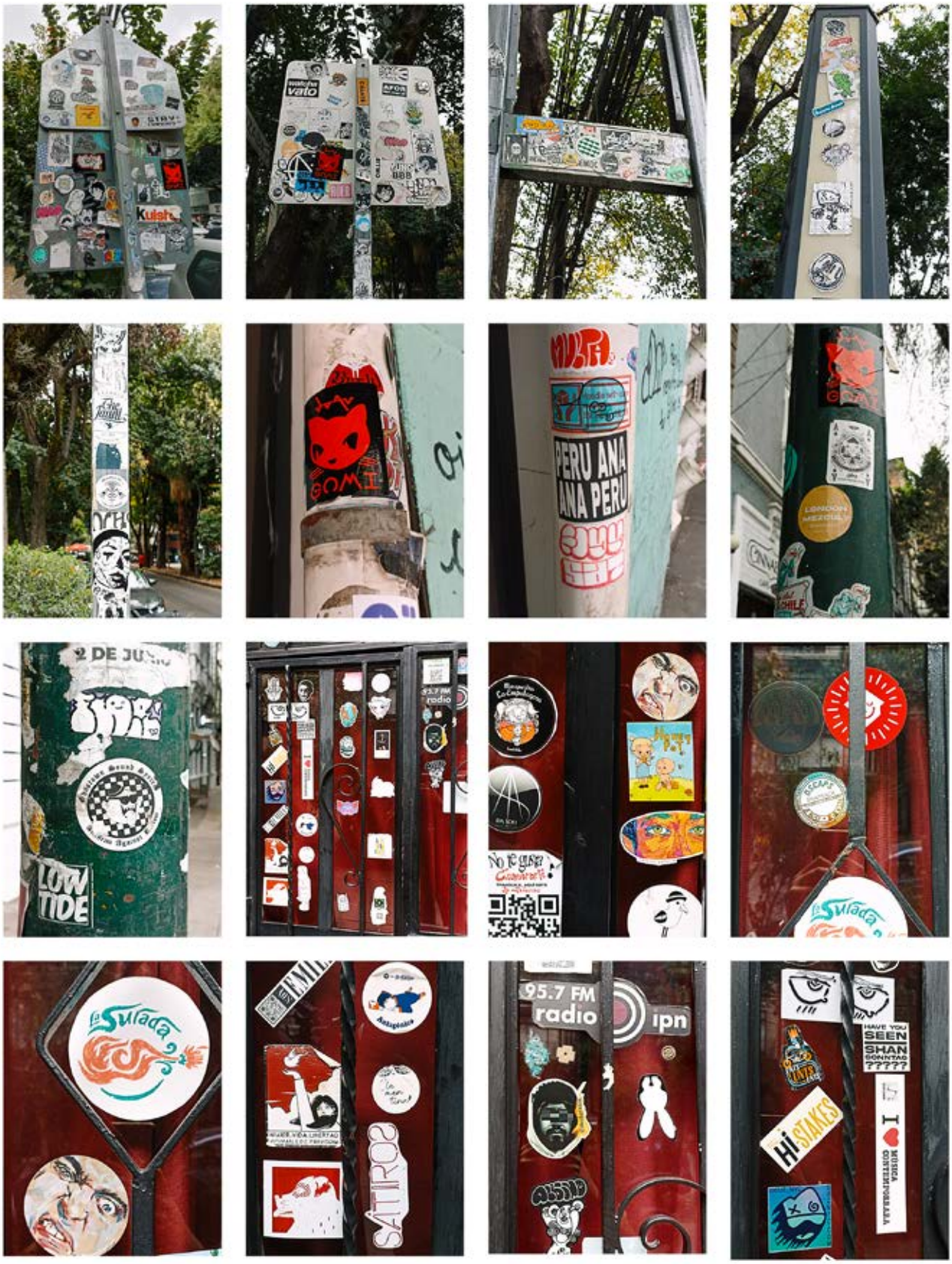


Documentación fotográfica: María del Rocío Franco Alba

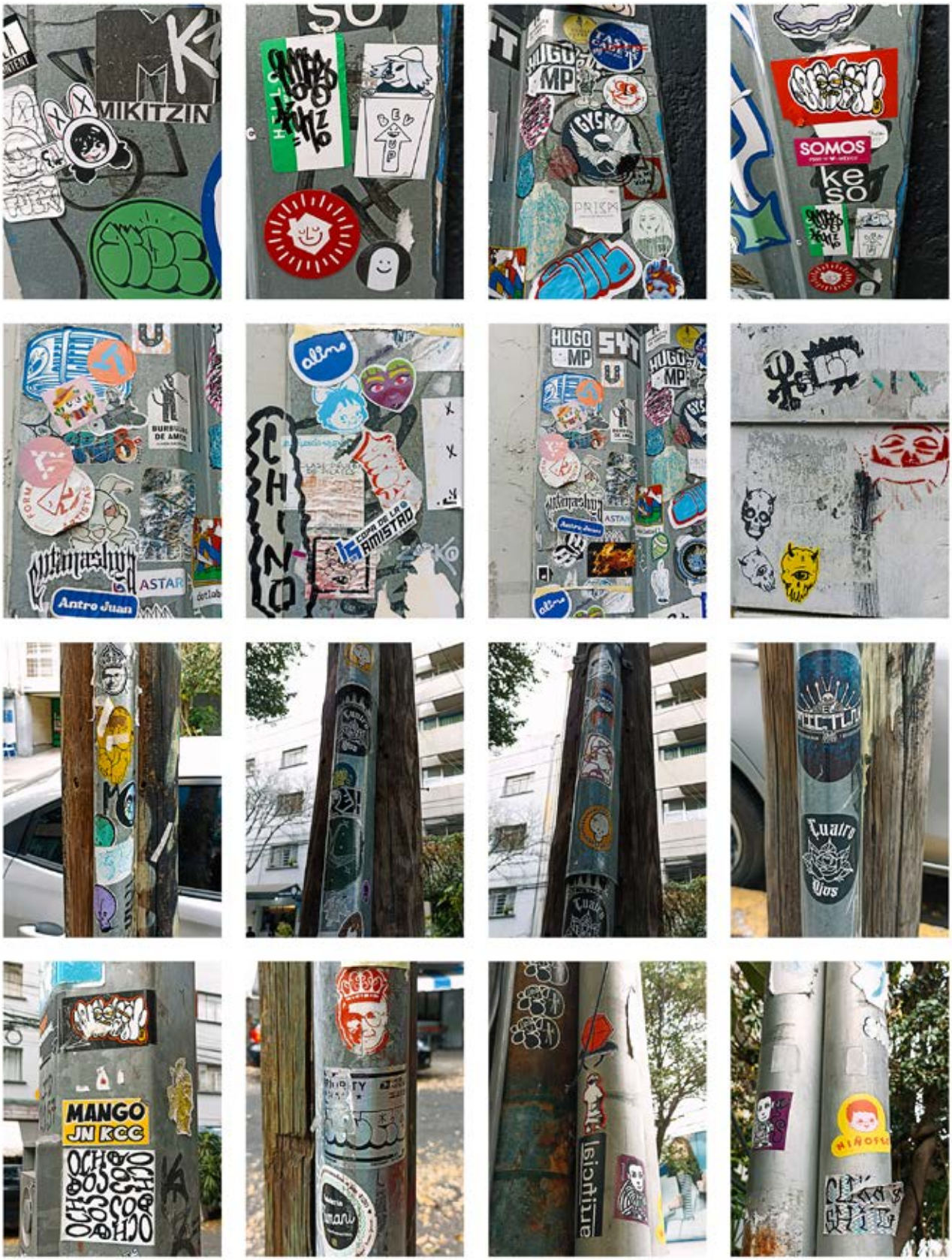
Documentación fotográfica: María del Rocío Franco Alba



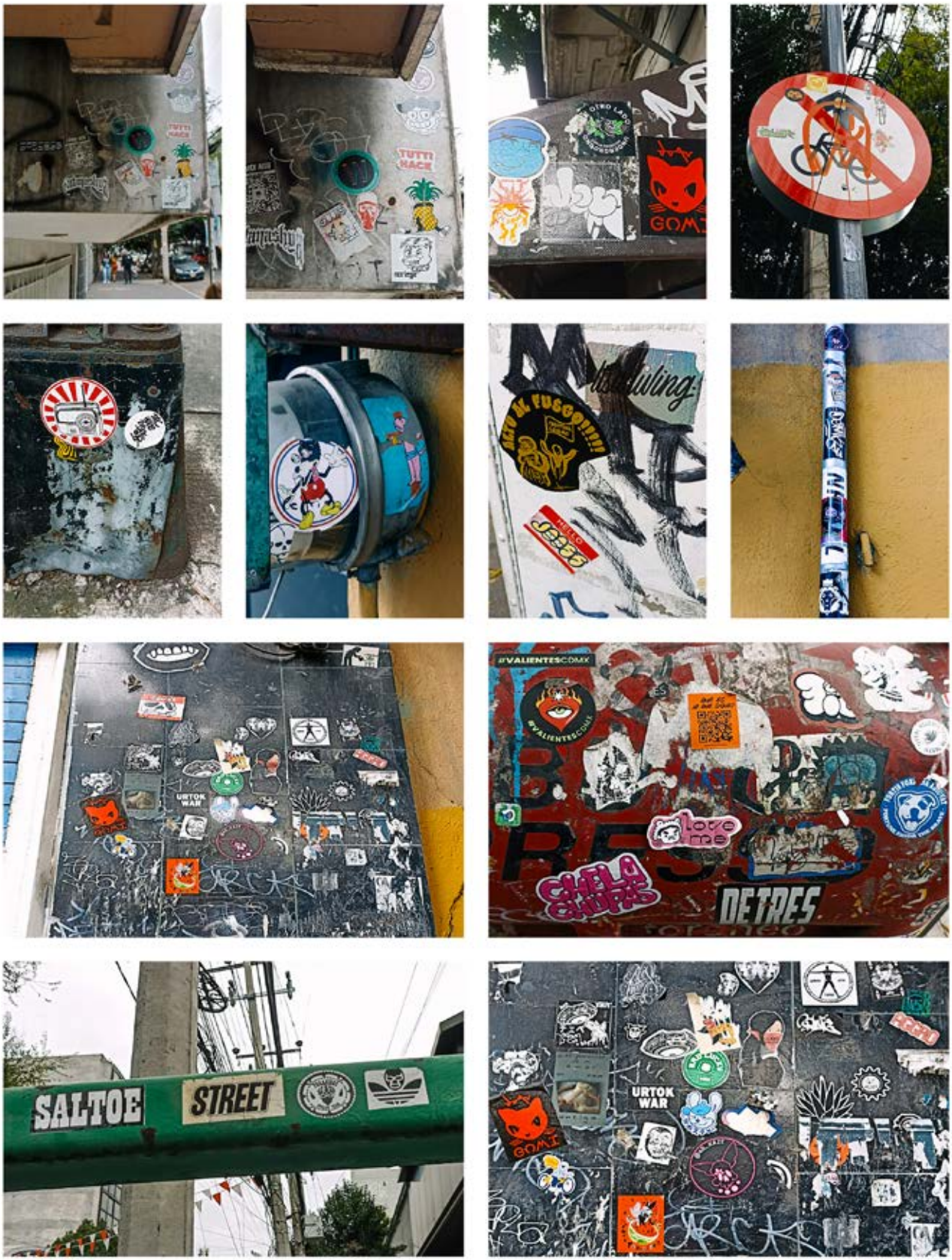
Documentación fotográfica: María del Rocío Franco Alba



Documentación fotográfica: María del Rocío Franco Alba

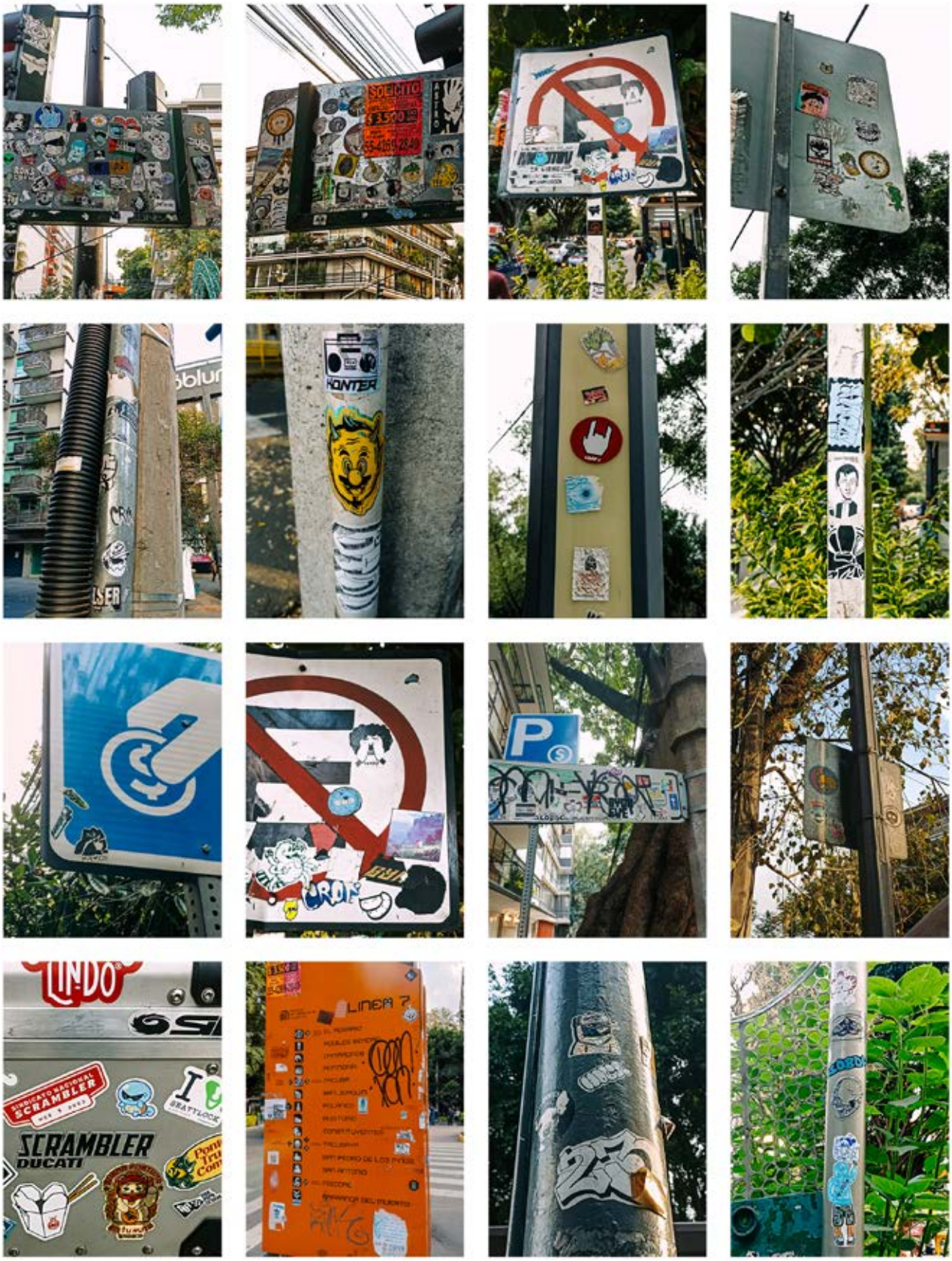


Documentación fotográfica: María del Rocío Franco Alba



Documentación fotográfica: María del Rocío Franco Alba

Polanco



Documentación fotográfica: María del Rocío Franco Alba

Documentación fotográfica: María del Rocío Franco Alba

José Eduardo Hernández García
Título de la Serie: “México *Express*”
Año: 2024

Cambio climático y la expresión de ideas en redes sociales: Caso de estudio sobre el análisis de videos con etiquetas relacionadas a problemas ambientales en TikTok y Youtube

Climate Change and the Expression of Ideas on Social Media: A Case Study on the Analysis of Videos with Hashtags Related to Environmental Issues on TikTok and YouTube

Oscar Antonio Manzanares Betancourt, Roman Anselmo Mora Gutiérrez, Yadira Alatriste Martínez, Gilberto Sinuhe Torres Crokell, Pedro Jonathan Mendoza Luciano*

Resumen

En el presente trabajo se analiza el contenido de videos en TikTok y YouTube relacionados con etiquetas también llamados hashtags #ToxicSkies, #GlobalWarming, #Pollution, #AcidRain, #HighOzoneConcentrations, #NoWater, y #GarbageBurning, vinculadas a la contaminación ambiental. El análisis incluyó la extracción de información (*scraping*[1]), el uso de técnicas de procesamiento de lenguaje natural, y el enfoque de redes complejas y optimización. Los resultados obtenidos muestran la formación de grupos basados en características como idioma y sentimiento, entre otras.

Autores adscritos a la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Azcapotzalco.

Fecha de recepción: enero, 2025
Fecha de aceptación: marzo, 2025
Versión final: marzo, 2025
Fecha de publicación: abril, 2025

Palabras clave: Contaminación ambiental, redes sociales, hashtags, análisis de sentimiento, procesamiento de lenguaje natural, TikTok, YouTube, redes complejas.

Abstract

This paper analyzes the content of TikTok and YouTube videos related to hashtags such as #ToxicSkies, #GlobalWarming, #Pollution, #AcidRain, #HighOzoneConcentrations, #NoWater, and #GarbageBurning, all linked to environmental pollution. The analysis included data extraction (scraping), the use of natural language processing techniques, and an approach based on complex networks and optimization. The results show the formation of groups based on features such as language and sentiment, among others.

Keywords: *Environmental pollution, social media, hashtags, sentiment analysis, natural language processing, TikTok, YouTube, complex networks.*

Introducción

En la actualidad, las redes sociales han facilitado que las personas compartan sus opiniones sobre una gran diversidad de temas, haciendo visibles sus puntos de vista. En este intercambio constante de producción y consumo de información, los sentimientos juegan un papel crucial, actuando como catalizadores en la reproducción de ideas y la generación de contenido. Principalmente en contenidos en función de la afinidad que las personas sienten hacia ellos, lo que refuerza y amplifica las ideas y opiniones compartidas en las redes sociales.

11. Web scraping o raspado web es una técnica utilizada mediante programas de software para extraer información de sitios web. Usualmente, estos programas simulan la navegación de un humano en la World Wide Web ya sea utilizando el protocolo HTTP manualmente, o incrustando un navegador en una aplicación. (Wikipedia, 2024)

Diversos elementos en estas plataformas influyen en cómo una idea es consumida y diseminada. Plataformas como YouTube y TikTok han per-

mitido a las personas no solo ser consumidoras de contenido, sino también productoras o replicadoras del mismo.

Es importante destacar que los usuarios de estas plataformas tienen un perfil diferente, la mayoría de los usuarios de TikTok pertenecen a la Generación Z. Según (Shops, 2024) el rango de edad de la mayoría de los usuarios oscila entre los 10 y 29 años, mientras que (Quiroz, 2020) señala que se concentra entre los 16 y 24 años. Además, (Datareportal, 2024) y (Silverio, 2024) mencionan que más del 27% de los usuarios mayores de 18 años en internet utilizan esta plataforma. TikTok es la quinta plataforma con más usuarios mensuales, con alrededor de 1,562 millones. De manera general, los videos en esta plataforma duran menos de un minuto. Por otro lado, los usuarios de YouTube oscilan entre los 16 y 45 años (Shops, 2024), y es la segunda plataforma con mayor cantidad de usuarios, con 2,491 millones, solo por debajo de Facebook (Silverio, 2024). Esta plataforma contiene tanto videos cortos, con una duración de 2 minutos o menos, como videos largos, con una duración de más de 10 minutos.

Las redes sociales pueden ser modeladas como redes complejas, donde los nodos representan videos y creadores, mientras que los vínculos manifiestan las relaciones de similitud entre los videos. En términos generales, una red compleja es un conjunto de nodos y aristas que presenta propiedades topológicas y estadísticas no triviales, tales como comportamiento no lineal, auto-adaptación, y comportamiento emergente, entre otras características distintivas (Torres-Cockrell, 2024). Estas redes permiten analizar la estructura y dinámica de interacciones en plataformas sociales, revelando patrones subyacentes que influyen en la difusión de información y en la formación de comunidades en línea.

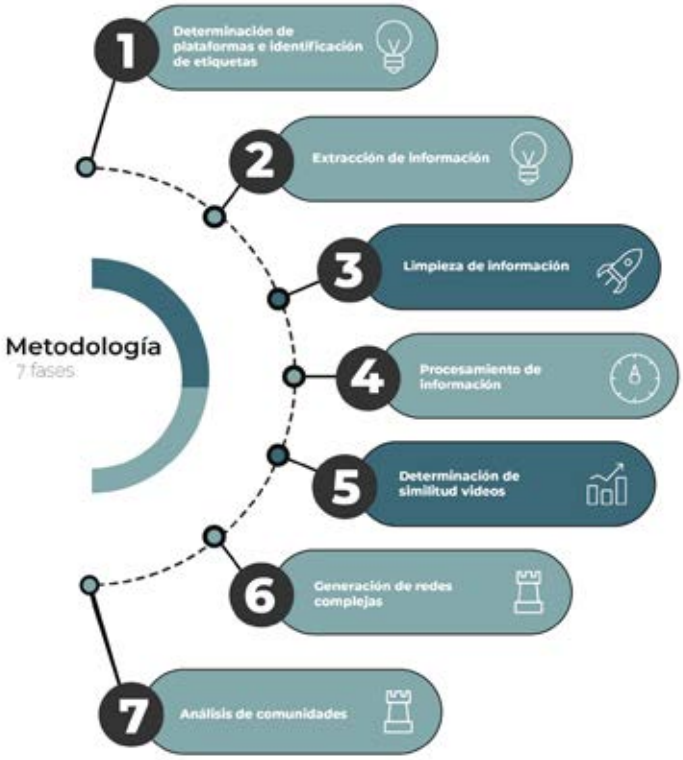
La determinación de comunidades en redes complejas permite identificar subconjuntos de nodos altamente interconectados que exhiben una estructura interna más densa en comparación con las conexiones externas (Shi, 2014). Estas comunidades están integradas por nodos con características homogéneas, lo que facilita el análisis de los patrones de interacción y la propagación de ideas dentro de las redes sociales.

Este trabajo, llevo a cabo un estudio de comunidades en redes complejas para las plataformas de YouTube y TikTok, centrado en las etiquetas: #ToxicSkies, #GlobalWarming, #Pollution, #AcidRain, #HighOzoneConcentrations, #NoWater, y #GarbageBurning se emplearon técnicas de procesamiento de lenguaje natural y algoritmos de detección de comunidades.

A través de este estudio, se buscó identificar las similitudes y diferencias en la estructura de las comunidades formadas en ambas plataformas y cómo estas características pueden influir en la difusión de información y la percepción de problemas ambientales.

La metodología consta de siete fases, las cuales se esquematizan en la Figura 1.

Figura 1.
Fases en el proceso de investigación.



La detección de comunidades se llevó a cabo mediante el método de Louvain (De Meo, 2011; Chaudhary, 2019). Los resultados numéricos muestran diferencias en las características de las comunidades formadas en ambas plataformas.

En la siguiente sección se presenta un breve estado del arte. Posteriormente, en la Sección 3 se explica el problema de investigación. En la Sección 4 se describe en detalle la metodología de investigación, seguida de los resultados encontrados en la Sección 5. Finalmente, en la Sección 6 se presentan las conclusiones.

Estado del Arte

La Cuarta Revolución Industrial ha provocado cambios significativos en la forma de comunicación e interacción entre los seres humanos (Pulido, 2021). Estos avances tecnológicos han transformado no solo los medios a través de los cuales las personas se comunican, sino también la velocidad y el alcance desde sus interacciones, permitiendo una conexión global sin precedentes.

El intercambio de información en redes sociales forma parte de la comunicación mediada por computadoras (CMC, por sus siglas en inglés). En términos generales, la CMC se refiere a cualquier tipo de comunicación, ya sea sincrónica o asincrónica, en la que las personas interactúan a través de dispositivos tecnológicos como computadoras, tabletas o teléfonos. Este tipo de comunicación se lleva a cabo mediante una serie de conexiones y protocolos, y está influenciada por factores como la economía, el desarrollo tecnológico y las dinámicas sociales propias del entorno digital (Gómez & Galindo, 2005).

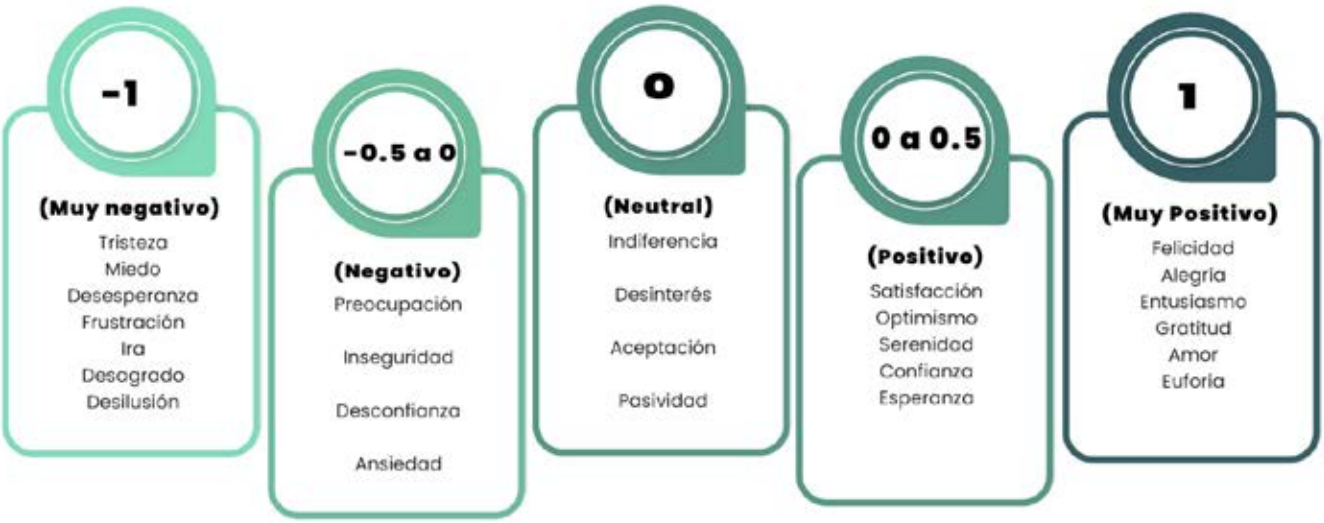
Como se menciona en (Díaz Gandasegui, 2011) aunque las redes sociales se desarrollan en el ciberespacio, las interacciones que ocurren en ellas son reales y tienen consecuencias palpables en la vida de las personas. Sin embargo, la naturaleza de estas interacciones puede diferir de las que ocurren en el mundo físico. En el entorno digital, los individuos pueden modificar su forma de relacionarse con otros, estableciendo vínculos que pueden ser fuertes o débiles. Además, la visibilidad y el reconocimiento de

los agentes en estas redes dependen de la afinidad y los intereses compartidos. Los vínculos pueden ser creados o eliminados con un solo clic, lo que refleja la dinámica y fluidez de las relaciones en el ámbito digital.

Es importante destacar que, en la actualidad, las redes sociales juegan un papel significativo en la vida de muchas personas, especialmente en la de los adolescentes (Moreira de Freitas, 2011). La comunicación en las redes sociales implica un contenido emocional fuerte, de manera que se pueden utilizar técnicas de procesamiento de lenguaje natural (PNL, por sus siglas en inglés) para analizar la intención del mensaje. Un método empleado para determinar el sentimiento de un texto es *TextBlob*[2]. La puntuación de polaridad de sentimiento varía de -1 a 1, donde -1 indica un sentimiento muy negativo, 0 indica un sentimiento neutral, y 1 indica un sentimiento muy positivo.

En la Figura 2, se esquematiza la polaridad de los sentimientos de acuerdo con el algoritmo TextBlob.

Figura 2.
Relación entre sentimiento y puntaje textblob



Metodología

Como se explicó con anterioridad, la metodología implicada en este trabajo consta de siete fases, las cuales se explican a continuación (Ver pigura3):

Figura 3.
Metodología de la aplicación. Elaboración del autor.

Determinación de plataformas e identificación de etiquetas

En (Gómez-Camacho, A., de-Pablos-Pons, J., Colás-Bravo, P., & Conde-Jiménez, J., 2023) y (Mancera Rueda, 2016) han mostrado que los usuarios de las redes sociales han estructurado una forma de comunicación oral y escrita diferente a la que marcan los cánones del idioma. Se resalta el uso de imágenes (emoji), caracteres especiales (tales como #, @, x, entre otros) y el uso de contracciones o acrónimos de ideas. Por consecuencia los usuarios han creado, desarrollado y adaptado un código de comunicación común; cuando una persona desea interactuar con otras emplea estos elementos en la búsqueda y generación de contenidos.

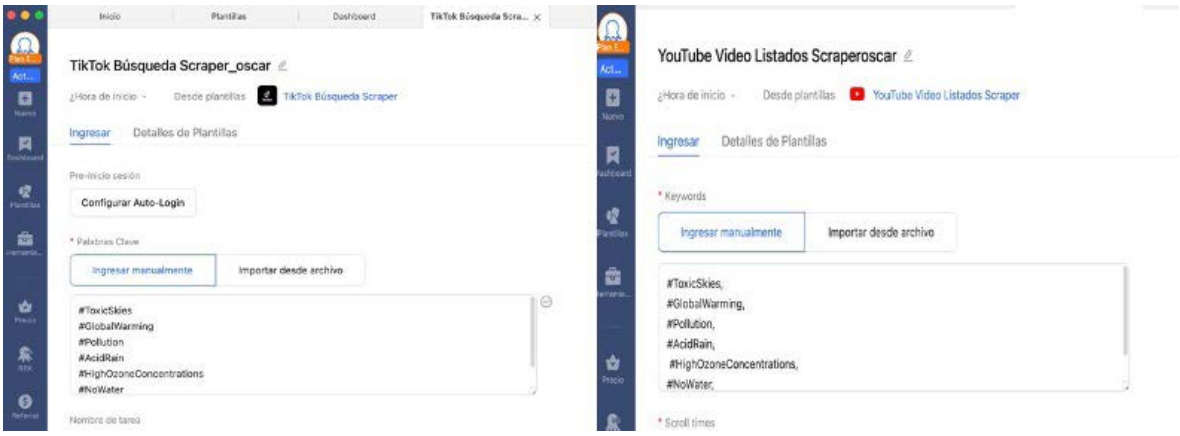
Por otro lado (W3Techs, 2024) indica que más del 49% de la información disponible en internet está en inglés. Este dato contrasta con lo reportado por (OBDILCI, 2024), donde se menciona que, si bien la mayoría de los elementos en internet están en inglés, este solo representa el 20%. Esta influencia del idioma también es palpable en las redes sociales, donde el inglés es empleado de manera mayoritaria.

De acuerdo en lo anterior, se seleccionaron como tópicos de búsqueda en las redes sociales los hashtags #ToxicSkies, #GlobalWarming, #Pollution, #AcidRain, #HighOzoneConcentrations, #NoWater y #GarbageBurning. Estas etiquetas, en idioma inglés, están relacionadas con la contaminación, donde se omiten los espacios y se agrega el símbolo #.

Extracción de información

Posterior a la selección de las etiquetas, se empleó el programa Octoparse[3] para la extracción (*scraping*) de información en las redes sociales seleccionadas. Cabe destacar que en la extracción de información se incluyeron el emisor (generador de contenido), la descripción del video, las etiquetas, el número de visitas y la fecha de publicación. En la Figura 4 se presentan las plantillas utilizadas en este programa.

Figura 4.
Plantillas empleadas para la extracción



Limpieza de información

Se empleó el programa Python para la limpieza y homogenización de la información extraída. El proceso de limpieza y homogenización se enfoca en estandarizar los datos para su posterior análisis. En la Figura 5 se esquematiza el proceso de limpieza de los datos.

Figura 5.
Proceso de limpieza de información

PROCESO DE LIMPIEZA Y HOMOGENIZACION DE DATOS
Entradas: Documento en Microsoft Excel obtenido por Octoparse, listas de palabras vacías (*stopwords*[4]) en inglés y español. Salida: Documento en Microsoft Excel de la base de datos limpia
Iterar sobre cada fila de datos: **Paso 1: Limpiar el texto del contenido del video.** ▪ Remover emojis y caracteres especiales. ▪ Remover menciones, hashtags, URLs. ▪ Eliminar números, stopwords (palabras vacías) y caracteres que no sean letras o espacios. **Estandarizar el texto en minúsculas.**
Paso 2: Procesar la fecha de publicación del video. ▪ Convertir fechas relativas (como "hace 2 días") a fechas absolutas. **Paso 3: Convertir el número de reproducciones.** ▪ Convertir formatos como "1.2M" o "300K" a valores numéricos completos. ▪ Almacenar los resultados

Procesamiento de información

Una vez que se han limpiado los datos, se procede al procesamiento de la información con objeto de determinar información que será empleada en los siguientes procesos. En la Figura 6 se esquematiza esta fase

Figura 6.
Proceso de limpieza de información

PROCESO DE LIMPIEZA Y HOMOGENIZACION DE DATOS
Entradas: Documento obtenido de la limpieza de datos. **Salida:** Documento con elementos procesados
Iterar sobre cada fila de datos: **Paso 1:** Calcular el cociente entre reproducciones y tiempo transcurrido. ▪ Calcular el tiempo transcurrido desde la fecha de publicación. ▪ Dividir el número de reproducciones por el número de días desde su publicación. **Paso 2:** Determinar el idioma del contenido. **Paso 3:** Usar un modelo de análisis de sentimiento para calcular la polaridad del texto. **Paso 4:** Almacenar los resultados. Guardar el resultado en un nuevo archivo Excel (Datafrem). Este documento incluye el contenido limpio, etiquetas, tiktoker, idioma, número de reproducciones, fecha, cociente y análisis de sentimiento. **Paso 5** Construir las nubes de palabras de los elementos concatenados para las categorías: categorías = ['Descripción', 'Etiquetas', 'Generador', 'Idiomas']

Determinación de similitud videos

En esta etapa se utiliza la información obtenida en la fase anterior con el propósito de identificar el grado de similitud entre los contenidos analizados. En la Figura 7 se esquematiza los pasos de esta fase

Figura 7.
Construcción de la matriz de similitud

PROCESO DE LIMPIEZA Y HOMOGENIZACION DE DATOS

Entradas: Matriz de similitud entre filas del Dataframe[5].
Salida: Dataframe

Iterar sobre cada fila de datos:

Paso 1: Inicializar matrices de distancia

- Crear matrices de distancia vacías para cada métrica: distancia_descripcion, distancia_etiquetas, distancia_sentimiento, distancia_tiktoker, distancia_idioma, distancia_cociente, todas de tamaño a1 x a1.

Paso 2: Calcular distancias entre pares de videos

- Iterar sobre todos los videos i y j tal que i < j (para no duplicar cálculos):
- Si el idioma del video i es diferente al de j:
- Asignar valor 1 a las distancias de idioma y sentimiento para estos dos videos.
- Si el idioma de ambos videos es el mismo y es inglés:
- Calcular la diferencia absoluta entre los valores de sentimiento para ambos videos y asignarla a distancia_sentimiento.
- Si el idioma no es inglés:
- Asignar valor 1 a distancia_sentimiento.
- Si los creadores de los videos (tiktoker) son diferentes:
- Asignar 1 a distancia_tiktoker.
- Calcular la distancia de descripción usando la métrica de Jaccard entre las descripciones de ambos videos y asignar el resultado a distancia_descripcion.
- Calcular la distancia de etiquetas usando la métrica de Jaccard entre las etiquetas de ambos videos y asignar el resultado a distancia_etiquetas.
- Calcular la distancia entre el número de reproducciones de ambos videos y asignarla a distancia_cociente.

Paso 3: Normalizar la matriz de distancia del cociente

- Dividir todos los valores de distancia_cociente por la suma de sus valores para normalizar la matriz.

Paso 4: Calcular las similitudes a partir de las distancias

- Restar las distancias a 1 para obtener las similitudes:

  similitud_idioma = 1 - distancia_idioma

  similitud_cociente = 1 - distancia_cociente

  similitud_tiktoker = 1 - distancia_tiktoker
- Si la distancia de sentimiento tiene valores mayores a 0:
- Normalizar la distancia de sentimiento dividiendo por el valor máximo y calcular la similitud: similitud_sentimiento = 1 - (distancia_sentimiento / max(distancia_sentimiento))
- Si no hay valores mayores a 0, asignar 1 a todas las similitudes de sentimiento.
- Para la distancia de descripción, si hay valores mayores a 0:
- Normalizar la distancia de descripción y calcular la similitud: similitud_descripcion = 1 - (distancia_descripcion / max(distancia_descripcion))
- Si no hay valores mayores a 0, asignar 1 a todas las similitudes de descripción.
- Para la distancia de etiquetas, si hay valores mayores a 0:
- Normalizar la distancia de etiquetas y calcular la similitud: similitud_etiquetas = 1 - (distancia_etiquetas
- / max(distancia_etiquetas))
- Si no hay valores mayores a 0, asignar 1 a todas las similitudes de etiquetas.

Paso 5: Combinar todas las similitudes

- Combinar todas las matrices de similitud: simil_1 = similitud_idioma + similitud_sentimiento + similitud_descripcion + similitud_etiquetas + similitud_cociente.

Paso 6: Normalizar la matriz

- Guardar la matriz

[5] Un DataFrame es una serie de Series Pandas indexadas por un valor. En este artículo, presentaremos la estructura de los DataFrames y luego veremos sus diferentes atributos y métodos básicos, y explicaremos su utilidad y funcionamiento

Generación de redes complejas

Con base a la matriz de similitud generada en el paso anterior se genera la red dejando como nodos a los contenidos analizados mientras que los vínculos iniciaran el grado de similitud entre ellos. Este proceso involucra que, para cada fila de la matriz, se calcula la mediana de los valores, excluyendo el elemento de la diagonal, y se almacena en un objeto denominado mediana_conjunta. Posteriormente, se comparan los valores de la matriz con la mediana conjunta de sus filas correspondientes. Si el valor es mayor o igual a la mediana tanto en la fila como en la columna, se conserva; de lo contrario, se asigna un valor de 0, asegurando la simetría de la matriz al reflejar el valor en la posición correspondiente. Este proceso permite identificar las relaciones de similitud más fuertes entre los elementos.

Análisis de comunidades

Como se mencionó el análisis de comunidades se realizó mediante el algoritmo de Louvain el cual funciona en dos etapas principales: primero, asigna cada nodo a su propio grupo y evalúa los beneficios en la modularidad66 al fusionar nodos con sus vecinos en comunidades más grandes. Esto se repite iterativamente hasta que no se pueden mejorar más las agrupaciones. En la segunda etapa, se crea una nueva red donde cada comunidad identificada se convierte en un solo nodo, y el proceso se repite. El objetivo es maximizar la modularidad, una medida que evalúa la densidad de enlaces dentro de las comunidades en comparación con los enlaces entre ellas.

El objetivo es identificar comunidades o grupos de nodos con una alta densidad de conexiones internas, lo que es útil para comprender la estructura y segmentación de las redes sociales, permitiendo analizar la afinidad entre los nodos (videos analizados)

Resultados

Figura 8.
Nubes de palabras (word clouds) en TikTok.

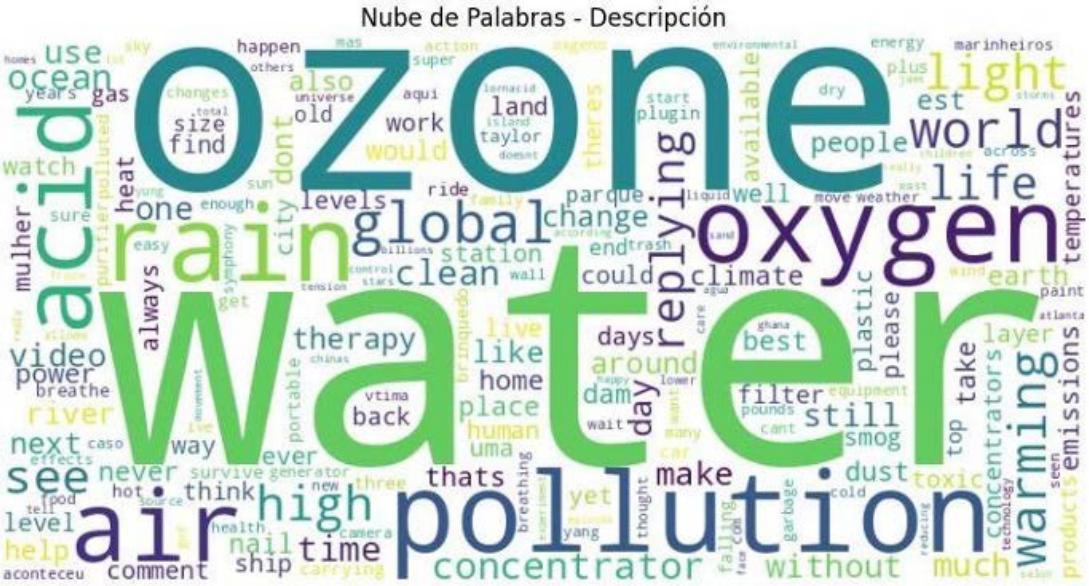


Figura 9.
Palabras en la descripción de los videos

Figura 10.
Palabras en las etiquetas relacionadas.

Figura 11.
Productores de videos.

Figura 12.
Gráfica de barras sobre: Sentimientos en los textos.

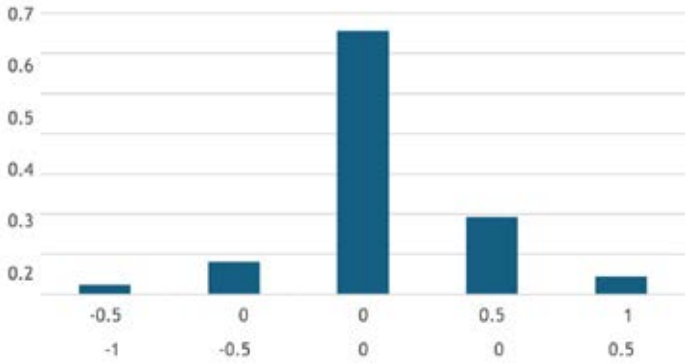
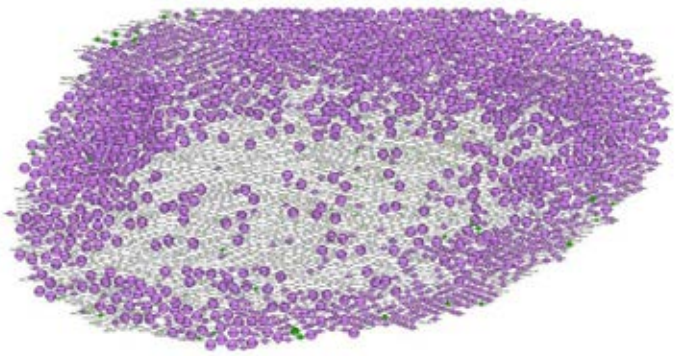


Figura 13.
Comunidades y tendencias sobre: Sentimientos en los textos.



Los contenidos analizados en TikTok conforman seis comunidades dos de ellos se conforman por un único video los cuales son Grupo 1: ['video 209'] video en malayo

referente a lluvia ácida, Grupo 5: ['video 261'] video en cingalés referente a la adquisición de sistemas de ozono, por otro lado, el Grupo 4: ['video 211', 'video 253', 'video 286'] son videos en polaco donde dos de ellos en su descripción se asocian a ozono.

Figura 14.
Nubes de palabras (word clouds) en YouTube.

Nube de Palabras - Descripción
pollution
ozone
video
global
warming
rain
water
air
climate
garbage
acid
burning
essay
science
channel
subscribe
welcome
music
news
song
effects
environmental
english
plastic
project
youtube
world
model
people
day
atmosphere
change
toxic
free
earth
concentrations
problem
cities
ground
without
depletion
use
weather
health
skies
lines
causes
new
high
know
one
make
get
waste
dont
city
stop
album
quality
control
working
watching
write
see
series
friends
report
also
learn
layer
first
back
hello
used
harmful
easy
live
take
way
check
school
episode
part
contaminacin
calentamiento
latest
share
environment
like
many
issue
please
days
time
near
week
comment
join
short
link
top
show
energy
house
action
class
cant
groundlevel
impact
challenge
good
another
full
writing
fire
national
today
polluted
could
copyright
green
love
planet
emissions
look
well
different
year
system
hope
help
drawing
need
sky
guys
using
discuss
lyrics
hindi
information
earths
hey
every
since
gta
surface
breathe
lorm
greenhouse burn
enjoy
best
thanks
effect
videos
cause
students
level
issues
trash
major
life
instagram
watch
thank
food
may
simple
india
human
study
state
explore
years
due
diy
system
hard
easy
ever
everyone
summer
way
take
know
live
check
school
episode
part
one
two

Procesamiento de Lenguaje Natural y Análisis de Sentimiento

El procesamiento de lenguaje natural (PLN) permite analizar y comprender el contenido y el tono de los mensajes en redes sociales. En este estudio, se emplea el análisis de sentimiento, que clasifica los textos en categorías como positivo, negativo o neutro. Este enfoque facilita la identificación de las emociones predominantes en las publicaciones sobre cambio climático, permitiendo observar cómo los usuarios responden a diferentes temas ambientales. El algoritmo TextBlob, por ejemplo, mide la polaridad de los mensajes, ofreciendo una puntuación que indica si el contenido refleja un sentimiento positivo o negativo, lo que ayuda a entender mejor la reacción emocional hacia el cambio climático en diferentes plataformas (Moreira de Freitas, 2011).

Conclusión

Este estudio explora cómo el cambio climático y otros problemas ambientales son discutidos en redes sociales, específicamente en plataformas como TikTok y YouTube, y revela diferencias notables en la forma en que los usuarios se relacionan con estos temas. Los resultados indican que, en general, los usuarios de ambas plataformas expresan sentimientos predominantemente negativos sobre temas como el calentamiento global, la contaminación y la escasez de agua. Esta tendencia refleja una percepción de preocupación y urgencia que parece estar impulsada por la conciencia general de la gravedad del cambio climático y el papel de la actividad humana en su aceleración.

Además, el análisis de redes complejas permitió identificar comunidades de usuarios en función de su similitud temática y lingüística, mostrando que en TikTok predominan comunidades más compactas y especializadas, mientras que en YouTube se encuentran comunidades más amplias y diversas en su enfoque de los temas ambientales. Esta diferencia puede atribuirse al perfil demográfico y al estilo de contenido de cada plataforma: TikTok, con su enfoque en contenido visual y breve, tiende a atraer a una audiencia más joven, mientras que YouTube, con su mayor duración y variedad de contenido, facilita una discusión más detallada y profunda de los temas.

A pesar de los avances logrados en esta investigación, el estudio tiene ciertas limitaciones, como el uso limitado de etiquetas y la exclusión de otras plataformas sociales que también son relevantes en la discusión ambiental. Además, la dependencia de herramientas de procesamiento de lenguaje natural como TextBlob no permite captar ciertos matices lingüísticos, lo cual podría mejorar en futuras investigaciones mediante el uso de técnicas avanzadas de PLN y análisis de contenido visual.

Las implicaciones de estos hallazgos son significativas, porque sugieren que las redes sociales no sólo amplifican las opiniones sobre el cambio climático, sino que también contribuyen a crear comunidades de afinidad que pueden influir en la percepción y comportamiento de los usuarios hacia los problemas ambientales. A medida que la crisis climática se continúa intensificando, es probable que la dinámica de estas plataformas juegue un papel crucial en la educación y movilización pública hacia prácticas más sostenibles y políticas ambientales efectivas.

En conclusión, este estudio subraya la importancia de comprender la dinámica de difusión de ideas en redes sociales y plantea nuevas oportunidades para investigar cómo estas plataformas pueden ser aprovechadas para fomentar una mayor conciencia y acción ambiental. Ampliar el análisis a otras plataformas y aplicar técnicas más sofisticadas de PLN y análisis visual permitirá obtener una visión aún más rica de la percepción pública sobre el cambio climático en el futuro. En la utilización de los datos en diseño, podría darse, especialmente en campos como el diseño gráfico, diseño de experiencia de usuario (UX), diseño de comunicación y diseño de campañas de concienciación.

Por ejemplo, para el Diseño de Campañas Visuales en Redes Sociales, tomando en cuenta que los usuarios en TikTok y YouTube expresan una preocupación urgente sobre el cambio climático, los diseñadores pueden aprovechar esta tendencia para crear campañas visuales que apelen a las emociones de los usuarios para generar una respuesta.

En la Creación de Contenidos Adaptados a la Plataforma; algunos estudios revelan las diferencias en la forma en que TikTok y YouTube abordan los temas ambientales. En este sentido un diseñador de contenido puede optimizar materiales para cada plataforma, mediante dinámicas y videos en formato vertical, que transmitan mensajes clave de forma rápida y concisa. Por su parte en YouTube, es posible producir documentales breves, gráficos explicativos y videos educativos que permitan profundizar en temas complejos y fomentar un diálogo más extenso.

Tomando en cuenta el Diseño Basado en Análisis de Redes y Comunidades, es posible identificar que en TikTok predominan comunidades más especializadas, mientras que en YouTube hay un enfoque más amplio, es ahí donde los diseñadores pueden desarrollar estrategias personalizadas para segmentar audiencias. Esto puede incluir:

Diseño de comunidades virtuales en plataformas, usando elementos gráficos y visuales que fomenten la interacción y discusión en torno a temas ambientales; Diseño de interfaces que resaltan temas relevantes para cada comunidad, aprovechando patrones visuales y de diseño que se alineen con los intereses específicos de cada grupo.

Por su parte en el uso de Técnicas de Procesamiento de Lenguaje Natural (PLN) para Diseño de Experiencias, la conclusión sugiere la posibilidad de mejorar el análisis utilizando técnicas más avanzadas de PLN y análisis de contenido visual; donde los diseñadores pueden Desarrollar interfaces interactivas que usen inteligencia artificial para analizar comentarios y tendencias en tiempo real, ajustando los elementos visuales y el contenido según las reacciones de los usuarios; así como diseñar infografías personalizadas basadas en el análisis de opiniones en redes, mostrando datos de forma intuitiva y atractiva para captar la atención del público y fomentar la concienciación.

Estas aplicaciones muestran cómo el diseño puede ser un aliado clave en la lucha contra el cambio climático, aprovechando las particularidades de cada plataforma social para difundir mensajes ambientales y fomentar la acción entre diversas comunidades.

NOTAS

1. *Web scraping* o raspado web es una técnica utilizada mediante programas de software para extraer información de sitios web. Usualmente, estos programas simulan la navegación de un humano en la World Wide Web ya sea utilizando el protocolo HTTP manualmente, o incrustando un navegador en una aplicación. (Wikipedia, 2024)
2. *TextBlob* es una biblioteca de código abierto para el procesamiento de datos de texto, proporcionando una API simple para entrar en lenguaje natural común (NLP) las tareas de procesamiento. (Learn Microsoft, 2018)
3. Octoparse es una herramienta de extracción de datos que puede ejecutar hasta 10 tareas de scraping a la vez, facilitando así recaudar diferentes datos como los mencionados anteriormente. (UPRESS, 2024)

4. Las *Stop Words* o palabras vacías, hacen referencia a aquellas palabras que no están registradas por los robots de Google, las cuales carecen de sentido cuando se escriben solas o sin la palabra clave o keyword. Este término ha nacido en el lenguaje informático, muy utilizado, por ejemplo, en el contexto de la creación de contenido.
5. Un *DataFrame* es una serie de Series Pandas indexadas por un valor. En este artículo, presentaremos la estructura de los DataFrames y luego veremos sus diferentes atributos y métodos básicos, y explicaremos su utilidad y funcionamiento.
6. La modularidad en programación consiste en dividir un programa en módulos, es decir, en partes más pequeñas y manejables. (KeepCoding, 2024)

REFERENCIAS

Chaudhary, L. &. (2019). Community detection using an enhanced louvain method in complex networks. In Distributed Computing and Internet Technology: 15th International Conference, ICDCIT 2019.

Datareportal. (2024). Digital 2024: Global Overview Report. Recuperado el septiembre de 2024, de https://datareportal.com/reports/digital-2024-global- overview-report

De Meo, P. F. (2011). Generalized louvain method for community detection in large networks. In 2011 11th international conference on intelligent systems design and applications, 88-93.

Díaz Gandasegui, V. (2011). MITOS Y REALIDADES D E LAS REDES

SOCIALES. Información y comunicación en la Sociedad de la Información. Prisma Social, 1-26.

Gómez-Camacho, A., de-Pablos-Pons, J., Colás-Bravo, P., & Conde-Jiménez, J. (2023). Youth digital writing on WhatsApp and the teaching of spelling. Comunicar, 31:77.

Gómez, E., & Galindo, A. (2005). Los Estudios de Comunicación Mediada por Computadora: una Revisión y algunos Apuntes. Razón y Palabra.

Mancera Rueda, A. (2016). Usos lingüísticos alejados del español normativo como seña de identidad en las redes sociales. Bulletin of Spanish Studies, 93(3), 1469– 1493.

Moreira de Freitas, R. J. (2011). Percepciones de los adolescentes sobre el uso de las redes sociales y su influencia en la salud mental. Enfermería Global.

OBDILCI. (2024). Indicators for the Presence of Languages in the Internet. Recuperado el septiembre de 2024, de MAIN PROJECT Indicators for the Presence of Languages in the Internet: https://www.obdilci.org/projects/main/

Pulido, M. B. (2021). Redes sociales y relaciones digitales, una comunicación que supera el cara a cara. Revista internacional de pedagogía e innovación educativ, 123-148.

Quiroz, N. T. (2020). TikTok La aplicación favorita durante el aislamiento. Revista Argentina de Estudios de Juventud, 1-9.

Shi, C. Y. (2014). Comparison and selection of objective functions in multiobjective community detection. Computational Intelligence, 562-582.

Shops, T. (2024). Perfiles de usuarios en las redes sociales. Recuperado el Septimbre de 2024, de Blog Marketing en Redes Sociales: https://business.trustedshops.es/blog/perfiles-de-usuarios-en-redes-sociales/

Silverio, M. (abril de 2024). Estadísticas y usuarios activos de TikTok (2024). Recuperado el septimbre de 2024, de PRIMEWEB: https://www.primeweb.com.mx/tiktok-estadisticas

Torres-Cockrell, G. S.-G.-G.-O.-I.-C.-S.-V.-A. (2024). Bi-objective model for community detection in weighted complex networks: Non overlap multiobjective k- core community detection. EAI Endorsed Transactions on Industrial Networks and Intelligent Systems.

W3Techs. (2024). Usage statistics of content languages for websites. Recuperado el septimbre de 2024, de https://w3techs.com/technologies/overview/content_language

Atribución-No Comercial-Sin Derivadas
Permite a otros solo descargar la obra y compartirla con otros siempre y cuando se otorgue el crédito del autor correspondiente y de la publicación; no se permite cambiarlo de forma alguna ni usarlo comercialmente.

Metodología Proyectual y sus Implicaciones en el Diseño y Comunicación Visual como Influencia de Control y Poder Simbólico de la Sociedad

Project Methodology and Its Implications in Design and Visual Communication as an Influence of Control and Symbolic Power in Society

María Magdalena Sarraute Requesens*

Resumen

La presente investigación explora críticamente cómo el diseño y la comunicación visual, mediadas por metodologías proyectuales, se constituyen en herramientas estratégicas para la construcción simbólica, el control discursivo y la configuración de identidades en contextos socioculturales. A través de un enfoque cualitativo y del análisis de contenido, se examina la metodología proyectual como una estructura lógica, adaptable y dinámica que orienta el proceso creativo desde la identificación de problemas hasta la implementación de soluciones visuales culturalmente significativas. El diseño no es neutro: sus códigos simbólicos (colores, formas, tipografías) actúan como mecanismos de poder que generan, transforman o imponen significados dentro del imaginario colectivo. El estudio se fundamentó en autores como Lotman, Eco, Munari y Aicher, por tanto, el artículo destaca que los mensajes visuales operan dentro de sistemas de significación que moldean las percepciones sociales. El diseñador/a, en tanto agente activo, no solo crea productos visuales, sino que también traduce

*Profesora de laFacultad de Estudios Superiores Cuautitlán, Universidad Nacional Autónoma de México. ORCID: 0009-0007-1820-9215. Mail: mariamsarraute@gmail.com

Fecha de recepción: enero, 2025
Fecha de aceptación: marzo, 2025
Versión final: marzo, 2025
Fecha de publicación: abril, 2025

y resignifica símbolos que inciden en los valores y prácticas sociales. Además, se enfatiza la necesidad de una praxis ética y socialmente responsable que incorpore la inclusión, la sostenibilidad, la accesibilidad y el respeto a la diversidad cultural. A su vez, se identifican limitaciones actuales del modelo proyectual, como su débil articulación con otras disciplinas o su escasa implementación efectiva en entornos educativos tradicionales. Por último, el diseño debe asumirse como una práctica transformadora y comprometida, cuyo fin último trasciende lo estético para convertirse en una herramienta de intervención social. Así, la metodología proyectual estructura el proceso de diseño, potencia su capacidad simbólica para generar cambios en las dinámicas sociales y culturales.

Palabras claves: Metodología proyectual, Poder simbólico, Diseño visual, Significación y Transformación social.

Abstract

This research critically explores how design and visual communication, mediated by project methodologies, constitute strategic tools for symbolic construction, discursive control, and the shaping of identities within sociocultural contexts. Through a qualitative approach and content analysis, project methodology is examined as a logical, adaptable, and dynamic structure that guides the creative process from the identification of problems to the implementation of culturally significant visual solutions. Design is not neutral: its symbolic codes (colors, shapes, typography) act as mechanisms of power that generate, transform, or impose meanings within the collective imagination. The study is based on authors such as Lotman, Eco, Munari, and Aicher; thus, the article highlights that visual messages operate within systems of signification that shape social perceptions. Designers, as active agents, not only create visual products but also translate and resignify symbols that influence social values and practices. Furthermore, the need for an ethical and socially responsible praxis that incorporates inclusion, sustainability, accessibility, and respect for cultural diversity is emphasized. Current limitations of the project methodology model are also identified, such as its weak articulation with other disciplines and its limited effective implementation in traditional educatio-

nal settings. Ultimately, design should be understood as a transformative and committed practice, whose ultimate purpose transcends aesthetics to become a tool for social intervention. Thus, project methodology structures the design process and enhances its symbolic capacity to generate changes in social and cultural dynamics.

Keywords: *Project Methodology, Symbolic Power, Visual Design, Signification, and Social Transformation.*

Introducción

El diseño y la comunicación visual son disciplinas fundamentales en la sociedad contemporánea debido a su capacidad de transmitir ideas, valores y mensajes a través de medios gráficos, audiovisuales e interactivos. A medida que los avances tecnológicos y las demandas culturales han evolucionado, estas áreas se han transformado para potenciar el desarrollo de estrategias innovadoras que conectan a las personas y las organizaciones con su público objetivo.

Asimismo, permiten comunicar ideas complejas en formas comprensible para que el mensaje se transmita de forma más efectiva, innovadora y disruptivas desde la creación estética en el desarrollo de discursos que configuran el imaginario colectivo. Cabe destacar, que el diseño y comunicación visual tienen una fuerza sobre las implicaciones simbólicas en nuestras sociedades, porque reconfiguran los significados culturales y sociales que nos identifican.

Para Lotman (2002), "lo simbólico adquiere un marcado carácter racional y se interpreta como el medio de una traducción adecuada del plano de la expresión al plano del contenido" (p.89). Las implicaciones simbólicas obedecen a reglas y estructuras que permiten a una comunicación coherente y predecible, pero también responden a emociones, contextos y subjetividades que influyen significativamente en la interpretación de los símbolos. La traducción simbólica puede o está marcada por relaciones de poder, quienes controlan los códigos y símbolos tienen la capacidad de definir los discursos y lo que se quiere comunicar.

En ese sentido, Vidales (2008), "la semiótica describe procesos de comunicación no en términos de intercambio de mensajes, sino en términos de producción de sentido, de acción de los signos" [...] "procesos de pro-

ducción de significado, de sistemas de significación, de procesos culturales o de intercambios simbólicos" (p.39). Ello, afianza el precepto que el diseño y comunicación visual, se centran en la generación de sentidos, donde los signos son transportes de contenidos dinámicos que contribuyen a la creación, modificación y transformación de significados en contextos particulares, es decir, el acto de significar implica una interacción permanente con los sistemas de valores, culturales y sociales.

Cabe mencionar, que parafraseando a Eco (2000), la significación adquiere un sentido dentro de un sistema de interpretación, un signo funciona en relación con otros signos y reglas que definen lo que puede llegar a significar. Es decir, es una red de pactos culturales y lingüístico que lo sostiene; la significación es un fenómeno cultural y un proceso que depende de la interacción de signos dentro de un sistema de códigos.

Por otro lado, Gutiérrez (2022), resalta como "los objetos gráficos se configuran a partir de una relación integrada por las estructuras simbólicas que demuestran que la significación de un mensaje está formada a partir de la interacción de los fundamentos propios del diseño y su configuración visual" (p184). Es decir, que los elementos visuales utilizados en la comunicación están intrínsecamente vinculados a estructuras simbólicas que le otorgan significados; el color, la tipografía y la jerarquía visual están articulados en un conjunto coherente que le dan sentido al mensaje gráfico, convirtiéndose así en un vehículo de interpretaciones y significaciones.

Cabe resaltar, que a través de la metodología proyectual se garantiza la coherencia estética y funcionalidad comunicativa, trayendo consigo procesos estructurados que guían creativamente la construcción de ideas abstractas a concretas que estén cargadas de significados y de relevancia cultural. La metodología proyectual, permite que los símbolos generados sean sólidos y adaptables a nuevos paradigmas y a un mundo globalizado, donde son esenciales para la construcción de identidades, con narrativas visuales que atiende la otredad.

Para Munari (2016), el método proyectual "es una serie de operaciones necesarias, dispuestas en un orden lógico dictado por la experiencia. Su finalidad es conseguir un máximo resultado con el mínimo esfuerzo" (p.16). En virtud de lo mencionado, el autor busca que se alcance una mayor efectividad posible, desde una mirada pragmática del proceso de diseño y la optimización como objetivo central. Además, sugiere que el método proyectual no sea arbitrario, es decir, que se sustente en aprendizajes, co-

nocimientos y experiencias practicas previas, siendo estas las guías para definir el proceso, desde una estructura de experiencias previas.

Asimismo, para Vilchis (2014), "insiste Murani (Diseño y comunicación visual), que es un informador intencional y por tanto debe propiciar que el significado de sus mensajes se reciba en él plenamente" (p.90). Es decir, el diseñador/a es responsable de garantizar que el mensaje sea comprendido en su totalidad, a través de la construcción de un discurso visual que guíe la interpretación del receptor. Además, debe predecir cómo se comprenderán los mensajes en diversos contextos y referentes culturales para valorar lo que querrá transmitir, por ello, el acto de comunicación visual es intencionado, el diseño no es un acto neutral o casual, es una práctica estratégica y consciente que debe cumplir con el propósito comunicativo establecido.

Metodología

La metodología proyectual es una herramienta poderosa para la generación de significados y reforzar valores dentro de un contexto cultural, ya que garantiza que los elementos visuales se combinen de forma lógica, transmitiendo mensajes claros y consistentes, es decir, que las narrativas visuales fluyen para la interpretación intuitiva del mensaje, adaptada a diferentes plataformas, audiencias o cambios de contexto sin alterar la integridad del mensaje.

Estas reflexiones, pretenden el análisis crítico de la metodología proyectual y sus implicaciones simbólicas en la sociedad, ya que los colores, símbolos y composiciones no son neutrales tienen significados de control y poder en los contextos culturales y sociales, el enfoque proyectual los potencias para reforzar el mensaje. Ahora bien, al integrar códigos culturales y referencias simbólicas, la metodología proyectual contribuye a que los diseño refuercen identidades colectivas o la imposición de otras por su profundidad en el mensaje visual.

Por ello, lo simbólico en el diseño no solo comunica información, evoca emociones, ideas y conexiones profundas, la metodología proyectual permite su control, garantizando que el mensaje sea más significativo e implicador.

Para este trabajo se utilizó una *metodología cualitativa*, que según Quecedo y Castaño (2002) "es la investigación que produce datos descrip-

tivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y la conducta observable." (p.7), es decir, busca comprender los fenómenos sociales desde la perspectiva de las voces de quienes lo experimentan, con el fin de entender la complejidad de las interacciones sociales.

Asimismo, se seleccionó el *método de análisis de contenido* (AC), que para Bardin (1999:7), es un conjunto de instrumentos metodológicos, aplicados a lo que él denomina "discursos" (contenidos y continentes) extremadamente diversificados. Es un modelo de hermenéutica controlada, basada en la deducción: la inferencia. Este se mueve se mueve entre dos extremos: el del rigor de la objetividad y el de la fecundidad de la subjetividad.

En ese sentido, busca descubrir significados en amplio espectro del discurso, tanto en el contenido explícito como en la forma que el contenido está estructurado. La interpretación se realiza en un marco sistemático y riguroso que combina la subjetividad del investigador/a con técnicas objetivas. Por ello, se busca criterios claros que garanticen la confiabilidad, la importancia del juicio crítico, la experiencia y la intuición del investigador/a quién da sentido a los hallazgos.

Para la generación de información se utilizaron libros, artículos y experiencias vividas por diseñadores/as en su comunicación visual.

Objetivos

Para el abordaje de la investigación se definió como objetivo general, analizar críticamente la metodología proyectual y sus implicaciones en el diseño y comunicación visual como influencia de control y poder simbólico de la sociedad.

Asimismo, se generaron objetivos específicos que orientaran el proceso de investigación, como:

1. Comprender los fundamentos teóricos de la metodología proyectual en el diseño y comunicación visual y la transmisión de significados simbólicos.
2. Contrastar la relación entre la metodología proyectual, el poder simbólico y su influencia en contextos sociales y culturales.
3. Valorar las implicaciones éticas y sociales de la implementación de las metodologías proyectuales sobre la percepción y la resignificación de símbolos en la sociedad.

Desarrollo

La metodología proyectual en el diseño y comunicación visual es una herramienta clave, ya que proporciona un enfoque estructurado para resolver problemas, fomentar la creatividad y garantizar resultados coherentes y funcionales, sus potencialidades abarcan desde el ámbito técnico y creativo hasta el estratégico, permitiendo a los/as diseñadores/as enfrentar los desafíos del presente y anticiparse a las necesidades del futuro. Para Munari (2016), "para el diseñador, el método proyectual no es algo absoluto y definitivo, es algo modificable si se encuentran otros valores objetivos que mejoran el proceso" [...] como "la creatividad del proyectista" (p.17). Es decir, no es una fórmula rígida, es una herramienta adaptable en la que pueden incorporar modificaciones al proceso si aparecen nuevos elementos que lo hagan más efectivo, es un marco dinámico que puede evolucionar.

Munari, resalta que el diseñador/a es un agente activo y que con su creatividad puede identificar nuevo valores o recursos que enriquezcan el proceso proyectual por las competencias del diseñador/a para refutar, experimentar y mejorar el proceso en función de los objetivos del proyecto y las necesidades del contexto.

Por otro lado, el método de proyección de Bonsiepe, según Vilchis (2014), "es una guía para el problema-solver en un campo específico del problema-solving, ésta ayuda a determinar la secuencia, el contenido y los procedimientos específicos de las acciones" (p.120). En ese sentido, el método se presenta como un orientador para que el diseñador/a resuelva problemas dentro de un área específica, desde un marco organizativo para avanzar de forma lógica y efectiva, es decir, es un mapa que se utiliza para navegar en el proceso de diseño de forma controlada y eficiente, asegurando la coherencia y calidad de los resultados.

Cabe destacar, que para Aicher (1994), "en el proyectar, el hombre se encuentra consigo mismo" [...] "proyectar es generar mundo, el proyecto nace allí donde se produce el encuentro de teoría y praxis, el proyecto constituirá una nueva dimensión del espíritu" [...] "en el proyecto el hombre se hace cargo de su propia evolución". (p.180). En ese particular, el autor ofrece una reflexión profunda sobre el proyectar, el autodescubrimiento y autorrealización, es decir, al implicarse en el proceso del diseño, el individuo explora y manifiesta su esencia, valores y potencialidades. Además,

Aicher acentúa que el acto de proyectar no se limita a soluciones técnicas, implica construcción de realidades y contextos que configuran nuestra existencia.

El proyecto se gesta desde la imbricación de la teoría y praxis, fusionándose sin subordinación el pensamiento abstracto y la acción para dar lugar a nuevas realidades, pero al incluir la dimensión espiritual, trasciende de la dicotomía tradicional "teoría y praxis", implicando la imaginación y materialización de lo que aún no existe, lo que propicia una práctica creativa y transformadora que enriquece la experiencia humana y promueve que el individuo sea responsable de su propia evolución y en la del mundo que lo rodea.

En otro orden de ideas, dentro de los aspectos favorables de la metodología proyectual en su praxis, es que el proceso de diseño lo divide en etapas claras e intencionadas, como la investigación, la conceptualización, el desarrollo, la ejecución y la evaluación, esto asegura que cada paso sea abordado de manera lógica y metódica, reduciendo el riesgo de omitir aspectos importantes y permitiendo al diseñador/a centrarse en los objetivos específicos de cada fase para garantizar su proyección. Por ende, su potencialidad es que facilita la planificación y gestión del tiempo, asegurando que los proyectos se ejecuten de manera eficiente y dentro de los plazos establecidos, impactando a la mejora de la productividad y permite a los equipos de diseño trabajar con una visión compartida, ordenada y que tenga las implicaciones estimadas en la sociedad.

Además, promueve la generación de ideas en un marco controlado que estimula la experimentación y la innovación al proporcionar herramientas para explorar conceptos de manera libre pero dirigida, dando como resultado soluciones de diseño más originales, relevantes y alineadas con las necesidades del contexto. Una de las mayores fortalezas de la metodología proyectual es su capacidad para integrar al contexto en el proceso de diseño, ya sea mediante investigación, pruebas de usabilidad o retroalimentación constante que garantiza que el diseño sea pertinente y responda a las necesidades y expectativas del individuo para impactar en la aceptación de significados simbólicos que atiende a la construcción de identidades y a narrativas visuales.

Ahora bien, la metodología proyectual no es un proceso rígido, sino un marco que se adapta a diferentes tipos de proyectos, disciplinas y contextos, esto la hace aplicable tanto al diseño gráfico y la comunicación visual

como al diseño de productos, diseño industrial o diseño digital, lo que permite ajustar el enfoque y las herramientas utilizadas según las características del proyecto y las restricciones existentes que impacta en la capacidad del diseñador para abordar proyectos diversos con soluciones personalizadas.

En proyectos complejos, la metodología proyectual fomenta la colaboración entre diferentes actores, como diseñadores, desarrolladores, clientes y contextos, la claridad de las etapas facilita la comunicación y la integración de perspectivas diversas que genera un ambiente de trabajo colaborativo donde cada integrante del equipo entiende su rol y contribución, mejorando la calidad del diseño al incorporar múltiples puntos de vista y especialidades.

Por otro lado, la metodología proyectual exige la documentación de cada etapa, lo que permite realizar un seguimiento detallado del proceso y evaluar el cumplimiento de los objetivos, esta práctica también facilita el aprendizaje y la mejora continua en futuros proyectos. Por ello, crea un registro detallado del proyecto que puede ser utilizado para identificar áreas de mejora y como referencia para trabajos posteriores, impactando el fortalecimiento la profesionalización del diseño al basar las decisiones en datos y análisis.

El diseño, como disciplina, tiene como objetivo principal resolver problemas e implicar a sociedades y la metodología proyectual es una herramienta eficaz para este propósito al integrar investigación, análisis y desarrollo iterativo, permite abordar desafíos complejos de manera estructurada que proporciona un marco lógico para descomponer problemas complejos en componentes manejables y el impacto aumenta la probabilidad de encontrar soluciones viables y efectivas.

Cabe destacar, que la metodología proyectual es compatible con herramientas digitales y tecnologías emergentes, como inteligencia artificial, diseño generativo y software de prototipado que potencia las capacidades del diseñador/a y optimiza las etapas del proceso, cuando se aprovecha tecnologías avanzadas para acelerar el diseño, mejorar la precisión y ampliar las posibilidades creativas que incrementa la competitividad del diseño al incorporar innovaciones tecnológicas.

En un contexto donde las preocupaciones ambientales y sociales son cada vez más relevantes, la metodología proyectual puede incluir criterios de sostenibilidad y responsabilidad social desde la etapa de conceptualización

que permite diseñar soluciones que minimicen el impacto ambiental y promuevan la equidad social donde mejora la percepción del diseño como una disciplina comprometida con el bienestar colectivo y el medio ambiente.

Por ello, la metodología proyectual ofrece múltiples beneficios para el diseño y la comunicación visual, como:

- Trasmisión de significados simbólicos que implican a sociedades.
- Diseñadores/as se hacen competentes para enfrentar los desafíos del presente y anticiparse a las necesidades del futuro.
- El diseñador/a se convierte en un agente activo y que con su creatividad puede identificar nuevo valores o recursos que enriquezcan el proceso proyectual.
- Implica construcción de realidades y contextos que configuran nuestra existencia.
- Propicia una práctica creativa y transformadora que enriquece la experiencia humana y promueve que el individuo sea responsable de su propia evolución y en la del mundo que lo rodea.
- Cuenta con una estructura y claridad en el proceso de diseño, porque impulsa la división del trabajo en etapas como: investigación, conceptualización, desarrollo y ejecución, que permite que cada paso esté fundamentado y planificado.
- Flexibilidad y adaptabilidad, el enfoque puede ajustarse a diferentes proyectos y contextos, desde el diseño gráfico hasta la multimedia.
- Resolución efectiva de problemas, desarrolla análisis profundos y pruebas iterativas que permite abordar problemas complejos y encontrar soluciones eficientes.
- Documentación y evaluación, al registrar cada etapa del proceso, facilita la evaluación del proyecto y genera aprendizaje para futuros trabajos.

Aunque la metodología proyectual es una herramienta poderosa, enfrenta una serie de desafíos u oportunidades de mejoras que limitan su total efectividad, ejemplo de esto es que no tiene explícitamente intencionado los principios de sostenibilidad, inclusión, atención a la diversidad, entre otros.

En ese sentido, los modelos existentes no siempre consideran las necesidades de personas con discapacidades, lo que limita la inclusividad de los proyectos. Integrar la accesibilidad como un principio central en las metodologías proyectuales que es esencial para garantizar que los diseños sean universales

Hoy se intensifica la brecha entre la teoría y la praxis, porque a menudo existe una desconexión entre estos y su aplicación práctica, esto genera dificultades para que los/as diseñadores/as apliquen modelos y métodos de manera efectiva en escenarios reales.

Cabe destacar, que, en contextos educativos y profesionales, la implementación de nuevos modelos enfrenta resistencia debido a la preferencia por enfoques tradicionales.

A manera de cierre, aunque la metodología proyectual tiene mucho potencial, también presenta áreas de mejora, como:

- Interdisciplinariedad: La metodología proyectual podría beneficiarse de una mayor interacción con disciplinas como la psicología, el marketing o la sociología, para enriquecer la perspectiva del diseñador.
- Formación profesional: En algunos contextos educativos, la enseñanza de esta metodología carece de profundidad o no está actualizada, lo que limita su aplicación efectiva en proyectos reales.
- Sostenibilidad: Incorporar criterios de diseño sostenible de forma más explícita ayudaría a abordar problemas ambientales y éticos en el diseño.

A continuación, se presenta la tabla N°. 1. la influencia del diseño y la comunicación visual en los contextos sociales y culturales.

Tabla 1.

Relación entre la metodología proyectual, el poder simbólico y su influencia en contextos sociales y culturales.

Aspectos	Metodología Proyectual	Poder Simbólico	Influencia en Contextos Sociales y Culturales
Definición	Conjunto de procedimientos y estrategias que orientan e intenciona el diseño desde la identificación de problemas hasta la implementación de soluciones efectivas que implican el contexto.	Capacidad de los símbolos para transmitir significados y ejercer influencia en las percepciones y comportamientos de las personas.	Impacto que tienen los procesos de diseño y los símbolos en las dinámicas sociales y culturales de una comunidad.
Relación	Proporciona una estructura que permite al diseñador/a abordar problemas de forma sistemática, garantizando que cada etapa del proyecto esté orientadas al cumplimiento de los objetivos y a las necesidades del contexto	Los símbolos al ser integrados en el proceso del diseño adquieren poder para comunicar mensajes, despertar emociones y promover vínculos profundos con los individuos o audiencia.	La metodología proyectual y el uso de símbolos influyen en la forma en que los individuos interactúan con las narrativas visuales que implican sus prácticas culturales y sociales
Ejemplo	Un diseñador/a que aplica la metodología proyectual identifica las necesidades de una comunidad y desarrolla una campaña visual que da respuesta a esas necesidades de forma efectiva.	El uso de ciertos colores, tipografías, formas o imágenes pueden evocar respuestas emocionales específicas o transmitir mensajes culturales particulares.	Una campaña de concienciación social que utiliza símbolos culturalmente relevantes puede cambiar las percepciones y comportamientos dentro de una comunidad.

Fuente: Elaboración propia, 2025.

Es de resaltar, que cuando el diseñador/a aplica una metodología estructurada y consciente, como la proyectual, pueden crear soluciones a los problemas del contexto, pero, además, transmiten significados profundos y relevantes para las comunidades implicadas. La integración de los elementos presentados, permiten que el diseño y comunicación visual actúe como una herramienta poderosa para la comunicación, la educación y la transformación social.

Ahora bien, las implicaciones éticas y sociales de la implementación de la metodología proyectual sobre la percepción y resignificación de símbolos en la sociedad, es fundamental para develar la influencia en la construcción y reinterpretación de símbolos y su impacto en las dinámicas culturales y sociales.

Como ya se ha mencionado la metodología proyectual, según los diferentes autores citados, cuenta con un conjunto de procedimientos y estrategias que guían el desarrollo del diseño para satisfacer necesidades de los contextos e intencionar lo establecido en los objetivos del proyecto.

En el plano del poder de los símbolos en la sociedad, son elementos fundamentales para la construcción de una cultura, actúan como condensadores de significados, representando ideas, valores y creencias compartidas por una comunidad. Parafraseando a Lotman (2002), el símbolo interviene como un condensador de todos los principios de los sígnico y al mismo tiempo va más allá de los límites de lo sígnico. En ese sentido, la creación y manipulación de símbolos a través del diseño, especialmente con la metodología proyectual, tiene el poder de influir en las percepciones y comportamientos de las personas, por ello, el/la diseñador/a debe de estar conscientes de sus implicaciones en sociedades y culturas.

Las implicaciones éticas en la creación y resignificación de símbolos son sustantivas, ya que la apropiación de símbolos culturales sin una comprensión de sus significado original, puede conllevar a la descontextualización y trivialización de elementos significativos para una comunidad, por tanto, la responsabilidad social del diseñador/a es fundamental, ya que debe evitar en cualquier caso la manipulación de símbolos con fines comerciales o propagandísticos porque pueden perpetuar estereotipos o reforzar estructuras de poder opresivas.

Los/as diseñadores/as tienen la responsabilidad de considerar el impacto social de sus creaciones, por ello, una metodología proyectual que incorpore la responsabilidad social debe incluir etapas de investigación y

consulta con las comunidades implicadas, asegurando que los símbolos utilizados, sean respetuoso, representativos, que promuevan la inclusión, el respeto a la diversidad, la equidad, la justicia social y la identidad colectiva.

Conclusiones

Para concluir, el pensamiento proyectual para Burgos (2017), "intenta vincular los problemas y desafíos del contexto sobre el territorio del diseño en el marco de los procesos de evolución de la disciplina a través de sus diferentes objetos y finalidades" (p.90), lo que hace pertinente a esta metodología, toda acción de nuestros quehaceres profesionales debe responder a situación y retos reales, impregnado de innovación, creatividad, originalidad y sostenibilidad en la respuesta. Continua Burgos (2017), "Asumir la centralidad en los objetos lleva a las teorías proyectuales —junto con sus expectativas de autonomía" (p. 92), es decir, que establece una mirada donde el/la diseñador/a tiene libertad en tomar decisiones creativas, técnicas y funcionales de manera independiente, dentro de un marco que les permita resolver problemas específicos y desarrollar proyectos innovadores.

En ese sentido, se puede concretar diciendo que:

- La metodología proyectual es una herramienta poderosa para la transmisión simbólica en las sociedades, pero que se debe ser consciente de sus implicaciones para no sean negativamente en las identidades y realidades colectivas.
- El diseñador/a se convierte en un agente activo y que con su creatividad puede identificar nuevos valores o recursos que enriquezcan el proceso proyectual para enfrentar los desafíos del presente y anticiparse a las necesidades del futuro.
- Propicia una práctica creativa y transformadora que enriquece la experiencia humana y promueve que el individuo sea responsable de su propia evolución y en la del mundo que lo rodea.
- La metodología proyectual constituye un marco esencial para garantizar el éxito en el diseño y la comunicación visual, combinando creatividad y análisis sistemático.
- Su flexibilidad la hace aplicable a una amplia gama de proyectos en diferentes contextos.

- Existen áreas de mejora, especialmente en términos de formación interdisciplinaria y sostenibilidad, que pueden potenciar aún más su impacto.
- La enseñanza de esta metodología debe actualizarse constantemente para alinearse con los avances tecnológicos y las demandas del mercado.

Considero que el diseño y la comunicación visual no solo debe ser una herramienta para resolver problemas visuales, debe ser un medio para generar un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente. Por ello, se debe generar vínculos interdisciplinarios como un elemento crucial para proyectos complejos y globales, con el fin de responder de forma integral a las necesidades sociales y respetar las identidades colectivas.

Por último, el diseño y comunicación visual es una herramienta poderosa para alcanzar más y de una forma contundente, porque es a través de él que podemos persuadir de forma positiva a las generaciones de cambios y de transformación, éste no es sólo unas disciplina, es un instrumento efectivo, como la educación para llegar a más, a muchos más, por ello creo que el método proyectual en esta asignatura es fundamental para el desarrollo de propuestas que lleguen a todos y todas, pero siendo conscientes que somos diversos, que tenemos nuestras identidades colectivas, que la ética debe prevalecer por encima de cualquier intención.

REFERENCIAS

Aicher, O. (1994). El mundo como proyecto. Editorial Gustavo Gili, S. A.

Burgos, C. (2017). Nuevos Modelos para una Teoría de las Praxis Proyectuales: De las lógicas del objeto-problema a las lógicas de los procesos metodológicos constitutivos. Revista de Arquitectura y Diseño del Nordeste argentino. En: https://revistas.unne.edu.ar/index.php/adn/article/view/2338/2057

Eco, U. (2000). Tratado de Semiótica General. Editorial Lumen

Gutiérrez, M. (2022). De lo gráfico en el diseño. Una mirada a partir de sus interpretaciones simbólicas. Revista Cuaderno 172 | Centro de Estudios en Diseño y Comunicación (2022/2023). pp. 177 - 187

Lotman, I. (2002). El símbolo en el sistema de la cultura. Revista Forma y Función. Número 15, diciembre 2022. Universidad Nacional de Colombia. Consultado en: https://www.redalyc.org/pdf/219/21901505.pdf

Munari, B. (2016). ¿Cómo nacen los objetos? Apuntes para una metodología proyectual. 2da edición. Editorial GG.

Quecedo, R. & Castaño, C. (2002). Introducción a la metodología de investigación cualitativa. Revista de Psicodidáctica, nº 14 - 2003 Págs. 5-40. Consultado en: https://www.redalyc.org/pdf/175/17501402.pdf

Vidales, C. (2009). La relación entre la semiótica y los estudios de la comunicación: un diálogo por construir. Revista Nueva época, núm., enero-junio, 2009, pp. 37-7. Consultado en: https://www.scielo.org.mx/pdf/comso/n11/n11a3.pdf

Vilchis, L. (2014). Metodología del Diseño: Fundamentos Teóricos. 4ta. Edición. Editorial Designio.

Atribución-No Comercial-Sin Derivadas

Permite a otros solo descargar la obra y compartirla con otros siempre y cuando se otorgue el crédito del autor correspondiente y de la publicación; no se permite cambiarlo de forma alguna ni usarlo comercialmente.

José Eduardo Hernández García
Título de la Serie: “México *Express*”
Año: 2024

Investigaciones
Emergentes en el Diseño

REVISTA DE ESTUDIOS INTERDISCIPLINARIOS DEL ARTE, DISEÑO Y LA CULTURA

ISSN 2992-7552

OBRA FOTOGRÁFICA:
José Eduardo Hernández García
Título de la Serie: "México *Express*"
Año: 2024

Número 15
Julio-Octubre, 2025

Diseño Editorial:
Alma Elisa Delgado Coellar

Revista de Estudios Interdisciplinarios del Arte, Diseño y la Cultura, Número 15, Año 5, Julio-Octubre de 2025, es una publicación cuatrimestral editada por la Universidad Nacional Autónoma de México, Ciudad Universitaria, Alcaldía Coyoacán, C.P. 04510, Ciudad de México, a través de la Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán, ubicada en km. 2.5 carretera Cuautitlán Teoloyucan, San Sebastián Xhala, Cuautitlán Izcalli, Estado de México. C.P. 54714. Tel. 5558173478.
https://masam.cuautitlan.unam.mx/seminarioarteydiseno/revista/index.php, seminario.arteydiseno@gmail.com. Editora responsable: Dra. Alma Elisa Delgado Coellar. Certificado de Reserva de Derechos al Uso Exclusivo número 04-2022-031613532400-102; ISSN 2992-7552, ambos otorgados por el Instituto Nacional del Derecho de Autor. Responsable de la última actualización de este número a cargo de la Dra. Alma Elisa Delgado Coellar, Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán, carretera Cuautitlán-Teoloyucan Km 2.5, San Sebastián Xhala, Cuautitlán Izcalli, C.P. 54714, Estado de México. Fecha de última actualización: 27 de abril, 2025.

El contenido de los artículos es responsabilidad de los autores y no refleja necesariamente el punto de vista de los árbitros ni del Editor o de la UNAM.

Se autoriza la reproducción total o parcial de los textos no así de las imágenes aquí publicados, siempre y cuando se cite la fuente completa y la dirección electrónica de la publicación.

Atribución-NoComercial-SinDerivadas
Permite a otros solo descargar la obra y compartirla con otros siempre y cuando se otorgue el crédito del autor correspondiente y de la publicación; no se permite cambiarlo de forma alguna ni usarlo comercialmente.

C O M I T É E D I T O R I A L

Dr. Rodrigo Bruna
Facultad de Artes, Universidad de Chile, Chile

Mtra. Julieta Ascariz
Facultad de Arquitectura y Diseño, Universidad del Salvador, Argentina

Arq. Marina Porrúa
Facultad de Bellas Artes, Universidad Nacional de La Plata, Argentina

Dr. José Eduardo Campechano
Escuela de Posgrado, Universidad César Vallejo, Perú

Arq. Juana Cecilia Angeles Cañedo
División de Ciencias y Artes para el Diseño, Universidad Autónoma Metropolitana, Azc.

Dra. Christian Chávez López
Facultad de Artes y Diseño, UNAM

Dr. Mario Barro Hernández
Facultad de Artes y Diseño, UNAM

Dr. Polúx Alfredo García
Facultad de Filosofía y Letras, UNAM

Dra. Daniela Velázquez Ruíz
Facultad de Arquitectura y Diseño, Universidad Autónoma del Estado de México

Dra. María Trinidad Contreras González
Facultad de Arquitectura y Diseño, Universidad Autónoma del Estado de México

Dr. Julio César Romero Becerril
Facultad de Arquitectura y Diseño, Universidad Autónoma del Estado de México

Dra. Linda Emi Oguri
Facultad de Arquitectura y Diseño, Universidad Autónoma del Estado de México

Mtra. Elvia Mónica Rodríguez Espinoza
Facultad de Estudios Superiores Acatlán, UNAM

Dra. Huberta Márquez Villeda
Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán, UNAM

Mtro. José Luis Diego Hernández Ocampo
Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán, UNAM

Mtra. Blanca Miriam Granados Acosta
Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán, UNAM

Editora responsable
Dra. Alma Elisa Delgado Coellar
Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán, UNAM

Corrección de estilo
Anelli Lara Márquez
Facultad de Estudios Superiores Acatlán, UNAM

Directorio UNAM
Rectoría

Dr. Leonardo Lomelí Vanegas
Rector

Dra. Patricia Dolores Dávila Aranda
Secretaria General
Mtro. Hugo Concha Cantú
Abogado General
Mtro. Tomás Humberto Rubio Pérez
Secretario Administrativo
Dra. Diana Tamara Martínez Ruiz
Secretaria de Desarrollo Institucional
Lic. Raúl Arcenio Aguilar Tamayo
Secretario de Prevención, Atención y Seguridad Universitaria
Dra. María Soledad Funes Argüello
Coordinadora de la Investigación Científica
Dr. Miguel Armando López Leyva
Coordinador de Humanidades
Dra. Norma Blazquez Graf
Coordinadora para la Igualdad de Género
Dra. Rosa Beltrán Álvarez
Coordinador de Difusión Cultural
Mtro. Néstor Martínez Cristo
Director General de Comunicación Social

.....

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLÁN

Dr. David Quintanar Guerrero
Director

Dra. Guadalupe Calderón
Secretaria General
I. A. Laura Margarita Cortazar Figueroa
Secretaria de Evaluación y Desarrollo de Estudios Profesionales
Dra. Susana Elisa Mendoza Elvira
Secretaria de Posgrado e Investigación
I. A. Alfredo Alvarez Cárdenas
Secretario de Planeación y Vinculación Institucional
Lic. Claudia Vanessa Joachín Bolaños
Coordinadora de Comunicación y Extensión Universitaria

REVISTA DE ESTUDIOS INTERDISCIPLINARIOS DEL ARTE, DISEÑO Y LA CULTURA

ISSN 2992-7552

Universidad Nacional Autónoma de México

UNAM CUAUTITLÁN

SIAyD Seminario Interdisciplinario de Arte y Diseño

Revista de Estudios Interdisciplinarios del Arte, Diseño y la Cultura

OPEN ACCESS

latindex